

RSA - PYMES

Empresa evaluada

MARKETREAL CONSULTORES, S.L.

CIF:B50957455

Avda. de la Jota 48 Esc. Izda. 5ºC.-

50014 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

MarketReal Consultores s.L.

02 - Dirección - CP - Población

Avda. de la Jota, 48

03 - Sector. Actividad

Asesoría de empresas, agencia de publicidad.

04 - Año comienzo actividad.

2003

05 - Número de personas empleadas

Se contrata personas en régimen laboral en función de los proyectos que nos encargan los clientes..

Los consultores son profesionales liberales que colaboran de forma estable con la empresa.

06 - Persona contacto

Isabel Iniesta Alemán

07 - E-mail contacto

isainiesta@marketreal.es

08.- Página web

www.marketreal.es

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)

1.1 Información adicional

Nuestra especialidad en planificación empresarial la aplicamos a nuestro propio desarrollo.

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

2.1. Información adicional

Cada cual, a su nivel, debe tomar sus decisiones y trazar los planes adecuados. El tamaño no es excusa para no hacer las cosas bien, para no esforzarse en mejorar continuamente..

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?

3.1. Información adicional

Intentamos ajustarnos a las circunstancias y proyectos de manera ética tanto social, económica y ambiental.

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

4.1. Información adicional

Nuestras dimensiones no dejan disponibles recursos específicos para ello.

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.

5.1. Información adicional

Hemos definido un mapa de públicos y estudiamos sus necesidades, tendencias y reacciones.

Buenas prácticas:

Para cada uno de estos grupos ponemos en marcha actuaciones específicas.

Por ejemplo, participamos en asociaciones o eventos que ayuden a mejorar el tejido empresarial aragonés, (Asociación de Marketing de España,) promoviendo el acceso a puestos directivos de las mujeres (convenio +Directivas en Directivas de Aragón)
También hemos colaborado en eventos (por ejemplo La noche en Blanco) y charlas de forma voluntaria para incentivar la cultura en Zaragoza, ayudar a la búsqueda de empleo o la generación de networking,
Ofrecemos prácticas a estudiantes universitarios.

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

6.1. Información adicional

Utilizamos técnicas de investigación cualitativa,
Específicamente la observación y el estudio de gabinete en base a datos disponibles en las redes sociales.

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?

7.1. Información adicional

Se realizan reuniones periódicas en las que se controla su aplicación y se proponen mejoras.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

Parte del entrenamiento inicial de todos los que se implican en un proyecto es este tipo de contenidos.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Se colabora con algunas asociaciones sin ánimo de lucro, como Red Madre.
Hemos acudido en varias ocasiones al Maratón Solidario de la Universidad San Jorge, prestando servicios de consultoría de forma desinteresada.

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

10.1. Información adicional

El objetivo es mejorar la empleabilidad de las personas y la comunicación de las ONG, dado que son los ámbitos en los que nuestros consultores pueden resultar más eficaces.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Somos un pequeño despacho profesional, que trabaja con pocos clientes de una forma absolutamente implicada. La relación es muy fluida.

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

12.1. Información adicional

El equipo de trabajo de cada proyecto incorpora las indicaciones de los clientes y sus propias conclusiones sobre lo aprendido en el desarrollo del proyecto. Todo ello se plasma a un informe final del proyecto y se incorpora como mejoras en los protocolos de actuación del servicio en cuestión.

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?

13.1. Información adicional

Asistimos a congresos, eventos y seminarios donde se pueda encontrar información sobre tendencias innovadoras en los servicios que prestamos.

El equipo directivo evalúa la mejor estrategia para incorporar aquellas que se consideren.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Ofrecemos la mejor calidad en nuestros servicios, asignando consultores a cada proyecto con conocimiento del sector para gastar menos tiempo y dinero, además de usar las

videollamadas para reducir el consumo de materiales y combustibles.

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

15.1. Información adicional

Para los clientes que nos contratan de forma continuada (el equivalente al servicio postventa, entendemos) se incorporan cuantas mejoras sean posibles en cada caso al servicio que nos contratan. Nos responsabilizamos de que estén siempre en la mejor posición estratégica posible.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Existen ya previstas descripciones de los servicios estandarizables.

También tenemos un contrato marco de prestación de servicios que se entrega al cliente para su consideración.

En cualquier caso, siempre, se informa al cliente de los detalles y alcance de los servicios que va a contratar antes de firmar el proyecto específico que nos encarga.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Reuniones mensuales de evaluación de desempeño y propuestas de mejora.

