

RSA - AUTONOMOS

Empresa evaluada

M^a ANGELES GIL ESTEBAN

CIF:17729629X

C/Mariano Cebollero, 4 - 2º B

50014 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Marian Gil Esteban - Instituto Crecimiento como Actitud

02 - Dirección - CP - POBLACION

Domicilio fiscal:

C/ Mariano Cebollero, 4 - 8 B

50014 Zaragoza

Domicilio de actuación:

C/ Jerónimo Zurita, 15 - 1º D

50001 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Profesional independiente que trabaja en el Acompañamiento a Personas y Organizaciones en su crecimiento personal y profesional desde disciplinas como el Coaching, Inteligencia Emocional y PNL (Programación Neurolingüística).

04 - Año comienzo actividad.

Enero de 2014

05 - Persona de contacto

Marian Gil Esteban

06 - e-mail contacto:

mariangil@mariangil.com

07.- Página web

www.crecimientocomoactitud.com

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**

- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,)**
- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)**

Se consideran importantes y se tienen en cuenta a través de la definición de propuestas a corto plazo

1.1. Información adicional.

En las tendencias globales se tienen en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad del negocio con propuestas a corto plazo, ya que según la economía del país y de las familias crece, éstas podrán emplear recursos económicos para su crecimiento personal y profesional. También según las Administraciones Públicas destinen presupuestos para invertir en jóvenes, zonas comarcales más desfavorecidas o desempleados, habrá más disponibilidad de contratar nuestros servicios de formación y acompañamiento a estos nichos de mercado.

Los colegios, institutos y Ampas son también una parte importante en la contratación de mis servicios en formación de inteligencia emocional.

En el corto plazo trabajamos y nos ponemos en contacto con estos sectores para que en caso que destinen recursos económicos recibidos en forma de subvención o de manera particular nos contraten.

Puntuación sección 50,00 %

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

2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se plantean y planifican de forma voluntaria específicamente en el corto, medio y el éxito a largo plazo del negocio

2.1.- Información adicional.

El período comprendido entre finales de año y principio del que comienza. Se establecen objetivos que se plasman por escrito a corto y medio plazo. Esto lo entiendo como objetivos a cumplir trimestralmente, semestralmente y anualmente. Revisándose periódicamente a lo largo del año en curso si se están realizando y cumpliendo lo planteado.

- Económicos, se establece lo que se quiere ingresar el período en curso y se plantean las acciones a realizar para conseguirlos.

- Sociales, durante el año realizamos acciones solidarias desde del despacho como: hacer acompañamiento a personas que están desempleados y no tienen recursos económicos con un pago simbólico del trabajo (esto se hace para que se impliquen en su proceso de crecimiento) , además de realizar formaciones a menor coste o de manera altruista para que la profesionalidad de mi trabajo no se vea implicada por falta de recursos económicos (ejemplo en un colegio solo me pueden pagar dos talleres y considero que lo mejor para los niños es impartir tres talleres, regalo el tercer taller)

- Medio ambientales: en este caso, es no imprimir más allá de lo necesario. No utilizar las luces más allá de lo necesario. Reciclar papel, plástico y pilas.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

3.1. Información adicional.

El presupuesto anual destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales, se distribuyen con las siguientes acciones:

- Aportación mensual fija, a través de transferencia, a las ONGs Cruz Roja y desde 2017 en Médicos sin Fronteras
- Nos involucramos en la campaña enrósate, donde se ayuda a recaudar fondos para la investigación que la Asociación Española contra el Cáncer desarrolla respecto al cáncer de mama. La campaña consiste en hacer una venta de productos por 5 €, este año son llaveros. Mi manera de colaborar es hacer la aportación económica de lo que cuestan los llaveros y luego los regalo. Yo no realizo la venta, sino que toda la aportación económica es de nuestro trabajo.
- Se trabaja para Cruz Roja, al precio €/hora establecido por ellos muy por debajo de nuestra tarifa para poder aportar nuestro trabajo a colectivos vulnerables.
- Se realizan procesos de acompañamiento a personas desempleadas, que realizan un pago simbólico como implicación y compromiso en el trabajo de crecimiento personal o profesional que estamos realizando.
- Se regalan talleres a colegios cuando su presupuesto no alcanza el pago total del trabajo a realizar.
- En las formaciones y acompañamiento a personas que realizo se otorgan todas las facilidades de pago en cuanto a forma y tiempo, que el cliente necesita.
- En ocasiones me contratan de asociaciones que el pago es simbólico para realizar talleres.
- Colaboro de manera altruista con Radio Comarca Daroca y el periódico digital Zaragoza Buenas Noticias, para aportar pautas y ayuda a la audiencia de estos dos medios de comunicación de su propio crecimiento personal y profesional.

Puntuación sección 87,50 %

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados en su negocio 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

Yo, como profesional independiente hay partes de este diálogo que no mantengo por la

propia naturaleza de la estructura del negocio. No tengo empleados, los proveedores son muy pocos y con poca interpelación.

