



**Sustainable
Salon**

Sustainability standard
for schools and
companies in the Hair
& Beauty sector

Certification
4 star - system



Funded by
the European Union



Financiado por
la Unión Europea



Certificación: Sistema de 4 estrellas

Autor: Stivako

Future skills for a better life in Sustainable Salons es un proyecto europeo que pretende combinar ideas sostenibles a través de la educación y la formación con ideas innovadoras dentro del sector.

Este proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación refleja únicamente las opiniones del autor, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.

Los socios del proyecto y los socios asociados dentro de este programa son:



© Proyecto Salón Sostenible 2023, Erasmus+ 2020-1-NL01-KA202-064515. Prohibida la reproducción total o parcial de este documento sin la autorización de Stivako (coordinador del proyecto) y de los autores. Versión 1.

Dirección de contacto: Stivako info@stivako.nl. Página web del proyecto: www.sustainable-salon.info.

0. Introducción

El cuidado del medio ambiente significa que la empresa tiene en cuenta las consecuencias para el medio ambiente en cada actividad y gasto. El término sostenibilidad o empresa sostenible también se utiliza con este fin. El cuidado medioambiental se refiere a los efectos sobre el medio ambiente, tanto a corto como a largo plazo. El cuidado del medio ambiente, por ejemplo, evita que las actividades empresariales se vean comprometidas por barreras naturales como el agotamiento de los recursos o la inaccesibilidad. El cuidado del medio ambiente también genera ahorros. Piense en ahorros directos, como la reducción de los costes energéticos o de aprovisionamiento, pero también en ahorros indirectos, como una mayor implicación de los empleados, que puede traducirse en una menor rotación y un menor absentismo. Otra ventaja del cuidado del medio ambiente/sostenibilidad es que también ofrece un distintivo frente a los competidores. Un buen nombre en sostenibilidad puede ser el factor distintivo en el futuro. Las partes interesadas (stakeholders) consideran importante que las empresas actúen con responsabilidad; ninguna empresa puede evitar dar respuestas a las preguntas del gobierno, de los ciudadanos, clientes o grupos sociales.

Un certificado es la prueba de una evaluación independiente de un aspecto de su organización. El sistema de gestión medioambiental para la industria de la peluquería está adaptado al sector y sigue la norma ISO-14001.

El sistema de cuidado del medio ambiente desarrollado en el proyecto Sustainable Salon fue creado para hacer el cuidado del medio ambiente en las empresas aplicable y medible. Por así decirlo, el sistema proporciona una percha completa para integrar prácticas empresariales sostenibles en las operaciones de los salones de peluquería o en las áreas de prácticas de las escuelas de peluquería. El sistema (y los formularios de auditoría) indica los requisitos que deben cumplir las medidas y las instalaciones; la interpretación concreta de estos siempre sigue siendo una elección de la propia empresa/escuela.

1. Certificación

Un certificado es una declaración escrita que suele servir como prueba de la calidad de una empresa, unas personas, un servicio o un producto. La emisión de un certificado suele basarse en varios criterios: normas, requisitos legales o reglas del sector. La expedición de un certificado suele ir precedida de un

verificación, como una inspección, auditoría u otra forma de verificación. De este modo, los productos, procesos, servicios, sistemas o personas pueden optar a un certificado. La certificación es, por tanto, un proceso de verificación. Por ejemplo, si un salón de peluquería cumple los requisitos de sostenibilidad. Estos requisitos se describen en un denominado sistema de sostenibilidad en el que se define cuándo una peluquería cumple o no los requisitos. Esto se determina mediante una inspección (auditoría) realizada por una organización externa (organización de certificación) y, si la empresa lo cumple, recibe un certificado o marca de calidad. Esto le permite demostrar a sus clientes, proveedores y otros que se han cumplido determinados requisitos (por ejemplo, en materia de sostenibilidad).

2 Certificación dentro del sistema de gestión medioambiental de Peluquería y Estética

Dentro del sistema establecido en el proyecto, se optó por una certificación por etapas.

El sistema de gestión medioambiental para el sector de la peluquería y la estética se ha desarrollado con un modelo de crecimiento como punto de partida. Esto permite a todo tipo de usuarios abordar el inventario y la evaluación de las condiciones medioambientales dentro de su empresa o centro de enseñanza a su manera y a su propio nivel. El sistema de cuidado del medio ambiente tiene un total de cuatro niveles, el primero de los cuales es Inicio
Introducción ¡Cuidado del medio ambiente!

