

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 en la rentabilidad del negocio y por tanto del sector. Para ser 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. tenemos un compromiso con la institución educativa Centro San Valero para acoger practicantes de nuestro sector.

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.

Existe un precio reducido de los servicios a los Jubilados y los menores protegidos por el estado, los productos como las agujas, y cuchillas de afeitar son recogidos y reciclados para proteger la salud de los que pudieran entrar en contacto con dicho material. por lo tanto estas acciones sociales tienen un impacto económico y ambientales.

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

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 que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente de acuerdo cómo evoluciona la empresa y en congruencia con las normas laborales y de seguridad del sector

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?

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 previo a una prueba de sensibilidad por si el cliente tiene alergia. A fin de no causarle ningún tratamiento que afecte la salud del cliente.

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 cuida la salud e higiene del cliente.

Se cuida la salud e higiene del estilista.

El local esta en buenas condiciones para realizar los trabajos,

La información del producto o servicio es clara y transparente,

E cliente es informado del servicio en forma clara y se espera su conformidad para iniciar con el servicio a entregar.

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 más adecuados a cada trabajador para que no afecte su salud,

Los materiales que son peligrosos como cuchillas navajas de afeitar agujas para la micropigmentación son recogidos por una empresa autorizada.

El personal que labora tiene una revisión médica anual.

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?

La selección de proveedores se realiza en base a una evaluación anual de aspectos ambientales, sociales, así como las iniciativas emprendidas en materia de responsabilidad social corporativa (publicación de Memorias, políticas de RSC, etc...) y otros factores considerados de riesgo (productos procedentes de países de fuera de la OCDE, etc...)

13.1.- Información adicional

Los productos utilizados tienen que ser de la mejor calidad.

Los productos son los que se adecuan a cada cliente y no perjudiciales con su salud.

Se protege el medio ambiente utilizando productos no contaminantes.

Los productos herramientas, artefactos y utensilios están homologados por la Comunidad Europea

Puntuación sección 100,00 %

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos

15.1. Información adicional

Se colabora con la formación de personas que son del sector con un convenio con el Centro de Formación San Valero

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

Se colabora con los Jubilados.

Puntuación sección 100,00 %

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?

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

17.1. Información adicional.

la empresa dispone de formas de actuar en caso de que se encuentre algún cliente con alguna enfermedad que podría ser contagiosa y no contaminar a otros clientes.

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

Desarrollamos un plan de de eficiencia energética con artefactos y luces de bajo consumo. Tenemos un medidor de agua inteligente.

Implantamos un seguimiento del consumo de energía eléctrica y agua

Evaluación periódica de los resultados económicos obtenidos con el plan energético.

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

Sí, a todos los grupos de interés, estableciendo planes de comunicación específicos para tal fin

19.1. Información adicional

Se comunica a los proveedores si hay algún producto que es perjudicial y/o afecta a la salud del cliente

El cliente es informado que tipo de producto estamos utilizando.

El autónomo está informado de la evolución de los planes y como avanza la gestión de los mismos.

Puntuación sección 100,00 %

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 - Disponer de presupuesto
- 3 - Capacitación y desarrollo profesional
- 4 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 5 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 6 - Gestionar con ejemplaridad
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 8 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

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?

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 por tanto la calidad profesional es la mejor.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Áreas a mejora:

1.- Se puede mejorar en evaluación y seguimiento de las medidas de responsabilidad social para mejorar su impacto y contribución a la sociedad.

Puntuación encuesta 97,22 %