Por otro lado el diálogo con las necesidades de mis clientes son continuas, de hecho, mi trabajo es personalizado en función de las necesidades de ellos. Por ello tenemos una gestión específica con cada uno de ellos. Clientes individuales, Asociaciones a jóvenes, Asociaciones de mujeres o culturales en entornos rurales, Empresas.

Tenemos alianzas con asociaciones y organismos públicos, en la actualidad he trabajado, trabajo o se tiene previsto trabajar antes de que finalice el año con Cruz Roja, Comarca de Daroca e Instituto Aragonés de Fomento (IAF).

Además colaboro de manera altruista con Radio Comarca Daroca y Zaragoza Buenas Noticias, periódico digital y con ellos mantengo el diálogo de lo que es importante que cuente y explique en función de la demanda que necesita su audiencia.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y se analizan de forma individualizada

5.1. Comentarios

Tenemos procedimientos en el que identificamos las necesidades o los propios clientes que nos contratan son los que establecen sus necesidades. Mi trabajo es individual y personalizado según las necesidades del cliente que se establecen antes de comenzar a trabajar o en las primeras sesiones de la ronda de contactos.

Mi misión como empresa es "Estoy comprometida con el crecimiento personal y profesional de las personas facilitando a mis clientes programas, sesiones y formaciones PERSONALIZADOS y de gran valor. El objetivo consiste en ubicar y encauzar las vidas y negocios de los clientes y lograr cambios significativos y duraderos".

Puntuación sección 87,50 %

1.d Gobierno

6 - ¿Sigues en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

Soy miembro de ICF (International Coach Federation). La mayor Asociación reconocida internacionalmente que reconoce a los coaches que estamos en activo.

Como coach de la ICF, reconozco y acepto respetar mis obligaciones éticas y legales ante mis clientes y patrocinadores de coaching, mis colegas y el público en general. Prometo acatar el Código Ético de ICF y aplicar estas normas con aquellos a quienes facilito servicios de coaching, formación, mentoring o supervisión.

Una parte fundamental de nuestro trabajo como coaches es la privacidad y confidencialidad

de nuestros clientes, por ello, mantengo los niveles más estrictos de confidencialidad en relación a toda la información del cliente.

Además para los coaches es importante el requisito de desarrollo continuo y permanente de mis habilidades profesionales. función que realizo constantemente con formaciones, asistencias a seminarios y congresos y cualquier medio disponible en mi crecimiento profesional.

Puntuación sección 100,00 %

1.e Plan de Responsabilidad Social

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

Este año existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Durante 18 años mi posición en la empresa ha sido de empleada y en estos temas me implicaba de manera personal. Sin embargo, desde que estoy en el mundo de la empresa como directora y gestora de todos los recursos y conforme voy leyendo biografías de modelos de empresarios a seguir. Se ha ido despertando en mi la filosofía de la filantropía y de la ayuda a los demás desde mis posibilidades. Así que cada año dentro de mi propio crecimiento empresarial (llevo 2 años y diez meses como empresa) voy realizando acciones, unas de manera constante y otras en función de como van mis propios ingresos.

Esta filosofía de Responsabilidad Social, la siento como una parte fundamental de ir dando parte de lo que recibes. Conforme mi crecimiento empresarial va a creciendo, van aumentando las acciones relacionadas con la responsabilidad social.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

8.1. - Comentarios

Como ya he dicho que estoy en mi incipiente recorrido empresarial, los objetivos e indicadores se establecen a nivel general. Teniendo muy claro que hay que realizar objetivos en esta parte social, aunque yendo en función de como va la empresa.

Por ejemplo, en la participación monetaria con la campaña de ayuda al Cáncer de mama, que comienzo este mes, aunque no estaba como objetivo específico de este comienzo de año, se ha podido realizar al hacer la revisión de la previsión de ingresos para este último trimestre del año.

Puntuación sección 125,00 %

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de Clientes.

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

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

9.1. - Comentarios.

Por el tipo de negocio que desarrollo "Acompañamiento a personas y profesionales a conseguir un crecimiento personal y/o profesional desde el Coaching, Inteligencia Emocional y PNL (Programación Neurolingüística), mis clientes no perduran en el tiempo, esto significa que cuando consiguen los objetivos por los que contrataron mis servicios, se termina la relación de continuidad laboralmente. Si se sigue la relación de estar en contacto y seguimiento cuando el cliente lo solicita.

La medición de la satisfacción de los clientes depende según los servicios que contratan:

- Si es por servicios de coaching individual o formaciones puntuales. Se pregunta siempre al finalizar un feedback con las siguientes preguntas. ¿cómo se han encontrado con este servicio? ¿en qué les ha ayudado? ¿Cómo se sienten al finalizar el proceso o taller? ¿Qué les ha aportado? y ¿si lo recomendarían?

- Si son formaciones de larga duración que imparto sin ser contratada por nadie, realizo al final una encuesta de satisfacción para ver los puntos a mejorar, en caso de que los hubiera.