Nivel 1: una estrella: Concienciación

En este nivel, la empresa/escuela ha empezado a aplicar el cuidado del medio ambiente. Han completado/completarán los autoescaneos para hacerse una idea de su posición sobre el cuidado del medio ambiente a un nivel generalista y leerán sobre ello utilizando los diversos documentos tal y como se han desarrollado dentro del proyecto Salón Sostenible y otra información.

Nivel 2: dos estrellas: Determinación de la posición

Utilizando los formularios de auditoría interna Práctica y Sistema y el cuaderno de trabajo, determinarán su posición, establecerán prioridades y desarrollarán el plan de acción.

Nivel 3: tres estrellas: Cuidado medioambiental aplicado

Se ha aplicado el plan de acción y las medidas que deben adoptarse a nivel de la práctica y del sistema. se han llevado a cabo. Se ha realizado una auditoría interna posterior para comprobarlo. O bien se ha encargado una auditoría a un auditor externo, que la ha certificado.

Nivel 4: cuatro estrellas: Mejora continua

Después de la aplicación y la adecuación, la empresa/organización sigue mejorando el medio ambiente mediante la introducción de: "mejora continua". También comunica externamente sobre su sostenibilidad y aspectos medioambientales a sus partes interesadas: clientes, gobierno (municipio), proveedores,

empleados, etc.

ISO-14001 standard	Not present	* START IMPLEMENTATION * ENVIRONMENTAL CARE	** CORE LEVEL	*** ENVIRONMENTAL CARE IMPLEMENTED	**** CONTINUE improvement
		Awareness	Position determination	Fully implemented	Improvement cycle present in the company
		Completing self-scans	Completing Internal audit forms practice and system	Actionplan: actions from the audit forms practice and system	Implementing continuous improvement
Milieu en energie op de werkplek (Norm 8)		<u>Extended self assessment scan: Is your company/school sustainable?</u>	Audit form Hair and Beauty: Practice audit ISO 14001	Implementing actions action plan (system and practice)	Best Available Techniques OBJECTIVES-SMART Additional recommendation: Communicating externally (marketing image)
Milieu en energie bewustzijn (Norm 7)		<u>Awareness scan salons: https://zelfscan.eu/awareness_salons</u>			
Milieu en energie Organisatie (Norm 4-5-6-9-10)		Scan Organization context of a sustainable salon (only in English)	System description (sustainable-salon.info)		
Relevante achtergrond informatie		<ul style="list-style-type: none"> • - Handbook • - Learning material • - Stickers project • - Magazine project • - Other information 			

2 Mejora continua

La mejora continua es un enfoque en el que los empleados de todos los niveles de una empresa colaboran proactivamente para conseguir mejoras incrementales periódicas. El resultado y también beneficio es una mayor satisfacción laboral y un mayor compromiso, y eso de forma continua.

En la base de la mejora continua, por ejemplo del cuidado del medio ambiente, está que no se trabaja más, sino de forma más inteligente. Este método, originario de Japón, se centra específicamente en el lugar de trabajo y en estimular las iniciativas de los empleados.

Se aprende haciendo, que es de lo que trata la mejora continua. Además, da mucha energía cuando a los compañeros les gusta mejorar y se inspiran. Aumenta el rendimiento, se atiende mejor al cliente y hay más satisfacción y compromiso en el trabajo. Este método tiene un impacto positivo en el desarrollo del equipo, porque la mayoría de las sugerencias proceden directamente del taller.

¿Cómo abordan la mejora como equipo en la práctica?

Un método muy utilizado es el de Planificar, Hacer, Comprobar, Actuar (PDCA). En este ciclo, un equipo trabaja de forma estructurada y paso a paso hacia una solución. En este caso, el gestor desempeña el papel de entrenador. Para ello

Para que el ciclo tenga éxito, la implicación de la dirección es esencial. Está permitido cometer errores, siempre que todo el mundo aprenda de ellos y se pase al siguiente ciclo. Un ciclo PDCA puede tener el siguiente aspecto esto:

- Definir claramente el problema
- Recopilar datos
- Analizar los hechos
- Generar soluciones
- Aplicar/implementar
- Control y seguridad, aprendizaje

En los equipos que trabajan satisfactoriamente en la mejora continua, ésta forma parte de sus actividades diarias. No requiere funciones o competencias especiales en la organización. En su lugar, los empleados confían en su propia

conocimientos, sentido común y lógica. La combinación de conocimientos, experiencia y habilidades del equipo es más que suficiente para el éxito. Cometer errores también forma parte de ello. Una mejora continua

La cultura sólo tiene posibilidades de éxito si las personas se sienten seguras de cometer errores para poder aprender.

Mejora continua: principios básicos

Así pues, la mejora continua puede aplicarse en todas partes y por todos. Esto puede sonar como una receta para el caos; en todas partes y por todos. Porque para evitarlo, se han definido 5 principios básicos dentro de este pensamiento;

1. Trabajar en pequeños pasos: las mejoras se llevan a cabo en pequeños pasos que pueden aplicarse en un plazo relativamente corto (formular objetivos alcanzables).

2. Aportaciones de todos: independientemente de quién vaya a aplicar una mejora, todos los miembros de la empresa/organización pueden contribuir a las posibles mejoras.

3. Propiedad: la propiedad de la mejora recae en los empleados, no en el liderazgo/gestión. Se faculta a los empleados para que apliquen las mejoras de forma independiente y según su propia perspicacia y capacidad.
4. Comunicación: la necesidad de cambio y mejora se comunica con claridad. Esto garantiza que todo el mundo sepa lo que está pasando.
5. Análisis: se analizan las mejoras para ver si se consigue el efecto deseado.

3 Mejores técnicas disponibles (MTD)

El término Mejores Técnicas Disponibles (MTD) designa los métodos más eficaces, técnica y económicamente viables, para evitar las emisiones y otros efectos adversos sobre el medio ambiente de una empresa. Éstas se aplican si son técnica y económicamente viables para el sector de la peluquería y la estética. En el sistema de la norma ISO 14001 y por legislación, usted está obligado, cuando se desarrollan las Mejores Técnicas Disponibles, a aplicarlas en su empresa.

Para aclarar el concepto de Mejores Técnicas Disponibles, se utiliza la siguiente interpretación de los tres elementos:

1. "Mejor" significa "mejor para el medio ambiente en su conjunto", sopesando el impacto de la técnica considerada en los distintos aspectos medioambientales (aire, agua, suelo, residuos);
2. "Disponible" indica que se refiere a algo disponible en el mercado y de coste razonable. Se trata, por tanto, de técnicas que ya no están en fase experimental, sino que han demostrado efectivamente su valor en la práctica empresarial. El precio de coste se considera razonable si es factible para una empresa "media" del sector y no es desproporcionada en relación con el resultado medioambiental conseguido;
3. Las "técnicas" son tanto tecnologías como medidas organizativas. Se refieren tanto a ajustes en los procesos como al uso de materias primas menos contaminantes, medidas de final de proceso (medidas adoptadas para mejorar el medio ambiente una vez que los residuos ya han sido eliminados) y medidas de gestión de residuos. (datos de baja) y las buenas prácticas empresariales.

4 Formular objetivos

Los objetivos SMART hacen que los deseos vagos sean concretos y mensurables. ¿Qué son los objetivos SMART? SMART significa:

- Específica, nombra los detalles y deja claro lo que tienes en mente. Haz que tu objetivo sea específico describiendo lo que quieres conseguir en términos concretos. No utilices palabras que puedan ser interpretados de diferentes maneras.
- Mensurable, vincule los números a sus objetivos. Piense en el volumen de negocio, el número de transacciones, el plazo de entrega o el grado de satisfacción de sus clientes. Expresé estas cifras en porcentaje o en números fijos. Asegúrese también de que puede medir estas cifras.
- Aceptable, todos los implicados en los objetivos deben estar de acuerdo. Sin apoyo, poco saldrá de tus objetivos. Implique a sus colegas y básiense en experiencias pasadas. Sólo cuando tú y los demás apoyéis los objetivos, éstos serán aceptables.
- realista, haz que los objetivos sean alcanzables. El truco está en no hacerlos demasiado fáciles, pero tampoco inalcanzables. Si el objetivo es demasiado fácil, no hay necesidad de esforzarse más. Además, saber que no lo vas a conseguir puede ser desmotivador. Un objetivo realista es un objetivo ambicioso. reto que le complace hacer el esfuerzo.
- Con plazos, anota en un papel cuándo empiezan y terminan las actividades. Un plazo facilita la planificación.

