

## RSA - AUTONOMOS

---

### Empresa evaluada

**EL LABORATORIO DE SUEÑOS - ADA BELÉN  
MENÉNDEZ BLANCO**

CIF:32825151B

C/San Pablo nº:12 - Local "El Gancho Coworking"

50003 - Zaragoza

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

El Laboratorio de Sueños

#### 02 - Dirección - CP - POBLACION

Calle San Pablo 12 50003-Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Educación, Talleres Literarios, Animación a la Lectura y Escritura Creativa.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2017

#### 05 - Persona de contacto

Ada Menéndez Blanco

#### 06 - e-mail contacto:

hola@laboratorioescrituracreativa.com

#### 07.- Página web

<https://laboratorioescrituracreativa.com/>

## 1 GENERAL

### 1.a Tendencias Globales

**1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:**

- **Económicos** (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...
- **Políticos** (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas, ....)
- **Medioambientales** (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, ....)
- **Tecnológicos** (comunicaciones, redes sociales ....)
- **Sociales** (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)

Estos temas son importantes para el negocio y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1. Información adicional.**

El laboratorio de Sueños es un negocio enormemente sensibilizado con el medioambiente (yo misma he ejercido como educadora ambiental durante varios años), la diversidad, el feminismo, el impulso del comercio local, uso de nuevas tecnologías, etc. Por lo que diseño constantemente nuevas acciones para cuidar todos estos principios tan importantes. Como por ejemplo:

1. **ECONÓMICOS:** todos los aspectos legales-fiscales están gestionados por la asesoría AFIRIS (la cual también cuida, a su vez, todos estos aspectos y también forma dispone del sello RSA). Cumplimos la legalidad a rajatabla, siendo muy cuidadosos con todos estos aspectos. Por otra parte, mi deseo es que El Laboratorio de Sueños pueda crecer y promover el empleo entre personas con dificultades para su acceso (jóvenes, mayores 45 años, personas con diversidad, etc.).

2. **POLÍTICOS:** Desde el inicio de mi negocio, mantengo relaciones estrechas con la administración pública, tanto a nivel como formadora (ofreciendo mis servicios) como implicándome en el movimiento cultural regional. He impartido talleres en el Museo Pablo Gargallo, en Ayuntamientos de Zaragoza, en Comarcas, DGA... etc. También organizo actividades culturales gratuitas para promover así la cultura local.

3. **MEDIOAMBIENTALES:** He ejercido durante varios años la profesión de educadora ambiental, por lo que, tanto a nivel personal como profesional, estoy especialmente sensibilizada con el medioambiente, comercio local, consumo responsable... En todos mis talleres formativos incluyo un módulo de Land-Art (Arte y Naturaleza), promuevo y diseño acciones culturales y medioambientales entre mi alumnado, dispongo de un aula en un espacio de arquitectura biosostenible (El Gancho Coworking), utilización de materiales reutilizados y/o reciclados, envío de documentación electrónica para evitar impresiones en papel, etc.

4. **TECNOLÓGICOS:** Mi negocio es muy activo en redes sociales y en comunicaciones internas con el alumnado, habiéndose creado y generado una gran comunidad virtual entre clientes y no-clientes (foro online para alumnos, grupo facebook para clientes y no-clientes, página de facebook con noticias interesantes del sector cultural y formativo, instagram, twitter, canal youtube...etc.).

5. **SOCIALES:** En todos los eventos culturales que organizamos, cuidamos la paridad de género e, incluso, promovemos la visibilidad de mujeres artistas y creativas (principalmente locales). Nuestros talleres formativos y actividades se organizan teniendo en cuenta las situaciones familiares-laborales de todo el alumnado y público (horarios, fechas, etc.). Nuestra política de precios es inclusiva y accesible a un gran público, al mismo tiempo que rentable para el negocio.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

**2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

### **2.1.- Información adicional.**

Cada semestre se diseñan e implantan nuevas estrategias (cursos, talleres, colaboraciones...) que permitan al negocio continuar creciendo, tanto económicamente como social y ambiental. Estas nuevas estrategias se plantean tanto a corto, como medio y largo plazo. Por ejemplo:

1. CORTO PLAZO: implantar un nuevo curso de nivel avanzado, nueva colaboración con un taller de cerámica para talleres mensuales, puesta en marcha de una colonia urbana infantil en un centro cívico. Publicación de un Fanzine y programa de Podcasting.
2. MEDIO PLAZO: nuevas colaboraciones y sinergias con otros negocios locales artísticos y creativos. Impartir nuevos talleres con distintos niveles de dificultad.
3. LARGO PLAZO: ser referentes como espacio creativo y cultural de la ciudad de Zaragoza.