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)?

18.1. Información adicional.

Estamos adscritos al plan +Directivas de INAEM.

Buscamos el talento, esté donde esté.

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?

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

Hemos implantado un eficaz sistema de teletrabajo, con una red de comunicación eficiente que nos permite una total flexibilidad de horarios.

Buenas prácticas:

Disponemos de agendas digitales compartidas que nos permite planificar reuniones físicas cuando al cliente, en especial, le interesa.

Tenemos grupos de trabajo en algunas redes sociales, en las que incluimos al cliente.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Todo el equipo puede proponer formación a la dirección, y se busca la forma de adaptar la carga de trabajo para que esa sea posible.

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

21.1. Información adicional.

Se ayuda al desarrollo tanto profesional como personal, ayudando a la conciliación.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Se tienen dentro de la empresa conocimientos de seguridad y salud, con certificados personales de los empleados en formación básica de dichas areas.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

Se intenta hacer la compra en el entorno local, aunque hay productos que deben ser importados por que no se disponen en la región.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Se buscan proveedores locales, en la medida de lo posible.

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?

25.1. Información adicional.

Nuestros recursos económicos son limitados. Sin embargo, nuestros recursos profesionales y nuestra experiencia pueden tener un valor social que hemos decidido encauzar mediante la formación.

Ofrecemos nuestros conocimientos y saber hacer como docentes para ayudar a las personas en su inserción laboral.

COLABORACIÓN CON LA ASOCIACIÓN SIN ÁNIMO DE LUCRO RED MADRE.

Nuestra ayuda se concreta en formar altruistamente a sus miembros en el uso de las redes sociales para difundir las ayudas que esta asociación presta.

También formamos de forma desinteresada a las mujeres que reciben su ayuda puedan mejorar sus posibilidades de encontrar empleo.

MARATÓN SOLIDARIO DE LA UNIVERSIDAD SAN JORGE

Somos colaboradores habituales de esta acción solidaria de la Universidad San Jorge.

Esta iniciativa es una actividad de Aprendizaje-Servicio mediante la cual en sesiones paralelas de 2 horas, estudiantes, profesores y profesionales del ámbito del marketing y la comunicación de Zaragoza, asesoran gratuitamente a las organizaciones sin fines lucrativos que han aceptado participar, alcanzar soluciones efectivas a sus problemas actuales de comunicación.

PRÁCTICAS PARA ALUMNOS UNIVERSITARIOS

MarketReal reserva uno de sus puestos de trabajo para que un estudiante pueda realizar con nuestra empresa sus prácticas académicas, completando así su formación académica conocimientos prácticos. De esta forma contribuimos a incrementar la empleabilidad de los jóvenes universitarios.

Tenemos convenios con:

Universa, Universidad de Zaragoza.

Erasmus, asociación Mundus

Esic Zaragoza

Universidad de Toulouse
Cepyme Aragón
CREA

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?

26.1. Información adicional.

Los proyectos solidarios en los que colaboramos se seleccionan en función del valor que nuestra profesión puede aportar, en coherencia con la misión y visión de MarketReal

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?

27.1. Información adicional

La información se difunde en los canales establecidos por la empresa: blog, email y redes sociales.

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?

28.1. Información adicional

Las acciones se consideran como proyectos dentro de un plan general.
Cada una de las acciones RS en las que colaboramos reciben todos nuestros recursos de comunicación, especialmente en medios online y redes sociales.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

Somos una empresa de servicios, con un impacto medioambiental prácticamente nulo.
Reciclamos, tenemos sistemas de ahorro energético...etc.

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?

30.1. Información adicional.

La empresa ha tomado medidas de ahorro energético.
El sistema de archivo y gestión de la documentación se ha digitalizado en un 80%

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

31.1. Información adicional

Se usan las 3 R: reducir, reciclar y reutilizar.
Se usa menos papel y residuos, se separa para su reciclaje cada elemento y se reutiliza, en lo posible, el material.

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?

32.1. Información adicional

Se comunican las medidas adoptadas a este respecto en comunicación electrónica y en la cartelería interior de nuestras oficinas.

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)

-

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?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestros consultores tienen un gran sentido ético y unos valores sociales comunes que se transmiten en su forma de trabajar y ayudan a cohesionar el equipo.

Por ello estamos convencidos de que nuestra función empresarial se realiza de una forma socialmente responsable, ya que entendemos la empresa como el mecanismo social para la creación y el reparto de la riqueza.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Debemos mejorar en la asignación de presupuestos para actuaciones concretas.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

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