Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CONSEJEROS DE CAPITAL INTELECTUAL, S.L.
CIF:B99327918
Plaza los Sitios, 17 Pral Izda.
50001 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

CAPITAL INTELECTUAL

02 - Dirección - CP - Población

Plaza Los Sitios, 17 Pral. izda. - 50001 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Areas Actuación: Consultoría Estrategica. Proyectos de inversión. Desarrollo de Franquicias. Family Officce Consulting.

Nuestra actividad tiene 3 lineas de negocio en función del grado de implicación en los proyectos por nuestra parte:

- Consultoría. Nosotros asesoramos y ayudamos en todo lo necesario, pero es el cliente el que fundamentalmente lleva a cabo las acciones. Nuestras áreas de especialización son la Franquicia (Diseño, Desarrollo, Expansión) y el Family Office Consulting (Planes sucesión, Protocolos, Mediación, Valoración, Consejo de familia, Estrategia,...)

- Proyectos de Inversión. El Cliente nos hace un encargo de compra/venta y nosotros llevamos a cabo todas las acciones necesarias para alcanzar el objetivo.

- Cartera de Inversión. Participamos como socios en unas 20 empresas, en algunas de las cuales participamos en el gobierno y gestión de la empresa, en otras nuestro papel es solo inversor.

04 - Año comienzo actividad.

2008

05 - Número de personas empleadas

7

06 - Persona contacto

Javier Eslava

07 - E-mail contacto

Javier-eslava@capital-intelectual.com

08.- Página web

Www.capital-intelectual.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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Asesoramos en temas de estrategia y de inversión, lo que nos obliga a estar pendientes de cualquiera de los temas mencionados, puesto que pueden influir en algunas de nuestras recomendaciones o en las decisiones que tomamos.

Para ello seguimos diferentes fuentes de información, de actualidad y técnicas (Marketing, Finanzas, Legales,...) y participamos en foros nacionales e internacionales.

Realizamos planes de negocio a 5 años, en diferentes ámbitos o realizamos inversiones con plazos de retorno superiores.

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

No

2.1. Información adicional

Afrontar esos retos solo, puede implicar quedarse aislado, nosotros creemos que el trabajo colaborativo no solo es necesario, sino que es más efectivo.

Por otro lado entendemos que iniciativas como este plan, nos auydan a identificar y trabajar en nuevos puntos de trabajo.

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

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión

en proyectos sociales y medioambientales?

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

El objetivo a partir de este año es destinar alguna cantidad a proyectos del tipo de los mencionados.

La inversión en algunos de los proyectos emprendedores, tiene un carácter social.

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.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Por nuestra propia actividad nos relacionamos con diversos grupos de interés:

Empleados
Colaboradores
Clientes
Proveedores
Admistración
Socios

El avance y crecimiento de nuestro volumen de negocio es el resultado de un acertado dialogo con cada uno de ellos, que requiere un trato y enfoque totalmente diferente.

6.- ¿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.

6.1. Información adicional

Como hemos comentado conocemos de manera informal, es decir a partir del dialogo natural sin estructurar.

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?

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

El modelo de negocio es muy básico y la propiedad es la responsable de la gestión

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

El grado de comunicación es muy fluido y a través de diferentes canales, por lo que el conocimiento de los , objetivos, proyectos e intereses de la empresa es amplio.

Plan de Responsabilidad Social

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

El objetivo es empezar a trabajar poco a poco en los diferentes frentes necesarios.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

10.1. Información adicional

El objetivo es avanzar de forma progresiva a partir de la obtención del sello

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

Somos una empresa de servicios, por lo que la satisfacción se percibe en tiempo real y se manifiesta en el grado de fidelización general

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Nuestros proyectos consisten en formar parte del equipo de la empresa, por lo que el grado de implicación y contacto es muy amplio.

A partir de ahí, en un empresa pequeña como la nuestra, la forma más eficaz es de manera constante.

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

Este apartado forma parte esencial de nuestra propuesta de valor, la adaptación constante al cliente, mercado, tendencias, etc.

Calidad de los productos y servicios

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

15.1. Información adicional

El servicio post venta como tal no aplica, si bien no terminamos un proyecto hasta que no se alcanza el objetivo. En algunos casos seguimos prestando asesoramiento tras la finalización del proyecto, lo que se puede considerar 'post venta'

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿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

16.1. Información adicional

La trasparencia informativa es esencial en nuestro negocio, desde la primera toma de contacto, el contrato, la prestación del servicio, los informes entregados, las reuniones personales, etc.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Mantenemos contacto a través de reuniones y de otros canales (correo, wasap,..) como para evidenciar la satisfacción en tiempo real.

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.

Por el modelo no aplica o no sabemos como aplicarlo

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?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

No tenemos un horario como tal, por lo que cada uno se organiza el tiempo de forma libre con posibilidad de conciliación 100%.

En muchos casos adaptamos el horario de las reuniones a las necesidades personales.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Cada uno realiza las actividades de formación que considera necesarias.

Uno de nuestros servicios es formación, por lo que tenemos que mantenernos actualizados.

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

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.

Participamos en charlas y conferencias gratuitas, damos asesoramiento inicial gratuito, apoyo a emprendedores,...

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.

Sí están relacionados y nos gusta hacerlo porque pensamos que es una forma de devolver a la sociedad algo que aporta

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Todos participamos en mayor o menor medida en estas acciones

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?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

Existe comunicación en algunos casos, pero se podría hacer mucho más, el problema es que en las organizaciones pequeñas no se llega a todo.

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

No tenemos impacto ambiental, no somos una industria, hacemos consultoría.

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.

Nuestra actividad no afecta de manera frontal al cambio climático

Economía circular

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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Se comunica en las reuniones de seguimiento de proyectos

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Impacto social de nuestros proyectos crean empresas competitivas, sostenibles, que generan empleo.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Acciones externas de impacto social, comunicación.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible