

## RSA - AUTONOMOS-AS

---

### Empresa evaluada

**CLAUDIA GADEA MILIÁN**

CIF:730\*\*\*\*\*

50009 - Zaragoza

### DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

Claudia Gadea Milián

Autónoma

Consultora de Diseño de Servicios y Experiencia de Usuario

#### 03 - Sector. Actividad

Consultoría Diseño de Servicios y de Experiencia Usuario

#### 04 - Año comienzo actividad.

2024

#### 05 - Persona de contacto

Claudia Gadea Milián

669687302

#### 07.- Página web

En proceso...

[www.claudiagadea.com](http://www.claudiagadea.com)

### 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)

Se conocen de forma general pero no se tienen en cuenta a corto plazo

#### 1.1. Información adicional.

Afectan y se tienen en cuenta, pero en este momento, de forma secundaria.

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

### **2 - Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

No hay una planificación formal

#### **2.1.- Información adicional.**

A pesar de todavía no existir una planificación formal, en el día a día del negocio y la empresa se tiene muy en cuenta a las personas y al medioambiente.

Las personas son el centro del Diseño de Servicios y el Diseño Centrado en las personas y como tal, siempre son la prioridad y se tiene en cuenta a la gran pluralidad existente. En cuanto al medioambiente, se trabaja lo más digitalmente/telemáticamente posible para reducir al máximo el consumo de papel y los desplazamientos, los cuales, de tener que darse, se realizan siempre que es posible en este orden de prioridad: bicicleta pública, transporte público, coche privado.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **3.1. Información adicional.**

De momento no existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales debido a que es un proyecto incipiente pero en el futuro se considerará, sobre todo a retos sociales debido a la filosofía que se tiene de Diseño Centrado en las Personas

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

### **4 - Tiene identificados 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

#### **4.1. Comentarios**

Conozco a los stakeholders más directos, clientes, posibles colaboradores... pero falta ahondar en posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos

### **5 - ¿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.

#### **5.1. Comentarios**

Actualmente conozco las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal pero estoy en proceso de realizar entrevistas, focus groups y testeos con varios grupos de interés para conseguir una mayor información sobre sus necesidades, su expectativas, sus puntos de dolor y los puntos de valor, todo en pos de mejorar el servicio

en lo referente a la experiencia de los clientes

## Gobierno

### 6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?

No se siguen

#### 6.1. Comentarios

Como tal no hay un código de conducta pautado y expresado en ningún documento ya que únicamente soy yo la persona que lleva el negocio y no lo he plasmado en ningún documento.

El código de conducta que se sigue es el mío propio, el de ser buena persona y ayudar al cliente y a todos los que me rodean en todo lo que puedo, dar aunque sea sin recibir nada a cambio, trabajar duro y buscar la excelencia y la satisfacción total del cliente, buena comunicación, transparencia... aplico el sentido común y el buen hacer a todo mi negocio.

## Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### 7.1. - Comentarios

Respecto a la Responsabilidad Social, estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social para próximamente desarrollarlas, aplicarlas y ampliarlas

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

No existe Plan de RS, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

#### 8.1. - Comentarios

Actualmente, de momento, no tengo plan de Responsabilidad Social ni acciones muy concretas y desarrolladas por lo que todavía no tengo objetivos ni indicadores pero intento que todos mis actos y los de mi negocio sean Responsables Socialmente

## CLIENTES

### 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.

Mi propia actividad, el Diseño de Servicios, se basa en la experiencia de los clientes de una

empresa, organismo o administración pública y por tanto, la satisfacción es uno de los componentes más importantes de la misma por lo que desde el principio estoy llevando a cabo testeos con clientes y potenciales clientes del servicio y recogiendo información sobre su experiencia, satisfacción, puntos de mejora o dolor, puntos de valor... para potenciarlos en mi negocio, siempre teniendo muy en cuenta al cliente y mejorando continuamente. La metodología del Diseño de Servicios y la filosofía del Diseño Centrado en las Personas se basa en eso mismo y para mi es de las cosas más importantes en un negocio.

De hecho, creo que las encuestas se quedan muy cortas a la hora de recoger la información en cuanto a la experiencia y satisfacción de un cliente en un servicio y que no son la mejor forma de detectar los puntos de mejora y de valor de un servicio y por tanto, de mejorarlo en base a los clientes.

Para realmente saber e incorporar la opinión de los clientes, colaboradores, trabajadores... en un servicio lo mejor es realizar un plan de investigación basado en hacer entrevistas cualitativas a varias personas de cada grupo de stakeholders más importantes, realizar un mapa de experiencia del usuario (o trabajador, colaborador...) y con todo ello detectar los puntos de dolor/mejora de cada stakeholder. En base a dichos puntos de dolor, se proponen ideas para solucionarlo con ejercicios de Brainstorming y posteriormente se realizan prototipos de las soluciones priorizadas y elegidas y se testean con clientes o potenciales clientes. Gracias al testeo se recoge más información, lo que permite seguir mejorando el prototipo hasta fidelizarlo e implementar la solución.

