



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT



Villafañe & Asociados



Villafañe & Asociados Consultores
C/ Orense 68 - 9ª planta
Madrid

Tabla de Contenidos

01		Carta de Renovación del Compromiso
02		Perfil de Villafañe & Asociados
03		Metodología
04		Análisis
		Clientes
		Empleados
		Entorno Académico (Sociedad)
		Proveedores
		Medioambiente



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Madrid, 22 de Octubre de 2014

Estimados Señores,

Es para mí un placer presentar nuestro Informe de Progreso 2013, con el que hemos querido recoger nuestros avances y determinar nuestros desafíos a la hora de cumplir los diez principios del Pacto Mundial. Por octavo año consecutivo, realizar este reporte ha supuesto para nosotros un intenso ejercicio de revisión, pero también de reflexión, siendo la ocasión para valorar todo aquello en lo que hemos progresado así como para establecer nuestros objetivos a corto y largo plazo.

A lo largo de este informe queremos presentar, de manera integrada y transparente, las políticas, herramientas e iniciativas con las que durante el último ejercicio hemos abordado los retos en materia de Derechos Humanos, normativa laboral, medioambiente y anticorrupción que se nos presentaban. La mejora de estos ámbitos forma parte de nuestra visión, misión y valores y cabe decir que, cada año que pasa, su abordaje se encuentra más integrado en nuestra gestión y nuestra cultura corporativa.

En Villafañe & Asociados Consultores, como firma especializada en la gestión de los activos intangibles de las empresas, realizamos diariamente un importante esfuerzo para contribuir al desarrollo y puesta en valor la reputación, el liderazgo, el compromiso interno y la responsabilidad corporativa de las compañías. Nos exigimos satisfacer las expectativas de clientes, empleados y proveedores, cerciorándonos para ello de que la calidad se encuentra en todos y cada uno de nuestros procesos. Y muy especialmente, fomentamos las mejores prácticas entre los mismos, para que también sus actuaciones sean responsables y reviertan en la comunidad.

En 2013, uno de los proyectos a destacar es el Curso de Verano que organizamos en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid: «Propuestas para la recuperación de la reputación en el sistema financiero español». El impacto de la crisis en la reputación del sector bancario y la pérdida de confianza de estas instituciones es todavía hoy un motivo de preocupación social, y nosotros podemos enorgullecernos de haber dado a las nuevas generaciones las herramientas con las que afrontar este problema en los años por venir.

También en esta línea de mejorar y hacer mejorar a través de la formación, el año pasado desarrollamos un novedoso programa de formación online, «Reputación Corporativa y Generación de Valor», que permite profundizar en los conceptos y herramientas clave para la gestión de intangibles. El programa, además de ampliar el conocimiento y la capacitación de los profesionales que se han inscrito al mismo, se ofrece a todos los nuevos empleados que se incorporan. Esto nos está permitiendo, junto a los cursos de formación interna, convertir nuestro entorno de trabajo en un espacio de aprendizaje y crecimiento.

Esperamos que este Informe sea de vuestro interés. Para nosotros es el reflejo de un trabajo diario que requiere esfuerzo pero que cada año se ve gratificado al realizar este informe con el que poner en perspectiva nuestro progreso. Como no podía ser de otra manera, a lo largo del próximo año queremos seguir avanzando en la implantación y divulgación de los 10 Principios, poniendo especial énfasis en enriquecer la relación con nuestros grupos de interés, implicar a las compañías con la filosofía del Pacto y desarrollar nuevos canales de comunicación.

Atentamente,


José Manuel Lancha
Consejero Delegado



PERFIL DE LA ENTIDAD

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

Villafañe & Asociados Consultores

Tipo de empresa

PYME

Dirección

C/ Orense 68 - 9ª planta

Localidad

Madrid

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

www.villafane.com

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Justo Villafañe

Persona de contacto

Miren Díaz

Número de empleados directos

20

Sector

Servicios profesionales (Consultoría y auditoría)

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Consultoría y Auditoría

Ventas / Ingresos

1.755.220,47€

Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno (miles de euros):

0

Seleccionar los Grupos de Interés más significativos: (Los Grupos de Interés configuran su Informe de Progreso)

Cientes, Empleados, Entorno Académico (sociedad), Proveedores, Medioambiente,

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Se han seguido los sugeridos por el Pacto Mundial: influencia, proximidad, dependencia y representación.

Seleccione los países o regiones donde su empresa tenga presencia

España, Chile, Argentina y Perú

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

Tenemos nuestra sede central en Madrid, por lo que la información que reportamos tiene como alcance España. En Perú actuamos en sociedad y en Chile y Argentina mediante representantes corporativos. La actividad en estos países se realiza por gestores independientes sobre los que nuestras iniciativas no

tienen alcance.

¿Cómo ha establecido la materialidad o definidos los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?

Aquellas actividades de Villafañe&Asociados que más impacto social, ambiental y económicamente tienen y con mayor relevancia para nuestros grupos de interés, en base a factores internos y externos.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

De forma interna, se difunde en todos los niveles de la organización a través de los canales de comunicación interna disponibles. De forma externa, se hace a través de la página web del Pacto Mundial, de nuestra página web y de las redes sociales.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

Año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

Anual

¿Su entidad tiene actividades en países en vías de desarrollo?

Si

¿Su entidad tiene proveedores en países en vías de desarrollo?

Si

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?
No

ESTRATEGIA Y GOBIERNO

Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión

Disponemos de varios canales de comunicación mediante los cuales recogemos las sugerencias de nuestros grupos de interés.

- **Con empleados:** Por nuestra dimensión de PYME la comunicación interpersonal es el principal medio por el cual nos comunicamos entre los consultores, directores de consultoría y los máximos directivos. No obstante, también hemos establecido otros canales de comunicación como, el correo electrónico, las reuniones semanales con los equipos de trabajo y las reuniones trimestrales dirigidas por el Presidente, Director General y Directores de Consultoría.
- **Con clientes:** La relación con nuestros clientes es dinámica en función de los proyectos en marcha y de sus necesidades. Los principales canales de comunicación son las reuniones presenciales, videoconferencias, además de la comunicación por teléfono y por correo electrónico. En todo momento trabajamos atentos a sus necesidades y sugerencias para responder a ellas con la máxima eficacia y rapidez, como parte de la estrategia empresarial de la firma.
- **Con el entorno académico (sociedad):** colaboramos activamente desde nuestra actividad como consultores compartiendo nuestro expertise y enriqueciendo conjuntamente nuestra gestión del conocimiento. Para ello tenemos acuerdos con varias universidades, como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Jaime I de Castellón, la Escuela de Organización Industrial (EOI) o la Universidad de Alcalá, a las cuales los directores de consultoría asisten

impartiendo clases y como ponentes en cursos y eventos.

