Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

Alejandra GALLEGO BELMONTE - Estudio Blu
CIF:45306421D
Felipe Sanclemente 6-8 Local 6
50001 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Estudio Blu

02 - Dirección - CP - Población

Calles Mas de las Matas 20, Oficina 3, 50014, Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Diseño y Comunicación

04 - Año comienzo actividad.

2015

05 - Número de personas empleadas

3 autónomas colaboradoras.

06 - Persona contacto

Alejandra Gallego Belmonte

07 - E-mail contacto

agallego@estudioblu.es

08.- Página web

https://www.estudioblu.es

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:
- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional,

educación, formación, etc)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Nuestro Plan de Responsabilidad Social, se basa en cuatro pilares que nosotras consideramos fundamentales y dentro de cada uno de ellos se han definido acciones concretas a realizar en cada área. Los pilares del plan de responsabilidad social son los siguientes:

+ ÁREA MEDIOAMBIENTAL, Respeto al medioambiente y detalle de acciones encaminadas a la reducción de residuos y el ahorro de energía.
+ ÁREA FAMILIAR, Acciones que abogan por una conciliación de la vida familiar, con horarios de jornada continua y adaptables para los empleados que tengan hijos. Permisos extendidos de lactancia y jornadas de formación realizadas siempre durante el horario laboral.
+ ÁREA ECONÓMICA, Creemos en las relaciones duraderas con nuestros clientes, por ello, creemos firmemente que una comunicación fluida con ellos es la base para conseguir relaciones excelentes, con transparencia y midiendo la satisfacción en todas las fases del proyecto. Todo esto se consigue orientando al equipo hacia el cliente y en búsqueda continua de sus necesidades.
+ LADIES, WINE AND DESIGN, Organización del movimiento sin ánimo de lucro LWD en Zaragoza, cuya filosofía es la lucha por la desigualdad de la mujer dentro del sector creativo, realizando talleres, charlas y formaciones.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

Si

2.1. Información adicional

Cualquier persona o entidad puede contribuir realizando acciones aunque sean mínimas que, transmitidas correctamente a otros grupos de interés, y sumadas a otras del entorno pueden resultar en cambios muy positivos para el estudio.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

No hay un presupuesto fijado anual, pero una parte de los beneficios y de los recursos procedentes de la actividad de Estudio Blu van destinados a la realización de los eventos de Ladies, Wine and Design Zaragoza. Movimiento sin ánimo de lucro para destacar el papel de la mujer dentro del ámbito creativo.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización 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.

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

5.1. Información adicional

.

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

Desde el estudio se pretende que todas las relaciones que se tengan con clientes, proveedores o colaboradores cumplan la filosofía de comunicación fluida en el tiempo para poder identificar necesidades y posibilidades de mejora en la relación.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

En el momento de empezar una relación laboral se pone en conocimiento del nuevo empleado las pautas de actuación del estudio para que todos los integrantes del equipo vayamos en la misma sintonía.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Para nosotras es fundamental que todos los valores de la empresa sean transmitidos a todas las personas que colaboran con ella, ya sean empleados, becarios o autónomos colaboradores, para que queden patentes en todos los trabajos y comunicaciones (online y offline) que hagamos como empresa.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

MEDIOAMBIENTE
Cualquier actividad produce un impacto, en mayor o menor medida, sobre el medio. Para minimizar este impacto, un primer paso es identificarlo y evaluarlo, para establecer posteriormente las mejoras necesarias. En este apartado, se proponen acciones concretas paras mejorar la gestión ambiental. Acciones a realizar:
+ Reducción de los impactos ambientales de la actividad:
+ No impresión de correos electrónicos innecesariamente.
+ Gestión eficiente de los recursos energéticos de la oficina.
+ Instalación de cubos de reciclaje en la oficina.
+ Plásticos 0, evitar el uso de los envases de plástico y su consumo lo máximo posible.
+ Utilizar elementos de papelería reciclados.
+ Trabajar con proveedores que tengan en cuenta los estándares medioambientales.
+ Fomentar el uso de materiales sostenibles entre nuestros clientes (packaging, merchan y otras aplicaciones).
+ Reutilización de papel para otros usos.
+ Optimizar el consumo de energía.
+ Aprovechar las horas solares al máximo y evitar el consumo innecesario de luz.
CONCILIACIÓN VIDA FAMILIAR
Cómo mujeres y madres queremos establecer conciliación de la vida familiar con las siguientes medidas:
+ Horario de jornada intensiva que favorezca la conciliación de 8 a 16 horas.
+ Terminación de la jornada laboral los viernes a las 15h.
+ Flexibilidad de horario de padres trabajadores para que puedan adaptarse al horario de sus hijos.
+ Jornadas de formación en horario laboral.
+ Permiso de lactancia extendido a 30 días.
ECONÓMICO
Relaciones con los clientes excelentes y duraderas, basado en las siguientes acciones:
+ Equipo orientado al cliente, en búsqueda continua de sus necesidades.
+ Satisfacción durante el proceso de trabajo basado en una comunicación fluida durante todo el
desarrollo.
+ Satisfacción con la solución propuesta, caracterizarnos por ser una agencia que da soluciones
rápidas y eficaces a los problemas de sus clientes.
+ Establecer procesos de trabajo estandarizados para los proyectos, nos permitirá optimizar los
mismos y ofrecer soluciones a nuestros clientes en un menor tiempo.
+ Política de transparencia con respecto a los proveedores utilizados.