- Si son formaciones que me encargan instituciones o asociaciones públicas o privadas, la encuesta de satisfacción la realizan las propias instituciones o asociaciones que me han contratado.

Puntuación sección 75,00 %

2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

10.1. - Información adicional

El 5 de mayo de 2017 El Instituto Crecimiento como Actitud. Marian Gil Esteban, se ha adherido al Sistema Arbitral de Consumo, a través de la Junta Arbitral de Consumo de Aragón, en virtud de lo dispuesto en el Real Decreto 231/2008 de 15 de febrero.

En los procesos individuales de Coaching o formación, realizamos una sesión de transparencia sin coste y sin compromiso para que vean mi manera de trabajar, una vez contratados los servicios se les envía una presentación escrita con el tiempo y el coste de la duración de los servicios que han contratado.

Cuando se trabaja para una empresa, asociación o institución se envía un presupuesto y una propuesta detallada sobre el proyecto o formación que van a contratar, indicando de

manera específica y clara lo que van a recibir por lo contratado.

11 - ¿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

11.1.- Información adicional

Entendiendo que la empresa no vende ningún producto, sino que contratan servicios específicos según las necesidades del cliente y muchos de estos servicios son intangibles, establecemos máxima transparencia: en que consisten nuestros servicios, como funcionan, las características de nuestra manera de trabajar y establecemos la importancia que el coach se implica y se compromete un cien por cien en aportar herramientas y habilidades para conseguir sus objetivos pero la responsabilidad siempre es del cliente conseguirlo, es él quien tiene que "salir de su zona de confort"

Puntuación sección 100,00 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a Seguridad y salud.

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos y se gestiona de forma autónoma las obligaciones en prevención de riesgos

12.1.- Información adicional

Siendo que mi infraestructura es un despacho en el que solo me encuentro yo, respecto al tema de Seguridad y Salud en Prevención de Riesgo Laborales se ha realizado el de ergonomía de oficinas y despachos

Puntuación sección 25,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

13.1.- Información adicional

Mis compras son mínimas. Los consumibles de oficina los compro en un proveedor local con sede social en Zaragoza.

Las formaciones que necesito para mi crecimiento profesional las compro primero en mi zona, si no las encuentro en mi ciudad acudo fuera de Zaragoza a realizarlas.

La gestoría que lleva mis asuntos financieros es una empresa local y también está

buscando la adhesión al Plan de Responsabilidad Social de empresas en Aragón.

Puntuación sección 75,00 %

4.b 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?

Además del precio se tienen en cuenta variables de calidad de servicio

Puntuación sección 50,00 %

5 SOCIAL

5.a 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 la cultura de la empresa sin planificación específica

15.1. Información adicional

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa sin planificación específica, porque hasta la fecha desconozco que haya una planificación formal sobre colaboraciones relacionadas con las cultura de mi empresa.

Las colaboraciones que realizo son puntuales que se me piden particularmente o por la vía que me entero por algún canal de difusión y entonces solicito colaborar.

Puntuación sección 50,00 %

5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

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

16.1. Información adicional

Se comunican actuaciones de forma aislada y colaboraciones. Ya que entiendo que si realizo un coaching solidario a una determinada persona o regalo formaciones, es un fomento de buenas prácticas entre ese cliente y yo. Entiendo que desde mi confidencialidad y privacidad no debo comunicar a quien ayudo en su crecimiento personal y profesional de manera solidaria.

Puntuación sección 50,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

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

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad del negocio estableciendo medidas de actuación específicas

17.1. Información adicional.

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad del negocio estableciendo medidas de actuación específicas como el reciclado de: pilas, papel y plásticos. Solo se imprime lo consideramos estrictamente necesario y por otro lado, escaneamos o digitalizamos todo aquello que nos interesa tener pero no es necesario tenerlo en soporte de papel..

Establecemos en el mail después de la firma la siguiente frase "Antes de imprimir este mensaje, piense si es necesario.

¡El cuidado del medioambiente es cosa de todos!"

Puntuación sección 50,00 %

6.b Plan de gestión ambiental y comunicación

18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen planes de eficiencia específicos y concretos para la reducción de costes

18.1. Información adicional

Nuestro plan de eficiencia efectiva esta principalmente enfocado en el aprovechamiento de la luz natural y economizar en la luz artificial. Economizamos también en la tinta de las impresoras.

19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?

Sí, si bien exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio

19.1. Información adicional

He elegido la opción "Si, si bien exclusivamente a grupos de interés implicados en el cambio" porque en mi caso en concreto no se me ocurre en estos momentos quiénes son los grupos de interés.

Puntuación sección 62,50 %

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

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

7.b 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?

7

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Mi implicación en la responsabilidad social dentro de mis posibilidades como empresa ya que es una empresa de reciente creación, dos años y diez meses desde que estoy dada de alta como autónoma. Y mis ganas de seguir ayudando y aportando a la sociedad, de una manera incremental en función de como voy creciendo como autónoma.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Quizás, estar más pendiente de actuaciones solidarias donde puedo actuar.

Puntuación encuesta 73,61 %