- **Con proveedores:** trabajamos con aquellos que nos garantizan los máximos niveles de servicio frente a nuestras necesidades teniendo en cuenta la calidad, el precio y la localización cercana a nuestra sede, datos que solicitamos antes de la contratación. La comunicación se realiza de manera personal, telefónica o por correo electrónico.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

Naturaleza Jurídica: Sociedad Limitada. La administración está confiada a dos administradores solidarios y un consejo de Administración compuesto por 8 miembros: Justo Villafañe – Presidente José Manuel Lancha – Director General Eduardo Moreno Isabel López Sandra Sotillo José María San Segundo Ricardo Pérez Solero Juan Arenas

Indique si la junta directiva mide el progreso en la implantación de Los 10 Principios mediante indicadores

(Sí) La evolución en nuestra adhesión e implantación a los 10 Principios se evalúa a partir del Informe de Progreso.

Indique la estructura de gobierno y quién o quienes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial e indique si el presidente del máximo órgano de

gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.

El área de Responsabilidad y Gobierno Corporativo de la firma promueve la integración de los 10 Principios del Pacto Mundial en la toma de decisiones y en la gestión interna. El Comité de Dirección es quien toma las decisiones finales según las necesidades y posibilidades de actuación de la firma. Desde 2012 el máximo órgano de gobierno de Villafañe & Asociados es su Consejo de Administración, que se reúne frecuentemente para tomar las decisiones importantes que afectan a la firma. El Presidente del Consejo, Justo Villafañe, es el Presidente Ejecutivo de la firma.

Organigrama

[Descargar elemento adjunto](#)

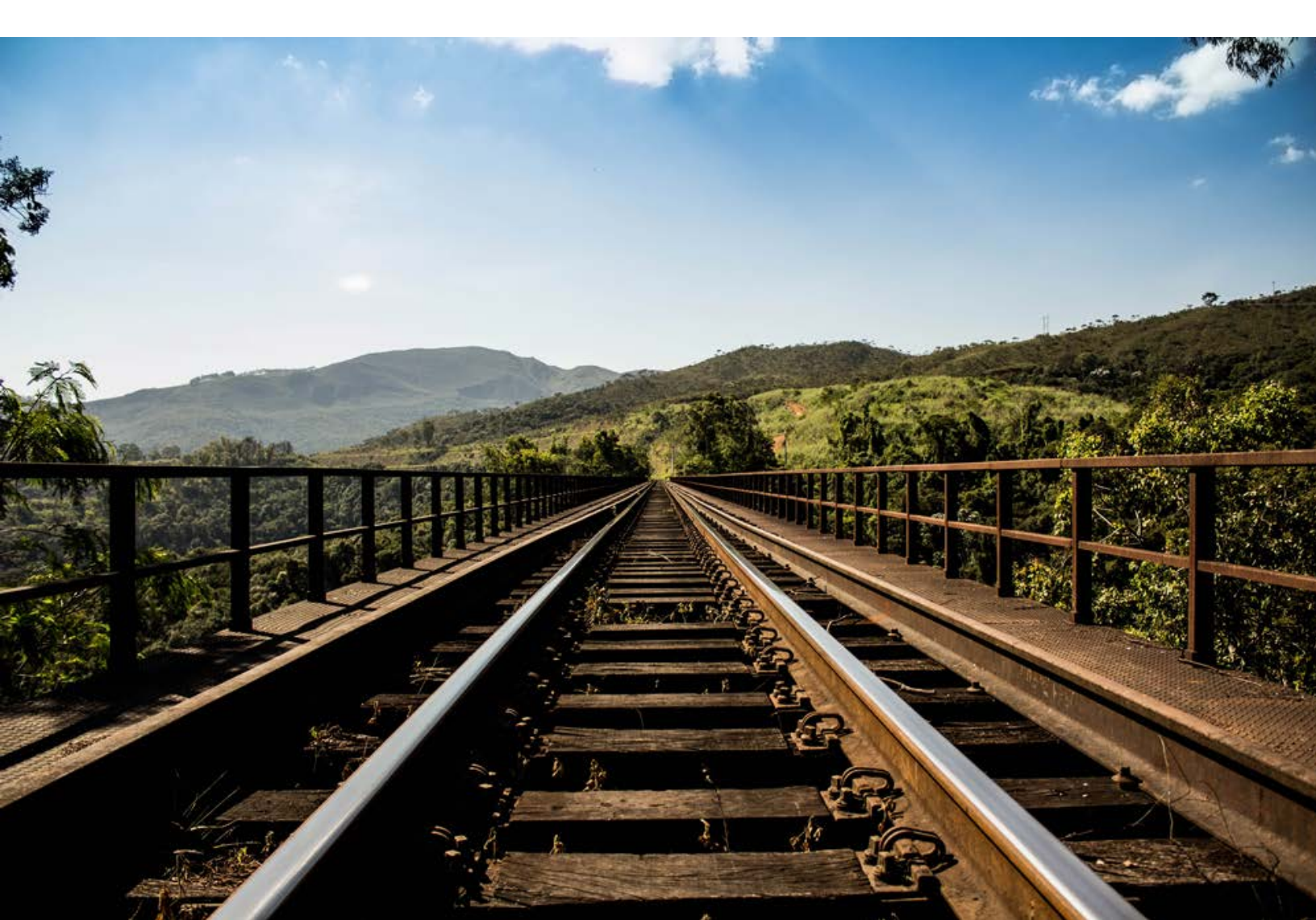
MÁS INFORMACIÓN

Dirección Web

www.villafane.com

Redes sociales:

- Twitter: @VillafaneyAsoc
- LinkedIn: Villafañe & Asociados Consultores
- SlideShare: VillafaneAsociados
- Google+: Villafane



METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados
3. Neutralizar estos riesgos o materializar las oportunidades con el establecimiento de:

Políticas: documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de desafíos.

Acciones/Proyectos: las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

Herramientas de seguimiento: evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

Indicadores de seguimiento: datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.