LADIES, WINE AND DESIGN
Estudio Blu, es el responsable y organizador de los eventos de Ladies, Wine & Design en Zaragoza. LW&D es una iniciativa mundial donde mujeres del entorno creativo se reúnen en una serie de eventos al año con el fin de intercambiar experiencias sobre arte, diseño, creatividad, negocios o lo que surja. El objetivo de Ladies, Wine & Design, presente ya en más de 200 ciudades en todo el mundo, es construir una plataforma que sirva de inspiración, ejerciendo entre nosotras de mentoras y apoyando el trabajo de otras mujeres. Bajo el lema ?Empoderando a las mujeres creativas de todo el mundo? con este tipo de eventos se pretende dar visibilidad a la mujer dentro de la industria creativa.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

Tenemos en mente crear una encuesta para conocer las impresiones de forma detallada, pero mientras tanto, y de manera informal, solicitamos a nuestros clientes que nos dejen reseñas en Google si están satisfechos con los servicios prestados.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Intentamos tener un feedback continuo con nuestros clientes para segurarnos de que están satisfechos con el proceso y resultado, ello nos ayuda a detectar posibles mejoras tanto en el proyecto en concreto como en los proyectos futuros.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

Una de las actividades de mayor peso dentro de Estudio Blu es el marketing digital. En

nuestro sector es imprescindible que las personas que nos dedicamos a ello estemos continuamente actualizados y al día de las novedades del sector así como de las nuevas herramientas que aparecen en el mercado para que el servicio al cliente sea de la mayor calidad posible.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

Una vez finalizado el servicio contratado, ofrecemos a nuestros clientes diferentes posibilidades según la tipología del servicio. Ponemos a su disposición servicios complementarios de mantenimiento, gestión de contenidos, formación para la autogestión, etc. Nos preocupamos de que nuestros clientes consigan los resultados que esperan y por ello les intentamos acompañar durante todo el camino.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿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

16.1. Información adicional

Nuestros presupuestos son presentados de manera muy detallada, tanto en lo que incluye el servicio como en el coste económico. También se le informa al cliente de los plazos de resolución para cada proyecto.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

En estas reuniones se intenta conocer en que punto se encuentran cada participante de los proyectos, si necesitan algún tipo de apoyo, etc.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Uno de los pilares más importantes de nuestro plan de responsabilidad social es la igualdad de oportunidades a la hora de acceder a un puesto de trabajo independientemente del sexo, raza o religión de la persona que postula. Por ello, desde Estudio Blu somos las encargadas de organizar el movimiento de Ladies, wine and Design en Zaragoza que busca fomentar el papel de la mujer dentro del ámbito creativo y luchar por la desigualdad de género.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de concilación personal, familiar y laboral especificarlas.

Contamos con flexibilidad horaria y posibilidad de teletrabajo.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

20.1. Información adicional.

Nuestro equipo está formado de profesionales del ámbito digital, por lo que nos resulta básico ir actualizando nuestros conocimientos y por ello nos preocupamos mucho de tener una formación continua.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Tenemos a disposición una plataforma con formación constante para ir actualizando conocimientos del ámbito digital.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Intentamos siempre, en la medida de lo posible según los productos necesitados o los servicios que se ofrezcan, recurrir a terceros de nuestra misma zona.