Cuando tu objetivo SMART llega a su punto final, es el momento de evaluar. Analiza lo que ha ido bien y lo que puede mejorarse. A partir de ahí, establece nuevos objetivos SMART.

Cuando fijas objetivos con este método, se vuelven claros y concretos. ¿Trabajan juntos? Entonces todo el mundo tiene claro en qué estáis trabajando. Y si trabajas solo, los objetivos SMART te mantendrán centrado. El método SMART sirve para todo tipo de objetivos. Al dejar claro lo que quieres conseguir, siempre tienes una idea clara de para qué lo estás haciendo. Sólo tienes que tener cuidado de que estos marcos no limiten tu creatividad y tu falta de límites.

5. Imagen (mejora)

Una imagen sostenible es cada vez más importante y esa importancia no hará sino crecer con las nuevas generaciones de clientes. La sostenibilidad hace que la gente se sienta positiva y comprometida. ¿Es usted sostenible? Entonces te preocupas por la naturaleza y por la contribución de tu empresa/escuela a ella. Una imagen sostenible es valiosa, pero no es fácil de conseguir y mantener.

¿Qué es una imagen?

La imagen es la imagen que existe de una persona, institución o empresa. Si una imagen es ampliamente conocida por un grupo objetivo, un público o una relación, puede tener consecuencias tanto positivas como negativas. La imagen viene determinada por varios factores. Por ejemplo, las opiniones de otras personas pueden determinar la imagen de una persona, institución o empresa. El rendimiento también desempeña un papel importante: si los servicios se prestan como se espera que sea positivo, pero si se producen desviaciones, esto puede dañar la imagen.

Construir una imagen sostenible

La sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente se han vuelto indispensables en cualquier industria. Si usted mismo no trabaja en ello, los clientes, los socios comerciales o los medios de comunicación pueden llamar a su puerta pidiéndole explicaciones. La sostenibilidad es un término que aparece cada vez con más frecuencia y al que toda persona se enfrenta tarde o temprano. También como propietario de un salón de peluquería y estética o de una escuela con salón propio.

Este sistema de gestión medioambiental se ha desarrollado específicamente para su sector y se basa en el sistema ISO 14001. ISO 14001 es una norma internacional para sistemas de gestión medioambiental. En el campo del medio ambiente, es la norma más ampliamente aplicada. Con la introducción de la ISO 14001, la política medioambiental se aplica en toda la organización. La norma se centra en la mejora continua de los resultados medioambientales y la protección del medio ambiente.

Canales que conforman la imagen

- En línea: motor de búsqueda, sitio web, redes sociales, otros sitios web y listados, reseñas y valoraciones.
- Clientes de boca en boca
- Diseño y aspecto de edificios e interiores
- Artículos en prensa: revistas especializadas, periódicos, etc.
- Volantes, folletos, carteles, pegatinas, etc.
- etc.

Imagen influyente

Con un sistema de cuidado del medio ambiente implantado, puede causar una impresión positiva en las partes interesadas. A la hora de influir en la imagen, puede utilizar el plan de 4 pasos.

Etapa 1 Enumerar y analizar

El primer paso es hacer un inventario de lo que se puede encontrar actualmente sobre la empresa en Internet y offline. A continuación, puede analizar qué imagen online/offline tiene actualmente.

Etapa 2. Establecer la imagen deseada

Tras el inventario, se puede determinar cuál debe ser la imagen de la empresa y qué quiere proyectar

a su entorno. Una vez establecido esto, se determina qué y cómo esa imagen se puede cambiar.

Paso 3 Eliminar, modificar y adaptar

El siguiente paso consiste en eliminar toda esa información encontrada (en línea) o modificarla de forma que se ajuste a la imagen deseada. Las reseñas, por supuesto, no se pueden cambiar. A veces, sin embargo, tendrá que lidiar con información que es más difícil de eliminar. En estos casos, tendrá que dirigirse a un propietario/administrador/moderador para que lo haga por usted. Normalmente lo harán, siempre que presente una solicitud bien redactada y argumentada.

Paso 4 Seguimiento

El último paso, y el más importante, es hacer un seguimiento continuo de la imagen. Para hacerlo de forma óptima, hay que seguir haciendo tres cosas: supervisar (seguir escaneando qué información aparece en línea y fuera de línea), mantenerse al día y estar atento (mejorar constantemente y, sobre todo, estar al tanto de la imagen que desea construir).