ANÁLISIS

DERECHOS HUMANOS



7

Desafíos u Oportunidades
contemplados

NORMAS LABORALES



5

Desafíos u Oportunidades
contemplados

MEDIOAMBIENTE



3

Desafíos u Oportunidades
contemplados

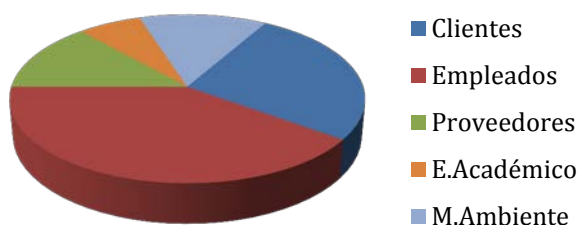
ANTICORRUPCIÓN



3

Desafíos u Oportunidades
contemplados

Políticas aplicadas por grupos de interés



CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

Clientes: 4
Empleados: 6
Entorno Académico: 1
Proveedores: 2
Medio ambiente: 2

CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR



6



Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es la base de nuestro negocio y el resultado de prestar servicios de calidad. Damos respuestas innovadoras a sus necesidades, basándonos en el diálogo y el entendimiento como medio para la generación de confianza.

Carta de Derechos del Cliente

En este documento **quedan recogidos nuestros compromisos con los clientes**, de forma que la relación que establecemos y los servicios que ofrecemos puedan satisfacer con grado de excelencia sus necesidades y expectativas.

Para hacer efectivo estos compromisos, en la Carta de Derechos del Cliente explicitamos los derechos a los que pueden acogerse los clientes en la contratación de nuestros servicios. La Carta asegura que la relación se establezca sobre la base de la **confianza mutua**, la transparencia, la confidencialidad, la dedicación y la resolutivead.

Entre otros, los clientes tienen derecho a **interrumpir unilateralmente el contrato suscrito**, renunciando Villafañe & Asociados a los honorarios de implementación, si sus necesidades no se ven satisfechas. Por ello, en cada uno de nuestros procesos nos exigimos ofrecer soluciones innovadoras **que efectivamente respondan a sus expectativas y necesidades**.

Los Derechos de los Clientes están publicados en nuestra página web y se entregan en las credenciales que se presentan a cada cliente en el momento de proponer el proyecto.

[Descargar documento adjunto](#)

Código de Conducta

Nuestro Código de Conducta pauta el comportamiento profesional de todos nuestros empleados y es la guía que nos permite hacer efectivo nuestro compromiso con la satisfacción del cliente.

El Código tiene como punto fundamental la **suscripción de un contrato intelectual** con nuestros clientes, que nos obliga a ofrecer solo aquellas soluciones profesionales que resuelvan sus necesidades.

El Código de Conducta está publicado en nuestra página web y se presenta a los clientes antes de iniciar el proyecto. Además el mismo código expresa la **obligación de informar** a nuestros clientes y colaboradores de cualquier modificación en el mismo.

[Descargar documento adjunto](#)

Diseño de nuevas herramientas de consultoría

Promovemos el talento y las capacidades de nuestros trabajadores para desarrollar nuevos productos de consultoría que amplíen nuestra oferta comercial y contribuyan a satisfacer las nuevas demandas y necesidades de nuestros clientes. De este proceso se diseñó una nueva herramienta de consultoría: **IRON**.

IRON (Inteligencia Reputacional en el Entorno Online) ha sido formalizada tras dos años de investigación y en colaboración con Nethodolo.gy. Esta herramienta permite dotar de sentido a la información online y favorecer su análisis de acuerdo con la estrategia de reputación corporativa de la compañía superando las limitaciones de la automatización. De esta manera se da apoyo en la toma de decisiones de tipo operativo y se permite a las empresas mejorar en la construcción de relaciones con sus grupos de interés.

Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles

La calidad es para nosotros un principio para lograr la satisfacción y la confianza de nuestros clientes. La calidad en los servicios es esencial pero también lo es en cada uno de los procesos que los siguen y preceden.

Sistemas de Gestión de Calidad

En Villafañe & Asociados la calidad forma parte de la cultura y los valores corporativos, lo que permite que

la misma se vea reflejada en todas las actividades y procesos.

Tanto los clientes como los empleados conocen la Carta de Derechos del Cliente como el Código de Conducta, que vienen recogidos en la página web y en las credenciales. Esto permite que exista un **entendimiento mutuo** entre ambas partes. Las demandas, sugerencias y respuestas de los clientes son nuestro método de evaluación y **fuentes de mejora constante** de nuestro trabajo.

Relación duradera con los clientes

Construir relaciones duraderas con los clientes forma parte integral de nuestra estrategia de negocio, para lo que tratamos de construir un contexto que favorece las relaciones a largo plazo en cada servicio que prestamos.

Servicios de atención al cliente

Una parte esencial de nuestro servicio al cliente es la atención a sus necesidades, que asegure la idoneidad de los servicios profesionales que prestamos.

Dos de nuestros valores corporativos son la **adhocracia** y el **perfeccionismo**, lo que significa que nuestra organización interna se debe adaptar en todo momento a las exigencias de calidad de nuestro trabajo y especialmente a las de nuestro compromiso con el cliente. La atención al cliente se lleva a cabo por cada empleado desde el momento en que se inicia un proyecto.

Nuestros consultores asociados se comprometen con prestar la atención, dedicación, trato personalizado, confidencialidad y profesionalidad que exige el cliente. Ofrecemos solo aquellas soluciones que responden a las necesidades que éstos expresan, como forma de generar satisfacción y confianza.

Esto nos ha permitido establecer relaciones a largo plazo con varios de nuestros clientes que, una vez finalizado el proyecto, han decidido prolongar el mismo durante otra anualidad o solicitado nuevos servicios. En 2013, tuvimos 12 clientes que venían de

años anteriores o tuvieron continuidad en el año siguiente.

Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes

Consideramos que la transparencia no es solo el mejor medio para la prevención de la corrupción, sino que por ética es un principio que rige nuestra actividad y la base de la generación de confianza con nuestros grupos de interés.

Código de Conducta

Dentro de nuestro Código de Conducta, el "**principio de transparencia**" ocupa un lugar destacado. Este principio aumenta el acceso a la información que tienen nuestros clientes sobre nuestro trabajo y abre un **marco de diálogo** que consideramos fundamental para completar con éxito nuestros proyectos y para asegurar el entendimiento mutuo y las relaciones satisfactorias.

Comunicación

Mantenemos informados a nuestros clientes, empleados y proveedores de nuestra adhesión al Pacto Mundial y de nuestros principios actuación ética, y procuramos que su actividad se rija por estos Principios.

Como parte efectiva de nuestro compromiso con los clientes **difundimos permanentemente la Carta de Derechos del Cliente así como el Código de Conducta** en nuestra carta de identidad, en las presentaciones y propuestas, en los contratos así como en la web corporativa. De esa forma **garantizamos su conocimiento y aplicación**.

