

## RSA - AUTONOMOS

---

### Empresa evaluada

**Peluquería SILVIA LILIANA FREITAS ZUMAETA**

CIF:73476065N

C/Luis Ram de Viú nº: 1 Local

50006 - Zaragoza

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

Style Fresh Peluquería y Estética. Provee asesoramiento de Imagen, entregando soluciones a sus clientes. Brindando Servicios de Alta peluquería y estética con una atención personalizada.

#### 02 - Dirección - CP - POBLACION

Calle Luis Ram de Viú Nº 1 Local

CP: 50006

Zaragoza

Teléfono 620735114

#### 03 - Sector. Actividad

Servicios de peluquería señoras y caballeros y tratamientos de belleza personal y de micropigmentación

#### 04 - Año comienzo actividad.

La empresa es de reciente creación su inicio es desde 1 de Junio 2016

#### 05 - Persona de contacto

Silvia Liliana Freitas Zumaeta

#### 06 - e-mail contacto:

silviafreitas72@gmail.com

#### 07.- Página web

Sin respuesta

### 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.**

Estos temas son importantes para el negocio ya que la toma de decisiones del gobierno en tema de impuestos afecta y afecta el sector. para ser muy competitivo es necesario tener una estrategia de marketing muy buena, usando productos que cuiden la salud y el medio ambiente; recogiendo los productos usados adecuadamente. Poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo; nuestras acciones positivas causan impacto en los usuarios y finalmente en el resultado económico a obtener.

---

**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.**

Como empresarios debemos ser responsables con nuestra sociedad actuando de acuerdo con las normas del sector. usando productos no contaminantes ni invasivos a la salud. Si la empresa marcha bien podrá contribuir mas y mejor por que los impuestos se incrementaran.

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

### **3.1. Información adicional.**

Existe un precio reducido de los servicios a los Jubilados y los menores protegidos por el estado.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **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**

Es muy importante conocer al cliente, saber que tipo de tratamiento se le esta dando para cuando regrese se retome y se le pueda sugerir algún tratamiento específico. los proveedores son muy importantes por que ellos nos proveen los productos a utilizar por tanto tiene que haber una comunicación estrecha tanto con proveedores y clientes.

#### **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**

Hay una estrecha comunicación con los proveedores, mediante reuniones personales y grupales de los nuevos productos y formas de aplicación, Se tiene una tarjeta de datos tipo encuesta del cliente para darle un tratamiento personalizado.

---

**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

#### **6.1. Comentarios**

Existe un código de conducta que se revisara periódicamente de acuerdo como evoluciona la empresa.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

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

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

Estamos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social. En caso de responder a una de las tres primeras opciones, pasar a la pregunta 9.

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

La empresa es reciente por tanto el plan se encuentra en desarrollo.

#### **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**

Style Fresh se plantea objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta su plan de negocio, mercado, competencia, cumpliendo con las normativas legales de la comunidad y el estado.

---

**Puntuación sección 150,00 %**

## **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.**

Se conoce la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos y se realiza encuestas a los clientes para saber su satisfacción de clientes a través de una metodología y la mejor medida de la satisfacción es el retorno del cliente de forma periódica.

---

**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**

La información al cliente debe ser clara y transparente los precios y tratamiento se encuentran publicados en las redes sociales y en el local así mismo se les consulta si están de acuerdo con el tratamiento y su precio. Si el tratamiento es de una micropigmentación el cliente firma la carta de autorización de la realización del servicio.

#### **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**

La información del producto o servicio debe ser clara y transparente por que los productos ofrecidos entran en contacto con la piel y si la persona es alérgica podría ocasionarnos problemas.

---

**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**

Se ha realizado un curso de prevención de riesgos laborales. Los materiales de trabajo son los mas adecuados a cada trabajador para que no afecte su salud, así mismo los materiales que son peligrosos como cuchillas navajas de afeitador agujas para la micropigmentación son recogidos por una empresa autorizada.

---

**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**

Los productos utilizados tienen que ser de la mejor calidad y en tiempos de crisis los precios influyen en los usuarios. Dar el mejor servicio al cliente con productos no perjudiciales con su salud utilizando productos homologados, se protege el medio ambiente utilizando productos no contaminantes recogiendo los productos siguiendo las normas de seguridad.

---

**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 clasifican y valoran considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, fiscales y mejores prácticas

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **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 algunos planes de forma puntual

#### **15.1. Información adicional**

Se colabora con la comunidad mediante atenciones a niños tutelados por la seguridad social.

---

**Puntuación sección 25,00 %**

### **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**

Las acciones para colaborar con nuestra sociedad son voluntad de la empresa, estamos publicando nuestras buenas practicas en las redes sociales.

---

**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?**

Se analizan impactos ambientales de forma puntual

#### **17.1. Información adicional.**

Estamos en inicio de la empresa y aun no disponemos de un plan de actuación y medición del impacto medioambiental de la empresa.

---

**Puntuación sección 25,00 %**

### **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**

desarrollamos un plan de de eficiencia energética implantados, en seguimiento y con evaluación periódica de los resultados económicos obtenidos.

#### **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

Se comunica a los proveedores para que nos proporcionen mejores productos y no contaminantes e invasivos. El cliente es informado que tipo de producto estamos utilizando.

---

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

### 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?**

7

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

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

los puntos fuertes de la empresa son :

- 1.- La comunicación y fomento de buenas prácticas mediante la existencia de planes de comunicación y relaciones con los medios y redes sociales.
- 2.- Clasificación y evaluación de proveedores con Mecanismos que ayudan a conocer y clasificar y evaluar a los proveedores, por ejemplo requisitos de Responsabilidad Social, mejores prácticas, cumplimiento de normativas laborales, fiscales, medioambientales y de prevención de riesgos laborales  
Calidad del servicio y Transparencia informativa.
- 3.- la empresa proporciona información clara y honesta de su oferta comercial, políticas de precio, contratos, condiciones de pago y entrega. Gestión de las reclamaciones de los clientes.
- 4.- La Satisfacción de Clientes es esencial y fundamental para el crecimiento de la empresa.

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

Áreas a mejora:

- 1.- Existe un código de conducta que es necesario revisarlo y mejorarlo.
- 2.- Se necesita mejorar en el area de seguridad y salud. , así como disposiciones de prevención de riesgos laborales. mediante una evaluación y seguimiento de impacto.
- 3.- Revisar las medidas de responsabilidad social para mejorar su contribución a la sociedad.
- 4.- Analizar, evaluar aquellos aspectos de las actividades, productos y servicios que causan o pueden causar impacto al medio ambiente.

---

**Puntuación encuesta 83,33 %**