### **3 - ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?**

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **3.1. Información adicional.**

De forma anual se calcula y revisa un presupuesto general y específico, reservando un porcentaje para la impartición de talleres formativos gratuitos entre otros espacios afines. Por ejemplo:

1. Talleres gratuitos en Espacio Ítaca (para su clientela, abiertos a nueva clientela y/o para sus trabajadores/as).
2. Talleres gratuitos e inclusivos en el barrio El Gancho (a través de plataformas vecinales, espacios municipales, etc.) buscando así el impulso del comercio local y del propio barrio.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

#### **4 - Tiene identificados en su negocio los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros..**

Tenemos identificados los grupos de interés y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **4.1. Comentarios**

Se diseñan y promueven acciones y comunicaciones específicas con cada grupo de interés:

1. CLIENTES: foro online para alumnado, grupo Facebook para alumnado y ex-alumnado,

comunidad online a través de redes sociales, reuniones voluntarias y gratuitas con los clientes-alumnado, actividades gratuitas y voluntarias para nuestro alumnado y ex-alumnado, eventos culturales y literarios gratuitos para alumnado y ex-alumnado, etc.

2. **PROVEEDORES:** comunicaciones online y reuniones personales con todos nuestros colaboradores.

3. **ASOCIACIONES:** sinergias e intercambios formativos-culturales con otras asociaciones afines (Asociación Aragonesa de Escritores, Asociación de Mujeres del Mundo en Aragón...).

4. **ORGANISMOS PÚBLICOS:** comunicaciones online y reuniones personales con Zaragoza Cultural del Ayuntamiento.

5. **MEDIOS DE COMUNICACIÓN:** envío de nuestra agenda formativa-cultural a medios de comunicación locales y regionales.

## **5 - ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés que se analizan e integran en el negocio

### **5.1. Comentarios**

Se mantiene una comunicación y feedback permanente con todos nuestros grupos de interés, para detectar, entre otros aspectos, sus propias necesidades, sugerencias, aportaciones, etc.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **1.d Gobierno**

### **6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?**

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

#### **6.1. Comentarios**

Periódicamente se revisa el código de conducta. Está disponible para todo el mundo en nuestra [página](https://laboratorioescrituracreativa.com/2017/03/01/politica-de-privacidad-y-proteccion-de-datos/) [web:](https://laboratorioescrituracreativa.com/2017/03/01/politica-de-privacidad-y-proteccion-de-datos/)  
<https://laboratorioescrituracreativa.com/2017/03/01/politica-de-privacidad-y-proteccion-de-datos/>

También se entrega este código de conducta a toda persona colaboradora con la entidad.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **1.e Plan de Responsabilidad Social**

### **7 - Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?**

Este año existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

#### **7.1. - Comentarios**

Estoy diseñando e implementando distintas acciones para adherirnos y mantenernos en el sello RSA (todas las especificadas en este formulario-documento).

**8 - En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?**

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ....

**8.1. - Comentarios**

Dispongo de un plan de Responsabilidad Social y con indicadores que ayudan a su análisis e implementación, teniendo en cuenta otros factores como son la rentabilidad económica del negocio y resto de planes estratégicos de crecimiento y estabilidad.

---

**Puntuación sección 175,00 %**

**2 CLIENTES**

**2.a Satisfacción de Clientes.**

**9 - ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?**

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

**9.1. - Comentarios.**

Al finalizar cada semestre, se envían cuestionarios sencillos y ágiles (Typeform) a todo el alumnado para conocer su grado de satisfacción, sugerencias, propuestas, etc. También se estable un feedback consciente en cada taller, charla, encuentro, actividad, reunión, foro, etc.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

**2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.**

**10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?**

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

**10.1. - Información adicional**

Publicamos de forma totalmente transparente y sencilla toda la información relativa a nuestros productos y servicios, tanto en la página web como en todas nuestras redes sociales. Además, establecemos una cita personal e individual con el potencial cliente para resolver todas aquellas dudas o consultas antes de adquirir nuestros productos o servicios. Nuestras campañas de marketing son sencillas, claras, directas y uso de un lenguaje accesible a toda la población.

**11 - ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **11.1.- Información adicional**

Se proporciona SIEMPRE información detallada, clara, transparente, sencilla y total de todos nuestros servicios ofertados, tanto a través de la página web, como redes sociales y citas personales con clientes y potenciales clientes. Nuestras tarifas también están publicadas en la web y redes sociales.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **3 PERSONAS EMPLEADAS**

#### **3.a Seguridad y salud.**

##### **12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

##### **12.1.- Información adicional**

Recibo formación e información sobre prevención de riesgos laborales, tanto para mí, como para el resto de colaboradores y alumnado.

---

**Puntuación sección 25,00 %**

### **4 PROVEEDORES**

#### **4.a Compras responsables**

##### **13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?**

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

##### **13.1.- Información adicional**

Afrontamos este compromiso a través de varios puntos:

1. Establecemos colaboraciones profesionales con entidades y/o autónomos/as que dispongan del sello RSA y/o sean afines a nuestro código de conducta.
2. Promovemos el consumo local del pequeño comercio en el barrio donde estamos afincados.
3. Promovemos el consumo responsable y sostenible (adquirimos productos ecológicos como bolsas de tela de algodón orgánico, etc.).

---

**Puntuación sección 75,00 %**

#### **4.b Clasificación y evaluación de proveedores**

**14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?**

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**5 SOCIAL**

**5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**15 - En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de mi organización con una planificación formal

**15.1. Información adicional**

Proponemos y ofrecemos nuestros servicios formativos al barrio a través de Zaragoza Dinámica y otras entidades sociales-gestoras de la comunidad (asociaciones vecinales, plataformas vecinales, espacios culturales, etc.). También extendemos esta oferta a la ciudad de Zaragoza y otras poblaciones cercanas.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

**5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

**16.1. Información adicional**

Se diseña e implementa un plan de comunicación en nuestras redes sociales, newsletter y página web. Se evalúan los impactos a través de análisis e informes anuales.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

**6 MEDIOAMBIENTAL**

**6.a Identificación de actividades de gestión ambiental**

**17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

**17.1. Información adicional.**

En nuestro plan de actuaciones y código de conducta, se tienen muy en cuenta todos los

aspectos medioambientales de la entidad. Alta sensibilidad en este aspecto.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **6.b Plan de gestión ambiental y comunicación**

### **18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?**

Existen planes de eficiencia implantados, en seguimiento y con evaluación periódica de los resultados obtenidos

#### **18.1. Información adicional**

Se dispone de un plan de eficiencia que cumplimos a rajatabla (reducción al máximo de papel impreso, máximo cuidado en el consumo energético, utilización de materiales reciclados y/o reutilizados, jornadas de sensibilización medioambiental entre el alumnado y nuestra comunidad online, etc.).

### **19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?**

Sí, se comunica a todos los grupos de interés

#### **19.1. Información adicional**

CLIENTES: a través del foro online, redes sociales, reuniones periódicas y comunicaciones internas.

COMUNIDAD: a través de página web y redes sociales.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN: plataformas digitales como Zaragenda, Zaragoza, etc.

---

**Puntuación sección 87,50 %**

## **7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **7.a Priorización de temas**

#### **20 - Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

- 1 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 2 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 3 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 4 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 5 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Gestionar con ejemplaridad
- 8 - Capacitación y desarrollo profesional
- 9 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 10 - Disponer de presupuesto

### **7.b Valoración Global**



**21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

8

### **7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Cumplimiento exhaustivo de nuestro código de conducta, especialmente en los puntos referentes al medioambiente, transparencia, accesibilidad, paridad de género, cuidado de las personas, consumo local y responsable... Deseo que mi negocio destaque por su humanidad y compromiso con la sociedad y entorno.

**23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Todo lo relativo a la documentación-papeleo y su organización interna.

---

**Puntuación encuesta 93,06 %**