Tenemos como objetivos:

- Integrar la promoción de Derechos Humanos en las prácticas empresariales a través de las participaciones de la firma en Foros o Congresos.
- Difundir y promover el respeto a los Derechos Humanos a través de nuestros canales de comunicación externa como la página web, las

redes sociales -Linkedin, Twitter, Youtube y SlideShare.

gestión de los proyectos. El director general de la firma autoriza los viajes y supervisa los gastos de representación de los consultores.

Auditorías

Realizamos auditorias del gasto de personal en la



Buen ambiente laboral

A nivel interno, una de las características que nos definen es el buen clima de trabajo, esencial tanto para el bienestar de los empleados como para alcanzar su desarrollo profesional.

Cultura Corporativa

Contamos con una fuerte cultura corporativa, que fomenta la **cordialidad y relación amistosa** entre los empleados.

Parte fundamental de esta cultura son las reuniones de equipo y las conversaciones interpersonales entre los miembros de la firma, así como eventos que se celebran de manera espontánea, donde se fomentan tanto buenos hábitos profesionales como personales, así como la cohesión y la transmisión de los valores internos.

La colaboración entre los miembros de los equipos es buena y el clima laboral agradable, sin haber existido incidencias en este sentido.

Condiciones en el Lugar de Trabajo

Procuramos que las condiciones en las que trabajan nuestros empleados sean las **óptimas tanto para el desarrollo de su labor como para el mantenimiento de su bienestar**, realizando seguimiento en materia de prevención de riesgos laborales y de promoción de la salud.

La prevención y del seguimiento de los Riesgos Laborales están asignadas a un responsable interno de la firma, que se encarga de coordinar las gestiones.

- **A nivel de salud**, anualmente los empleados tienen la posibilidad de realizarse un **chequeo médico gratuito**, a través de FREMAP, que incluye análisis de sangre y orina, medidas antropométricas, audiometría, control de visión, espirometría y electrocardiograma. En 2013, 10 empleados optaron por realizarse dicho chequeo médico, que fue aplicado bajo el Protocolo de Trabajo en Puestos con Pantallas de Visualización de Datos P.V.D.
- **A nivel de instalaciones**, en 2013 se volvieron a revisar las condiciones del lugar y de los

puestos de trabajo de la empresa como: espacios, pasillos y superficies de tránsito; servicios higiénicos; señalización; prevención de incendios y evacuación; instalación eléctrica; ventilación climatización; iluminación. También se revisaron los puestos desde el punto de vista ergonómico para asegurar su adaptación a las características fisiológicas, anatómicas, psicológicas y las capacidades del trabajador.

Como resultado de la evaluación, se cambiaron varios de los monitores y sillas.

Respeto de las cláusulas contractuales con los empleados

En Villafañe & Asociados el capital intelectual es la base fundamental de la actividad y para desarrollarlo es imprescindible el trato respetuoso y digno a nuestros empleados, la garantía de igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional.

Contrato de Trabajo

Las horas de trabajo, la remuneración así como los beneficios sociales de los empleados y becarios vienen correctamente detallados en los contratos de trabajo y en los convenios universitarios, respectivamente.

Todos los empleados reciben salarios adecuados a su puesto de trabajo, responsabilidad y trayectoria profesional, sin ningún tipo de discriminación por sexo, origen u otras particularidades de cada persona.

Asimismo, el Código de Conducta de Villafañe & Asociados brinda un marco axiológico de comportamiento. Concretamente, en el cuarto punto del Código se establece que los consultores **reciben honorarios razonables** por el trabajo que realizan. Los becarios también reciben un salario mensual ajustado a sus funciones diarias.

El horario de la jornada laboral es igual para todos los consultores, exceptuado a los becarios que se ajustan al máximo permitido por sus universidades.

Todos los trabajadores y becarios son informados sobre las condiciones de trabajo y de las opciones de trayectoria profesional, en primera instancia a través del contrato en el momento de la firma y, una vez incorporados a la consultora, mediante el manual de acogida.

Objetivos:

- Poner en conocimiento de los empleados nuestro compromiso con los 10 Principios del Pacto Mundial.

Convenio Colectivo

En Villafañe & Asociados las relaciones laborales se rigen por:

- el Estatuto de los Trabajadores,
- el Convenio Colectivo estatal de empresas de consultoría y estudios de mercado y de la opinión pública
- el Código de Conducta de la compañía, que constituye una guía para el comportamiento de nuestros trabajadores.

Objetivos:

- Asegurar que los trabajadores tengan conocimiento de los derechos y libertades que establece el Convenio.

Canales de Comunicación Interna

Por nuestro carácter de PYME, la organización interna es flexible y poco jerárquica por lo tanto la comunicación con los empleados es fluida, directa e informal.

El medio más utilizado para comunicar alguna información de interés es la **comunicación interpersonal**, el correo electrónico o las reuniones de equipo dirigidas por el director del área.

Asimismo, con periodicidad trimestral se organizan reuniones generales con todos los empleados de la firma, dirigidas por el Presidente y el Director General.

Las comunicaciones con los Socios de la compañía se realizan en las reuniones mensuales/trimestrales.

La compañía pone a disponibilidad de los empleados una sala de reuniones proporcional al tamaño y

capacidad de la empresa y además, los directores de área disponen de despacho propio con espacio suficiente para realizar las reuniones semanales con el equipo o para poder atender a los clientes.

Aunque no disponemos de un canal de sugerencias, las necesidades de los trabajadores de la plantilla, así como sus propuestas siempre son escuchadas y atendidas en la medida de lo posible. Los medios más utilizados para esos casos suele ser la comunicación interpersonal con el Director de la empresa o del área, así como el correo electrónico.

Objetivos:

- Queremos formalizar los canales a través de la creación de una herramienta de comunicación interna. Ésta se utilizaría tanto para transmitir informaciones sobre la estrategia de la firma como para mejorar la relación entre los empleados y recoger sus propuestas. Nos proponemos utilizarlo además como vía de sensibilización y compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial.

Manual de Acogida

Todas las nuevas incorporaciones ya sean becarios o consultores reciben el manual de acogida, donde se explicitan los valores de la compañía y las competencias de los consultores. El manual también incorpora toda la información necesaria para conocer en mayor profundidad a la compañía y detalla: la breve historia de la firma; la visión, misión y valores; la actividad profesional; la organización interna y la trayectoria profesional prevista.

También se entrega el Código de Conducta que puntualiza las competencias que deben cumplir los trabajadores de la firma y que es de obligado cumplimiento para todos.