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Solemos contar con proveedores profesionales y empresas del ámbito local en la medida de lo posible, y cuando no podemos siempre intentamos elegir empresas comprometidas con el medio ambiente.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

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

25.1. Información adicional.

Estudio Blu, es el responsable y organizador de los eventos de Ladies, Wine & Design en

Zaragoza. LW&D es una iniciativa mundial donde mujeres del entorno creativo se reúnen en una serie de talleres y eventos gratuitos para sus asistente con el fin de intercambiar experiencias sobre arte, diseño, creatividad, negocios, etc.

El objetivo de Ladies, Wine & Design, presente ya en más de 200 ciudades en todo el mundo, es construir una plataforma que sirva de inspiración, ejerciendo entre nosotras de mentoras y apoyando el trabajo de otras mujeres.

Bajo el lema ?Empoderando a las mujeres creativas de todo el mundo? con este tipo de eventos se
pretende dar visibilidad a la mujer dentro de la industria creativa.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Como hemos reflejado en el punto anterior, nos encargamos del proyecto de Ladies, Wine & Design Zaragoza de forma continua durante todo el año. Aparte de la organización de los diferentes eventos del movimiento, tambien manejamos el perfil @ladieswinedesignzgz en Instagram, en el que mantenemos una comunicación fluída con la comunidad y donde, aparte de comunicar los eventos que se van realizando, damos visibilidad a creativas de diferentes ámbitos.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Todas las integrantes de Estudio Blu estamos comprometidas con el movimiento de Ladies, Wine & Design y participamos activamente en él aportando nuestro propio trabajo para el desarrollo de los eventos y la difusión de las acciones que realizamos.

Al estar enfocado hacia las mujeres creativas y nosotras ser parte de este sector, lo ponemos en conocimiento a todas aquellas mujeres con las que nos relacionamos, sin importar si ejercen o no una profesión creativa, ya que muchas no han tenido la oportunidad de desarrollarse profesionalmente.

También ofrecemos a las mujeres que se unen a la comunidad la posibilidad de colaborar

activamente, compartiendo sus experiencias o impartiendo talleres creativos sin ánimo de lucro.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

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

28.1. Información adicional

Compartimos activamente a través de nuestras redes sociales (tanto por la del movimiento como por la corporativa y las personales) los diferentes eventos que vamos desarrollando a través de Ladies, Wine & Design así como publicaciones de inspiración con el objetivo de transmitir al resto de comunidad lo necesario que es el empoderamiento femenino.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Nuestras medidas para reducir los impactos ambientales de la actividad son:
- No impresión de correos electrónicos innecesariamente.
- Gestión eficiente de los recursos energéticos de la oficina.
- Instalación de cubos de reciclaje.
- Evitar el uso de los envases de plástico y su consumo lo máximo posible.
- Utilizar elementos de papelería reciclados.
- Trabajar con proveedores que tengan en cuenta los estándares medioambientales.
- Fomentar el uso de materiales sostenibles entre nuestros clientes (packaging, merchan y otras aplicaciones).
- Reutilización de papel para otros usos.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Tratamos de concienciar a la gente con la que colaboramos de lo importante que es tomar medidas respecto al impacto medioambiental que generamos, ya que con pequeños gestos

se pueden conseguir grandes cosas.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

En nuestro negocio no consumimos muchos materiales al ser sobretodo servicios digitales, pero intentamos optimizar al máximo nuestros recursos, reciclando residuos y reutilizando materiales como papel impreso para otros fines.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Al inicio del proyecto Estudio Blu establecimos las acciones que llevamos a cabo a día de hoy, y siempre que está en nuesta mano intentamos transmitirlas a los nuevos colaboradores y otros grupos de interés.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- 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 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
3 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
6 - Capacitar a las personas de la empresa
7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
10 - Disponer de presupuesto

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestra mayor satisfacción, tanto personal como profesional, es liderar el proyecto de Ladies, Wine & Design Zaragoza. Desde allí, intentamos dar una mayor visibilidad y potenciar el trabajo de la mujer y luchar contra la desigualdad que existe actualmente en el mundo laboral y en particular en el sector creativo.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Establecer un sistema formal donde se pueda medir de manera periódica el nivel de satisfacción de nuestros clientes y que eso nos sirva de guía para mejorar la relación tanto con nuestros clientes actuales como con los futuros.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.