

RSA - PYMES

Empresa evaluada

DISEIA ESTUDIO, S.L.

CIF:B70*****

50014 - Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Diseia Estudio S.L

02 - Dirección - CP - Población

Avenida Puente del Pilar 29, local 7A
50014 Zaragoza
España.

03 - Sector. Actividad

Interiorismo, reformas e imagen de marca

04 - Año comienzo actividad.

2019

05 - Número de personas empleadas

0

06 - Persona contacto

Mireia Lucas Calvo

07 - E-mail contacto

hola@diseia.com

08.- Página web

www.diseia.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Las tendencias globales nos afectan de distintas formas. Por un lado la economía afecta a futuros clientes, si su estabilidad económica es dudosa, invierten menos en diseño y asesoramiento. Es decir, tenemos en cuenta el índice de riqueza de la población a la que nos dirigimos para fijar los precios de mis servicios. Por otro lado las normativas de urbanismo las tenemos siempre presentes para un correcto asesoramiento a los clientes, así como las subvenciones por parte del ayuntamiento para reformas, o mejoras en viviendas y negocios que puedan ser beneficiosas para nuestros clientes. Sin olvidar las nuevas normativas y las actuales certificaciones de materiales que se instalan en las reformas, aconsejamos a nuestros clientes el uso de materiales naturales, libres de tóxicos, de empresas con buenas prácticas y de proximidad.

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

Si

2.1. Información adicional

Todas las empresas tenemos que aportar nuestro granito de arena para afrontar retos a nivel global.

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

3.1. Información adicional

En nuestros proyectos analizamos y damos a conocer a nuestros clientes cómo ha sido el impacto medioambiental de su proyecto.

4.- ¿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

4.1. Información adicional

Lamentablemente no hemos podido fijar ningún presupuesto para ayudar a proyectos sociales o medioambientales, debido a que no hemos obtenido suficientes beneficios. Si hemos dedicado tiempo a proyectos sociales.

El objetivo es destinar anualmente un porcentaje de los beneficios a un proyecto medioambiental.

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

Tenemos identificados a:

Clientes: tenemos clasificación de 4 grupos distintos de clientes. El trato suele ser continuo, online y presencial, cercano, profesional y transparente.

Proveedores: empresas que me suministran materiales, Poco a poco vamos ampliando el listado de empresas que cuentan con certificados, buenas prácticas con sus empleados, materiales naturales y/o que destinan beneficios a ayudar a proyecto sociales o medioambientales.

Gremios y PYMEs: Subcontratas con las que creo buena relación, siempre dialogando todos los aspectos que nos afectan y creando relaciones de "ganar-ganar". Buscamos gremios (autónomos) y pequeñas empresas cercanas a los espacios de actuación. Intentamos minimizar las emisiones contaminantes de los desplazamientos.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

6.1. Información adicional

El contacto y las relaciones sociales con todos los grupos de interés son muy importantes para nosotras y las tenemos siempre presentes. Por ello tenemos "feedback" continuo de todas ellas de manera personalizada e informal. Si en algún momento hay una carencia o deficiencia se subsana de la forma más rápida posible.

Con los clientes realizamos un formulario más formal, al finalizar 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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Contamos con un protocolo de actuación con los clientes para que todos sean tratados de la misma forma.

Además realizamos reuniones periódicas para tratar asuntos de la organización que van asentando las bases.

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

No tenemos personas contratadas pero ambas socias estamos en sintonía con los valores y objetivos de la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Queremos mejorar nuestro entorno social y por ello tengo en la política de precios de la empresa, descuento para asociaciones u organismos con la misión de mejorar la vida de los más desfavorables, y/o el planeta.

También apostamos por las soluciones más saludables tanto en material, como los procesos del mismo y su contaminación en el planeta que recomiendo a nuestros clientes y difundimos entre nuestros seguidores de redes sociales.

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

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

10.1. Información adicional

No existe plan

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

A todos los clientes les enviamos un formulario para valorar el servicio prestado una vez que finaliza la relación.

Pero de manera informal y cercana siempre estamos pendiente de cumplir con sus expectativas durante todo el proceso de proyecto.

Estamos creando una plataforma online de seguimiento que sí contará con una encuesta de satisfacción a mitad del proceso y otra al finalizarlo.

Cuando hacemos el lanzamiento de un producto o servicio nuevo, realizamos una encuesta de satisfacción para mejorarlo antes del lanzamiento oficial.

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

Se identifican mejoras de manera esporádica pero no se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

Realizamos una encuesta de satisfacción del cliente al finalizar nuestros servicios y aplicamos las mejoras necesarias tras recibir los resultados.

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

Actualmente estamos implantando una nueva plataforma de comunicación con los clientes de forma online y exclusiva para ellos.

Además de un documento de Impacto Ambiental para que conozcan cómo han influido sus decisiones a lo largo del proceso en materia de sostenibilidad.

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

14.1. Información adicional

Presentamos un informe al cliente.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

Somos una empresa pequeña que trabaja de forma personalizada para cada cliente y atendemos a sus necesidades antes, durante y después de cada proyecto.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

De algunos productos se proporciona información sobre sus características

16.1. Información adicional

Durante los procesos de toma de decisiones se analiza con el cliente las distintas opciones que puede escoger con sus correspondientes características. Una vez seleccionadas quedan reflejadas en el presupuesto.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalúa

17.1. Información adicional

No se evalua

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)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

No tenemos personas contratadas, por lo que no contamos con estos planes.

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?

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

No existe un plan de actuación ya que ambas socias conciliamos nuestras vidas personales, familiares y laborales de forma ágil, adecuada y facilitadora.

Formación y desarrollo profesional

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

No hay una identificación formal de las necesidades de formación.

20.1. Información adicional.

La formación y el desarrollo profesional se realizan cuando vemos una necesidad y la empresa asuma dicha inversión económica.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

Actualmente no contamos con un programa específico ya que no contamos con personas empleadas.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Contamos un seguro de responsabilidad civil.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Nuestra filosofía de empresa es ser lo más sostenibles posibles, tanto ambientalmente como socialmente, por ello todas nuestras contrataciones o compras deben cumplir unos criterios altos de sostenibilidad. Desde nuestras tarjetas de visita con papel con semillas, 100% orgánico y compostable, hasta los componentes tecnológicos que cumplen un ahorro energético alto.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

Buscamos continuamente proveedores que estén alineados con nuestra filosofía y ética en el trabajo. Por ello un aspecto fundamental es el compromiso social con sus trabajadores y la sociedad y su compromiso mediambiental, tanto en el ahorro de agua en fabricación, como la reducción de contaminación tanto en producción como en envío. Nos gusta trabajar con proveedores de la zona para evitar desplazamientos innecesarios.

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

Nos encanta la colaboración e implicarnos en proyectos sociales, es por ello que solemos colaborar con el banco de alimentos. Además colaboramos en proyectos puntuales. El último en el que hemos colaborado ha sido en Territorio Sisón de la mano del Bosque Sonoro de Mozota este Mayo 2024.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Realizamos todo tipo de proyectos de interiorismo, mobiliario y gráfico. Por tanto cuando una organización sin ánimo de lucro / un proyecto social / etc. nos contacta para realizar un proyecto, ofrecemos un descuento especial para poder aportar nuestro granito de arena a su lucha.

Hemos realizado la identidad gráfica y el diseño interior del espacio Dacapo en Zaragoza, para mujeres en riesgo de exclusión social, así como un diseño gráfico para la organización MISEVI.

También hemos colaborado en Believe in Art, en Asociación de Mujeres Aragonesas de Cáncer Genital y de Mama.

Así como nuestra última colaboración con Bosque Sonoro de Mozota por la lucha por la racionalidad energética.

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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Creemos firmemente en el poder de los procesos colaborativos y es por ello que animamos a participar a todas las personas que van a ser usuarias de los proyectos a participar. Solemos trabajar a partir de una primera toma de contacto con una encuesta online que enviamos a todas las personas implicadas en las organizaciones para que puedan aportar su opinión y tenga la misma validez que las de personas con más altos cargos. De esta forma conseguimos sacar una agenda de necesidades y objetivos reales desde los que empezar a trabajar.

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

28.1. Información adicional

Utilizo las redes sociales para dar a conocer los proyectos en los que participamos para dar a conocer tanto los proyectos como los avances. Contamos con un programación de comunicación dónde alternamos diferentes tipos de contenido.

Además fomentamos las buenas prácticas en cuanto al uso de materiales saludables.

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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Desde 2019 estamos muy comprometidos con el Impacto Ambiental que las reformas generan, ya que somos uno de los sectores más contaminantes. Es por ello fundamental el traslado hasta los puntos limpios establecidos de las materias a reciclar clasificadas de forma correcta.

Además nos gusta intentar reutilizar materiales so elementos que pueden tener una segunda o tercera vida.

Actualmente estamos desarrollando unos medidores para informar a nuestros clientes de dicho aspecto en sus proyectos y así, también nosotros poder sacar datos de estas actuaciones.

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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

30.1. Información adicional.

En nuestro programa de comunicación integramos comunicaciones de este ámbito ya que es uno de los aspectos de nuestra filosofía de trabajo. Internamente apostamos por soluciones diarias para enfrentarnos a ello, desde el uso de papel reciclado (siempre y cuando sea imprescindible, ya que solemos trabajar de forma telemática), gestión de pequeños residuos de oficina, etc. Creemos que dar ejemplo es la herramienta más poderosa.

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

Desarrollamos acciones de economía circular adaptadas a las posibilidades de cada cliente y su proyecto.

Siempre proponemos medidas de ahorro, materiales no contaminantes, reutilización y reciclaje de materiales.

En nuestro día a día también asumimos estas prácticas.

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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Comunicamos nuestro día a día y de manera organizada con un plan de marketing acciones, conceptos, iniciativas, conocimiento, etc, que pueden ayudar a nuestros clientes o futuros clientes a ver una manera diferente de enfrentarse a un proyecto de interiorismo o naturaleza de marca.

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Al ser una empresa pequeña, la agilidad para el cambio y la mejora es un punto fuerte. Ya que enseguida podemos ver los puntos de mejora y aplicar cambios. Así como el trato personalizado con cada cliente nos lleva a explorar alternativas novedosas, enriqueciendo nuestros conocimientos. También estamos muy felices de poder ser un ejemplo de sostenibilidad y economía circular.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Tenemos que trabajar en obtener datos precisos para poder tomar mediciones y decisiones.

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 3. Salud y bienestar.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.