Además, en los espacios comunes de la oficina, como la sala de juntas o el hall, están expuestos los valores corporativos.

Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

Creemos que favorecer la formación a lo largo de la vida de los trabajadores es un elemento de capacitación profesional, de desarrollo personal y de mejora continua de la sociedad.

Proporcionamos los conocimientos y las prácticas que les permiten mejorar en su ejercicio diario, dándoles con el mismo las herramientas para contribuir a la ciudadanía.

Kit formativo de bienvenida

En Villafañe & Asociados desarrollamos el año pasado un **curso de formación online**, accesible desde la página web, con contenidos sobre reputación corporativa y generación de valor. Desde el momento de su desarrollo, los nuevos empleados, así como becarios, que se incorporan a la firma, han podido acceder de manera gratuita a este curso, con un total de 40h de duración. En 2013, 5 nuevos empleados completaron con éxito este curso, expresando su satisfacción al respecto.

Formación Interna

Como parte de la formación interna, todos los miembros de la plantilla siguieron un curso presencial de **introducción a la Economía, las Finanzas Empresariales y la Bolsa**, diseñado por uno de los consultores seniors de la firma, con el objetivo de facilitar los conceptos precisos para comprender documentación periodística y empresarial sobre coyuntura económica, finanzas empresariales y la bolsa. La formación tuvo una duración de 10h. En 2013 participaron 18 empleados (77 %). Los temas tratados fueron:

- Conceptos macroeconómicos
- Contabilidad empresarial
- Los mercados de valores:
- Análisis fundamental
- Gobierno Corporativo

La formación interna de la compañía se complementa con la **asistencia a eventos** cuya temática está relacionada con el área de actividad del consultor.

Asimismo, varios consultores realizaron **cursos de formación** online bonificados por la fundación tripartita para mejorar algunas competencias relacionadas con sus labores. Entre ellos, el curso especialista en *community manager*, de 20 créditos, permitió el desarrollo de las habilidades necesarias para gestionar la comunicación con *stakeholders* y mejorar la reputación online.

Además, desde la unidad de **Gestión del Conocimiento** de la firma se analiza y extrae una selección de las noticias más interesantes para enviar a cada área de la firma los artículos que puedan ser de utilidad para enriquecer con fuentes externas su trabajo. También se adquieren **publicaciones periódicas** así como puntualmente aquellas que soliciten los empleados, que permiten la actualización continua de los conocimientos y la mejora del *expertise*.

Horas de formación por empleado

A través de los cursos internos y externos ofrecidos, en 2013 se alcanzó una media de **20,1 horas** de formación por empleado.

Objetivos:

- Nos proponemos como mínimo mantener esta media de horas en el año próximo, a través de la organización de un plan de formación interna junto con la oferta de cursos externos.

Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación

Durante el año 2013:

- 18 empleados siguieron los cursos de formación interna.
- 2 empleados realizaron cursos externos, subvencionados por la subvención tripartita.
- 5 empleados siguieron el curso de formación online, desarrollado por la propia firma.

En total, un 77% de la plantilla tuvo acceso a formación.

Objetivos:

- Mantener el porcentaje de empleados que tiene acceso a cursos de formación, y, en la medida de lo posible, aumentarlo.

Igualdad de género

En Villafañe & Asociados el capital intelectual es la base fundamental de la actividad y para desarrollarlo es fundamental el trato respetuoso y digno a nuestros empleados, la garantía de igualdad de oportunidades y el desarrollo profesional.

Composición de los órganos directivos de gobierno corporativo por género

En la compañía nos centramos en seleccionar y promocionar a las personas por **su talento, capacidad y motivación**. En Villafañe & Asociados no se ha dado ningún caso de discriminación por género, edad u nacionalidad.

Al cierre del ejercicio 2013 la plantilla estaba compuesta por:

- Directivos frente a empleados: 19%
 - Directivos mujeres: 66,7%
 - Directivos hombres: 33,3%
- Composición del Consejo de Administración:
 - Mujeres: 38%
 - Hombres: 62%

Objetivos:

- Seguir incorporando profesionales cualificados a la plantilla conforme a las cualidades profesionales, independiente de su sexo, nacionalidad y/o de edad.

[Descargar documento adjunto](#)

Mejora de la diversidad de la plantilla en la entidad

La composición de una plantilla diversa culturalmente es una fuente de enriquecimiento para los empleados, donde la interacción permite

un mayor desarrollo personal y profesional, así como cumplir mejor con los objetivos de negocio.

Proyecto de Inserción Laboral

Promovemos la inclusión de los jóvenes en el mercado laboral. Somos conscientes de que son un sector de la población que tiene que hacer frente a una de las mayores tasas de desempleo y a una precariedad creciente, a pesar de su buena formación.

Por ello, en 2013 colaboramos con varias universidades para dar **oportunidades de formación y empleo** a 4 estudiantes, a través de períodos de 6 meses a un año de prácticas remuneradas, en los que contaron con un mentor y con acceso a formación. Al término del programa, 1 de estos becarios fue contratado y pasó a formar parte de la plantilla.

El sistema de prácticas **ha resultado positivo** tanto para la empresa como para los estudiantes que han participado en el mismo, por lo que planeamos continuar con el mismo durante 2014, valorando la posibilidad de incorporar a un mayor número de becarios, con vistas a su contratación, además de aumentar la oferta formativa a la que tienen acceso durante su estancia.

Diversidad en la composición de los órganos directivos y del resto de empleados

En la compañía nos centramos en seleccionar y promocionar a las personas por su talento, capacidad y motivación. En Villafañe & Asociados no se ha dado ningún caso de discriminación por género, edad u nacionalidad.

Al cierre del ejercicio 2013 la plantilla estaba compuesta por:

- 85% de mujeres y 15% de hombres.
- 10% de empleados con nacionalidad extranjera.
- 5% mayores de 45 años.
- 10% menores de 30 años.

Queremos que nuestro sistema de captación, contratación y promoción siga basándose en el talento y la igualdad de oportunidades. En este sentido, no tenemos objetivos en cuanto al porcentaje

de empleados que debe componer la plantilla, sino que nuestros esfuerzos se centran en mejorar los procesos de selección.

[Descargar documento adjunto](#)

Conciliación familiar y laboral

Mejorar la conciliación es para nosotros una responsabilidad, no solo porque se trate de un derecho de los empleados, sino porque se trata de su bienestar y de la mejora del ambiente laboral. La conciliación es así una manera de minimizar la existencia de conflictos internos.