Este es el proceso que sigo con mis clientes y proyectos y que aplico en mi propio negocio.

## **Calidad del servicio y Transparencia informativa.**

### **10 - ¿Cómo realiza en su negocio la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

#### **10.1. - Información adicional**

Para la prestación del servicio en mi negocio se tienen en cuenta aspectos sociales y ambientales para ofrecer a los clientes un servicio responsable.

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

#### **11.1.- Información adicional**

Se proporciona información a los clientes de las características de los servicios que se ofrecen mediante un briefing al principio de cada proyecto o de la hoja de encargo

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Seguridad y salud.**

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

Se ha realizado un informe de evaluación de riesgos

### **12.1.- Información adicional**

Actualmente no hay ningún protocolo de seguridad ni de riesgos laborales ya que no existe ninguno.

En el futuro, en caso de haberlos, se realizará lo oportuno y se informará bien a los empleados y se hará cumplir

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

## **13 - ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?**

En la compra de productos, bienes y servicios, no se han definido criterios medioambientales y sociales.

### **13.1.- Información adicional**

Los criterios de compra para los productos, bienes y servicios, a pesar de no haberlos definido en ningún documento o protocolo, los implemento a la hora de tomar decisiones de compra. Realmente para mi negocio, al ser un servicio de consultoría para empresas, organizaciones y administraciones centrado en el Diseño de sus Servicios y Experiencia de sus Clientes y Usuarios, no es necesaria la compra de material aparte de herramientas digitales y de material de papelería, el cual se realiza en negocios de Zaragoza.

En cuanto a la "compra de servicios" o colaboración con otros servicios, también se priman los negocios de Zaragoza y nacionales en su defecto.

### **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?**

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.

## **SOCIAL**

### **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 los valores sin planificación específica

### **15.1. Información adicional**

Se colabora en proyectos, formaciones y participaciones ciudadanas, ayudando en lo siguiente: en mejorar sus experiencias cuando necesitan un servicio, en hacer los servicios

y la información más accesibles a todos, independientemente de su género, orientación, capacidades, edad, nivel educativo... todo ello con el fin de ayudar a las personas a mejorar su calidad de vida y su acceso a todos los servicios y a reducir las desigualdades de todo tipo, ayudando con lenguaje fácil y procesos fáciles, intuitivos y con ayuda.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

No se comunican

#### **16.1. Información adicional**

Actualmente no se comunican de forma sistemática pero el plan es que se publiquen en rrss y en la web

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad.

#### **17.1. Información adicional.**

Se tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad en lo siguiente:

Se aprovecha al máximo el material de papelería que se compra y utiliza, así como se intenta utilizar únicamente en lo imprescindible.

Se trabaja mayoritariamente de forma digital y por tanto el 90% de la documentación es digital y no se imprime a no ser 100% necesario por practicidad, por obligación o por necesidad del cliente o de la persona usuaria.

Además, en las impresiones se intenta aprovechar al máximo la superficie del papel y se recicla todo el material cuando ya no se utiliza.

En cuanto a los desplazamientos, se realizan por este orden de prioridad: a pie, en bicicleta pública, en transporte público, vehículo propio.

## **Economía circular y comunicación**

### **18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?**

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### **18.1. Información adicional**

Se intenta aprovechar al máximo los productos, se reciclan los residuos generados y se intenta utilizar productos reciclados y reutilizar al máximo los materiales

### **19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se**

### **comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

No de una manera formal

#### **19.1. Información adicional**

Actualmente no se comunican de manera formal las actuaciones en materia ambiental del negocio

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

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

### **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?**

6

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Uno de mis puntos fuertes es la importancia que tienen todas las personas (usuarias, clientes, colaboradores...) en mi negocio y en los proyectos que desarrollo para mis clientes bajo la filosofía de Diseño Centrado en las Personas, la cual transmito también a todas las personas con las que interactuo en el desarrollo de los proyectos, entrevistas, colaboraciones, networking, formaciones...

El poner a las personas en el centro, escucharlas de verdad, empatizar con ellas de verdad y mejorar los servicios que damos como empresas y organizaciones a las personas, tiene la capacidad de conseguir que la sociedad y la vida sea más fácil y más agradable para todos los tipos de personas y mejorar su bienestar y su potencial.

Ese el granito de arena que apporto y quiero seguir aportando día a día :)

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

En cuanto al área de mejora, me gustaría, en el futuro, poder aportar más ayudando a

asociaciones y organizaciones sin ánimo de lucro a mejorar su servicio y experiencia de sus usuarios para aportar mi granito de arena y mejorar el bienestar de muchas más personas

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

### **¿Conoce la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, conozco la Agenda 2030 pero no he establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

### **En caso afirmativo, ¿tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.