Medidas de conciliación

Desde Villafañe y Asociados hemos adoptado voluntariamente un conjunto de medidas, de común acuerdo con la plantilla, que les permiten cumplir de forma óptima con sus responsabilidades laborales y familiares.

Entre este conjunto de medidas, está implantado el **horario flexible** tanto de entrada como de salida, que permite a los trabajadores atender asuntos personales, tanto de manera puntual como de manera continuada.

Existe además la opción de **trabajar desde fuera de la oficina**, en las ocasiones en que el empleado no puede acudir a la misma, a través del uso de ordenadores

portátiles y de Black-Berry proporcionados por la empresa. En 2013 el 98% de la plantilla disponía de ordenador portátil y el 38,9% de BlackBerry.

A lo largo de todo el año, la jornada del viernes finaliza a las 3 de la tarde y, en los meses de verano (julio y agosto), existe **jornada intensiva** todos los días de la semana. Además, aquellos empleados o becarios que estén alternando el trabajo con estudios, tienen la posibilidad de conciliar ambas obligaciones, con mayor flexibilidad horaria para asistir a las clases y presentaciones. En periodo de exámenes los becarios están extensos de acudir a las prácticas.

Se entregan **cheques restaurante**, tanto para consultores como becarios, para los días laborales de la semana.

Al margen de los seguros obligatorios para las empresas, la compañía pone a disposición de los consultores un **seguro de vida privado y una revisión médica anual** para todos los consultores.

Finalmente, el año 2013 en que el 23 de diciembre era lunes, se dio el día libre a todos los empleados, prolongando así su disfrute de las vacaciones navideñas.

Las medidas de conciliación están, de manera general, correctamente desarrolladas e implantadas. En este sentido, nuestro objetivo es mantenerlas, continuando con la satisfacción de los empleados, y nos planteamos avanzar en su formalización.



Colaboración con la Universidad

El entorno académico es para nosotros uno de los principales grupos de interés. Tanto es así que viene recogido en Nuestro Código de Conducta: "Compromiso de revertir a la universidad los conocimientos obtenidos en el desarrollo de nuestra actividad profesional".

Publicaciones

El presidente de la firma, Justo Villafañe, publicó en 2013 el libro: "**La buena Empresa: propuesta para una teoría de la reputación corporativa**", en que establece una hoja de ruta para que las empresas consigan recuperar la reputación perdida por culpa de la crisis, revirtiendo en el conocimiento de la relación entre empresa y sociedad.

Además, coordinamos junto a la fundación de la Universidad Complutense la publicación del **Anuario "La comunicación empresarial y la gestión de los intangibles en España y Latinoamérica"**, que en su decimoquinta edición incluyó una investigación ex-novo sobre la influencia del gobierno corporativo en la reputación de las empresas cotizadas. Desde 2013 este anuario tiene la categoría de revista científica al formar parte del catálogo de Latindex. El Anuario logró cumplir 31 de los 33 requisitos evaluados, demostrando la alta calidad y rigor científico de la publicación. Vale destacar que para ingresar al Catálogo solo se exige cumplir un mínimo de 25 características.

La indexación en el Catálogo no es más que el punto de partida ya que el Anuario pretende continuar trabajando para trasladar a sus lectores (académicos, empresas, instituciones, políticos, estudiantes, profesionales de la comunicación) las últimas tendencias del mundo de los intangibles y, lograr ingresar en más índices y catálogos de referencia científica.

Ponencias

Nuestros consultores **participan en la formación de los estudiantes**, colaborando con universidades y escuelas de negocio, así como en congresos y

ponencias. Tenemos **acuerdos con varias instituciones académicas**, como la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Jaime I de Castellón, la Escuela de Organización Industrial (EOI) o la Universidad de Alcalá, a las cuales los directores de consultoría asisten impartiendo clases y como ponentes en cursos y eventos.

Entre estas ponencias, destaca "**La reputación de las universidades, claves para su gestión**", impartida en la Universidad de La Rioja; la participación en el encuentro DIRSE en la Fundación ONCE, abordando la relación entre RSC y reputación; y en el encuentro internacional "Emprender desde la RSE en el mercado global", organizado por la Cámara de Comercio de Madrid, la Universidad Complutense de Madrid y el Grupo 7 que reunió a profesionales de la RSE para debatir, exponer y compartir las diferentes perspectivas de la Responsabilidad Social.

Así mismo, presentamos en Canarias la **herramienta Dircom2R**, que permite a grandes, medianas y pequeñas empresas realizaron la evaluación y autodiagnóstico de su Responsabilidad Social Corporativa a través de una plataforma online, desarrollada por Villafañe & Asociados en colaboración con DIRCOM.

Participamos en la organización del **Curso de Verano de la UCM en San Lorenzo de El Escorial** "Propuestas para la recuperación de la reputación en el sistema financiero español" que abordó el impacto de la crisis financiera y económica en la reputación del sector financiero y la pérdida de confianza de las instituciones. Entre los ponentes asistieron

- Emilio Ontiveros de la Universidad Autónoma de Madrid,
- Sandra Sotillo, socia de Villafañe & Asociados,
- Juan Antonio Alcaraz, Director General de Negocio de CaixaBank,
- Íñigo de Barrón, miembro de la Junta Directiva de APIE,
- Manuel Pardos, presidente de ADICAE,
- Isabel López, socia de Villafañe & Asociados,
- José María Nogueira director de Gobierno Corporativo de Villafañe & Asociados,
- Ángel Expósito, periodista,

- Carlos Balado, director de Comunicación, Marca y Relaciones Corporativas de Banco Popular,
- Benito Berceruelo, socio fundador de Estudio de Comunicación,
- Amalia Blanco, Directora General de Comunicación y Relaciones Externas en de Bankia,
- Jaume Giró, Director General Adjunto de CaixaBank,
- María Paramés, Directora de Personas y Comunicación de Bankinter
- Adela Cortina, catedrática de ética de la Universidad de Valencia y Directora de la Fundación Ética de los Negocios y Organizaciones.

Esto dio la oportunidad a los universitarios inscritos y becados de mejorar su formación de la mano de distinguidos expertos en esta materia.

Diseño de Programas

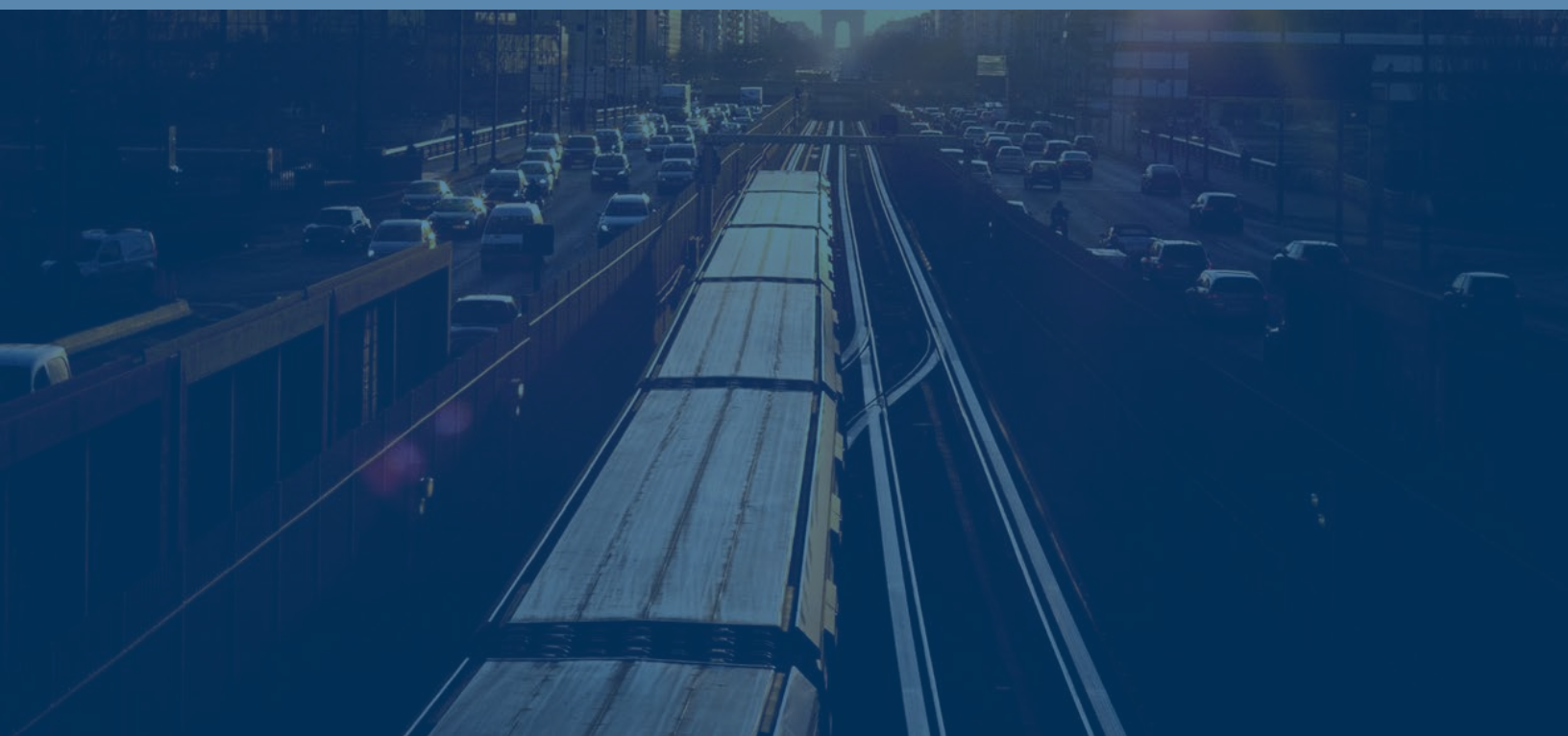
Villafañe & Asociados, junto con La Dirección de Desarrollo Gerencial de la Facultad de Administración de Empresas de la Universidad Externado de Colombia y el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), diseñamos el **Programa de Alta Gerencia en Reputación Corporativa**. Este curso comenzó a impartirse en abril de 2013 en la Universidad Externado, contando con las clases magistrales de los Socios de Villafañe & Asociados. El curso se compone de 8 módulos (124 horas presenciales) entre los que destacan el gobierno corporativo y la responsabilidad

corporativa, donde se estudian los mecanismos más adecuados para implantar políticas eficaces para la generación de valor reputacional en las empresas.

En 2013 asimismo, diseñamos y lanzamos el programa de formación online '**Reputación Corporativa y Generación de Valor**' (al que se puede acceder en la web <http://www.villafane.com/formacion.html>), para potenciar el desarrollo profesional en gestión de intangibles. En total, el programa ofrece 40 horas de formación, disponibles en diez módulos:

1. Introducción a la Reputación Corporativa
2. La Gestión de la Reputación Corporativa
3. Enfoque Reputacional de la Marca
4. Gestión reputacional del liderazgo
5. Gestión del Reconocimiento
6. Paradigma de la Empresa Reputada
7. Ética, Responsabilidad y Gobierno Corporativo
8. Reputación interna
9. El riesgo reputacional
10. Case Study: Merco

El curso va dirigido a organizaciones conscientes de la importancia del valor de sus activos intangibles y que buscan mejorar su gestión, ayudando tanto a profesionales de la comunicación, marketing y reputación corporativa, como a estudiantes, postgraduados y doctorandos del ámbito de la comunicación y la empresa que estén interesados en ampliar su conocimiento y formación.



Cumplimiento de la normativa

Entendemos que el cumplimiento de la legislación y normativas es una obligación para nuestro funcionamiento, por lo que dentro de nuestros principios de gestión ética y socialmente responsable nos exigimos ir más allá de su mero cumplimiento. La honestidad y transparencia en nuestra actividad diaria con todos nuestros públicos con los que nos relacionamos nos ayuda a crear relaciones claras y duraderas no solo con nuestros stakeholders sino con cualquier tercero interesado directa o indirectamente con nuestra actividad.

Código de Conducta

En Villafañe & Asociados tenemos un firme compromiso por **actuar de forma ética, transparente y profesional** que queda reflejado en nuestros valores corporativos, en nuestro Código de Conducta o en la Carta de Derechos del Cliente.

De forma voluntaria estamos adheridos y respetamos los 10 Principios del Pacto Mundial, que pautan nuestra actuación responsable con nuestros stakeholders. Estos principios a los que nos adherimos muestran **nuestro rechazo ante cualquier acción corrupta**, de soborno o de extorsión y nuestro compromiso con las buenas prácticas.

Nuestro sistema financiero es asesorado y supervisado por profesionales independientes que ajustan el desempeño económico a todas las exigencias legales, incluyendo nuestra obligación de rendir cuentas y publicar resultados, accesibles para cualquier parte interesada.

Contratar a proveedores de servicios que cumplan los Derechos Humanos

En nuestra selección de proveedores, trabajamos con aquellos que nos garantizan los máximos niveles de servicio frente a nuestras necesidades

teniendo en cuenta la calidad, el precio y la localización cercana a nuestra sede.

Sistemas de Gestión de Calidad

En Villafañe & Asociados la calidad forma parte de la cultura y los valores corporativos, lo que permite que en todas las actividades y procesos quede asegurada.

La elección de nuestros proveedores se basa en seleccionar aquellos que nos garantizan los máximos niveles de servicio, teniendo en cuenta la calidad, el precio y la localización cercana a nuestra sede.

Al tratarse la mayoría de nuestros proveedores de empresas pequeñas y locales, mantenemos una relación directa que nos permite conocer de cerca su funcionamiento y verificar su cumplimiento de los 10 Principios.

Como iniciativas futuras, valoramos la posibilidad de promover que al menos uno de nuestros proveedores locales se adhiera al Pacto Mundial y solicitar a nuestros proveedores sus certificaciones de calidad.

Envío de comunicaciones a proveedores sobre la adhesión de su empresa a la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas

Como socios del Pacto Mundial, divulgamos nuestra adhesión así como los progresos que realizamos en los diez principios.

Pese a no contar con un sistema de comunicación con proveedores formalizado, sí que realizamos una comunicación a través de correo electrónico y comunicación interpersonal. Además nuestro Código de Conducta es accesible para todos los públicos y está publicado en la web corporativa.

Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales

Los criterios que empleamos para garantizar la igualdad de oportunidades a todos los proveedores son la calidad, la cercanía en la localización y el precio.

Cada vez que buscamos un nuevo proveedor solicitamos dos presupuestos a diferentes

proveedores y ante la igualdad de ofertas optamos por escoger aquel que tiene un mejor comportamiento social, medioambiental, respetuoso con sus grupos de interés y sostenible.

La cercana localización con los proveedores con los que trabajamos de manera habitual nos permite reducir el impacto negativo que ocasiona el transporte en los desplazamientos así como los costes económicos.

Los grandes proveedores son los que suministran el agua, la luz, la telefonía, y por las exigencias de su actividad disponen de certificaciones ISO 9001.

Uno de nuestro proveedores, el Instituto de Análisis e Investigación cuenta con certificados para el servicio de Investigación de Mercados y Opinión como el A50/000005, además de estar adherido al Código ICC/ESOMAR (establece las normas éticas que debe cumplir un investigador de mercados).



Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente

Queremos que la tecnología así como los recursos con los que trabajamos sean respetuosos con el medio ambiente.

Uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos:

- Hemos sustituido las antiguas impresoras por unas nuevas con menor consumo de energía y cuyos cartuchos de tina no dejan rastro.
- Utilizamos **dispositivos USB** en las presentaciones a clientes para minimizar las impresiones y el uso del papel.
- Empleamos un sistema de purificación del agua del grifo para reducir el consumo de envases y el espacio de almacenamiento.
- Utilizamos **bombillas de bajo consumo** en nuestra oficina.
- Los ordenadores hibernan tras 15 minutos de inactividad.
- Utilizamos las **videoconferencias** para el ahorro de transporte y como apuesta por la movilidad sostenible.
- Dada nuestra ubicación, fomentamos acudir al trabajo a pie, lo que no solo permite reducir las emisiones de CO₂ en nuestros desplazamientos, sino también mejorar la salud de los empleados.

Control y reducción del consumo

Nuestra actividad no tiene un alto impacto en el medio ambiente, sin embargo somos conscientes de la importancia de gestionar el negocio con un enfoque preventivo que ayude a fomentar una mayor responsabilidad ambiental.

Por ello, identificamos una serie de riesgos medioambientales ligados al consumo de recursos y la gestión de residuos, que diariamente tratamos de minimizar.

Sensibilización

En Villafañe & Asociados tratamos de inculcar una cultura del respeto al medio ambiente. Los canales de comunicación más habituales son los correos electrónicos, la comunicación interpersonal y los carteles informativos que fomentan el ahorro energético, ubicados en las zonas comunes de la oficina.

- Hacemos hincapié en hacer un uso responsable de los recursos energéticos.
- En los servicios hemos instalado carteles para sensibilizar a los empleados sobre la importancia de apagar las luces siempre que no se estén utilizando.
- A través del correo electrónico se informa a los empleados sobre el precio de cada impresión a color y en blanco y negro con el objetivo de concienciar sobre la importancia de reducir el número de impresiones diarias.
- En verano se recuerda a todos los empleados la necesidad de apagar el aire acondicionado cuando se sale de los despachos

Como objetivo, una vez desarrollado el canal de comunicación interna queremos incluir un apartado destinado a la sensibilización, en el que los empleados puedan tanto compartir buenas prácticas como acceder a consejos relacionados con la responsabilidad hacia el entorno.

Reciclaje

En Villafañe & Asociados tratamos de inculcar una cultura del respeto al medio ambiente así como fomentar una actuación responsable en el consumo de recursos naturales y el uso de materiales para contribuir al desarrollo sostenible.

- Tratamos de reducir las impresiones siempre que es posible y de fomentar las presentaciones en versión digital para el ahorro de papel.
- Disponemos de papeleras comunes separadas para desechos orgánicos, en plástico y en papel, que se destinan a reciclaje.
- Disponemos de contenedores especiales para el reciclaje de tóner ecológico que posteriormente la empresa autorizada, Biotoner, se encarga del reciclado.

- Disponemos de platos, cubiertos, tazas y vasos de vidrio para evitar el consumo y desecho diario de plásticos.

Objetivos: De manera genérica, queremos reducir el consumo de energía, agua, papel y tinta en la entidad.

Para ello, queremos:

- Fomentar que no se imprima y, en caso de tener que imprimir, que sea a doble cara.
- Dar la opción de imprimir en papel ya impreso por una cara (reutilizando el mismo).
- Sistematizar el uso de papel reciclado en facturas y documentos de uso interno.
- Fomentar la reutilización del papel cuando se haya utilizado por una sola cara Reducir la compra tanto de nuevo papel como de cuadernos. Instalar papeleras separadas de cada despacho

- Fomentar el uso de botellas de cristal individuales para así disminuir la compra de botellas de plástico.

Medición del consumo

Debido a que nuestra actividad no tiene un alto impacto en el medio ambiente no disponemos de un mecanismo de evaluación concretos en este ámbito. El control de nuestros consumos lo llevamos a cabo en base a las facturas y pedidos. En 2013, el consumo de recursos fue:

- Energía Activa: 21.012 kWh
- Energía Reactiva: 144 kVArh
- Papel: 3000 Kg (10 folios por empleado al día)
- Agua envasada: 277,2 L

[Descargar documento adjunto](#)



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT

