

DATOS GENERALES DEL DESPACHO

Características iniciales. Características actuales

CARACTERÍSTICAS INICIALES

1. Razón social

GM CONSULTING EMPRESARIAL, S.L

2. Año de constitución

01 de Febrero de 2004

3. ¿Por quien fue fundada?

Emilio José García Benjamín y José Pedro Martín Escolar

¿Qué edad tenía el fundador(es) o socio(s) principal(es) en el momento de la fundación del despacho?

Emilio José García Benjamín	24 años
José Pedro Martín Escolar	25 años

Nivel medio de formación que tenía

Emilio José García Benjamín	Licenciado en Económicas
José Pedro Martín Escolar	Licenciado en Derecho y Master en Asesoría Fiscal

Actividad profesional que desarrollaba antes de crear el despacho

Emilio José García Benjamín	Asesor empresarial
José Pedro Martín Escolar	Asesor fiscal

¿Cuántos empleos y/o experiencias tuvieron antes de crear el despacho?

Emilio José García Benjamín	3 empleos
José Pedro Martín Escolar	2 empleos

4. Lugar en que se radicó el despacho

El primer despacho se situó en una vivienda destinada a oficina sita en la Avda. Séptima, nº 48, 1º 3 de Madrid.

5. ¿Recuerda sus primeros clientes? ¿A qué sectores pertenecían? ¿Cómo los consiguió? ¿Cuáles eran sus servicios iniciales?

Los primeros clientes nunca se olvidan, y nuestro primer cliente lo sigue siendo en la actualidad. Principalmente pertenecían en su gran mayoría al sector del comercio minorista.

Los clientes fueron conseguidos mediante una venta directa y personal, es decir, acudiendo físicamente a las oficinas o locales del cliente, con diversa publicidad de la empresa y una breve exposición de nuestros servicios profesionales.

Los servicios iniciales fueron el asesoramiento contable-fiscal, laboral y jurídico-empresarial.

6. Plantilla inicial.

La plantilla inicial se formaba por los citados socios fundadores. En los dos meses siguientes a la fundación, se incorporó un nuevo socio como Director del Área Laboral, realizando una nueva incorporación a finales de año mediante la contratación de un consultor contable. Por lo tanto, durante el primer año la plantilla estaba formada por 4 personas.

CARACTERÍSTICAS ACTUALES

1. Localización actual del despacho.

La oficina de GM CONSULTING EMPRESARIAL se encuentra situada en un edificio de negocios sito en Madrid, Avda. de la Albufera 321, Planta 1ª, Oficina 11.

Número de delegaciones y ubicación de cada una de ellas.

Actualmente no existe ninguna otra delegación que la propia sede de la empresa. No obstante, a medio plazo se abrirá una delegación en Valencia y otra en Sevilla.

2. ¿Cuál es el sector, o sectores, en los que está hoy actuando su despacho?

Actualmente prestamos servicios profesionales a distintos sectores, entre otros, construcción, hostelería, logística, educación, ingeniería, sanitario....

3. ¿Qué servicios está ofreciendo actualmente?

Se realiza un servicio exhaustivo y con calidad en el Área Fiscal, Laboral y Jurídico - Empresarial y abogacía. Desde el mes de Enero del presente año 2009, prestamos un nuevo servicio en el Área de Protección de Datos.

4. Plantilla actual del despacho

La plantilla en la actualidad se encuentra compuesta de 8 profesionales.

5. Evolución del volumen de ingresos o cifra de negocio (en euros) del año respectivo.

PERIODO	FACTURACION
01/02/2004– 31/12/2004 (fundación)	13.221,44 €
01/01/2005 – 31/12/2005	50.391,87 €
01/01/2006 – 31/12/2006	146.114,39 €
01/01/2007 – 31/12/2007	172.942,07 €
01/01/2008 – 31/12/2008	206.820,66 €

¿Cuál es la tasa de crecimiento anual de los ingresos en los últimos tres años?

PERIODO	%
2006	189,96%
2007	18,36%
2008	19,59%

6. ¿Considera que tiene mucha competencia, en su área geográfica de actuación?

Con bastante frecuencia, los empresarios al comenzar un negocio suelen realizar un tipo de negocio similar al ejercicio que realiza la propia competencia, y entonces, entre ellos terminan compitiendo con el precio.

Esta empresa nació con un proyecto empresarial propio y con una característica única de venta, ofrecemos por escrito garantía de los servicios y unido a una cultura empresarial, metodología, marketing y tecnología personalizada y adaptada a nuestros objetivos. Por tanto, con independencia de la competencia que exista en nuestra área geográfica siempre hemos considerado que no tenemos competencia directa, ya que los servicios que venimos ofreciendo y sobre todo la forma de prestarlos son diferentes al resto.

7. ¿Tiene previsto o planificado el relevo generacional del despacho?

La empresa se encuentra compuesta de gente joven, entre otros, los propios socios - directores, por lo tanto, no existe previsión o planificación de relevo generacional.

ESTRATEGIA DEL DESPACHO

Estrategia Global. Política en la prestación del servicio. Política de los recursos financieros. Presencia y notoriedad en el mercado

ESTRATEGIA GLOBAL

1. ¿Puede explicar cuál es la estrategia actual de su despacho? (sólo los grandes objetivos y los medios para alcanzarlos)

La principal estrategia para este año se centra en las nuevas tecnologías, siendo uno de los próximos objetivos el poder ofrecer de manera "gratuita" a través de nuestra página web (www.gmempresarial.com), asesoramiento, calculadoras jurídicas y formación.

Otro objetivo a destacar para este año sería el posicionamiento de nuestra marca en el mercado, estamos convencidos de que lograremos un reconocimiento y prestigio en el sector.

¿Ha cambiado mucho respecto la estrategia en sus inicios?

GM CONSULTING EMPRESARIAL tuvo como primer objetivo el contar con una estructura interna sólida, que fuera capaz de soportar y garantizar un crecimiento controlado y un asesoramiento metódico y de calidad, y todo ello, siempre unido a la formación de nuestros profesionales.

En la actualidad, las nuevas tecnologías han producido un cambio en nuestra estrategia, los servicios online son el futuro, y la información ya no es propiedad de nadie. En Internet podemos encontrar de manera gratuita casi todo tipo de información y experiencia que necesitemos. Por tanto, son estas empresas y concretamente los despachos profesionales, quienes disponiendo de una buena estructura y organización interna, así como del mejor uso de las tecnologías y aplicaciones, los que tendrán una vinculación directa y permanente con el mercado.

2. Su estrategia actual en la prestación de servicios ¿es de especialización máxima o multidisciplinar?

Es fundamental conseguir una máxima especialización, para ello es necesario una buena formación y disponer de gran experiencia (que no edad), y el personal que conforma GM CONSULTING EMPRESARIAL se encuentra especializado en su materia. Entendemos que solo existe una forma de trabajar, y sencillamente se trata de hacer las cosas de manera exhaustiva.

Dicha especialización también la contemplamos en el aspecto gerencial y en la propia gestión interna de la empresa.

3. Tiene metodologías contrastadas en la prestación de servicios? (ISO, manuales internos) ¿Es un elemento diferencial de su despacho?

Estamos convencido que contamos con una buena metodología interna, todas las actuaciones se encuentran protocolizadas, y ello se debe fundamentalmente a nuestra herramienta tecnológica (LOGIC CLASS PROFESIONAL), que nos permite gestionar el despacho en tiempo real en todos sus aspectos (minutación, contratos, expedientes, tareas, clientes, proveedores, CRM Comercial...). Es básico contar con un buen proveedor tecnológico, y nosotros estamos muy contentos con las soluciones de SAGE.

4. En cuanto a su focalización en el mercado, ¿qué tipo de estrategia predomina?

- segmentación (dedicarse a un sector o zona geográfica del mercado),

Principalmente nuestra estrategia está destinada a prestar el servicio a nivel nacional. Actualmente la zona geográfica donde nos hemos centrado, es donde radica la sede de la empresa, esto es, la Comunidad de Madrid, aunque con la futura apertura de dos nuevas sedes, Sevilla y Valencia, nos permitirá dar un gran paso en nuestro objetivo de crecimiento, y por tanto, facilitar más oportunidades a nuestros clientes.

No obstante, como se ha mencionado anteriormente esta estrategia se encuentra en cambio constante debido a los cambios y tendencias tecnológicas.

- costes y precios menores que la competencia,

GM CONSULTING EMPRESARIAL es consciente que los servicios profesionales no deben tener un funcionamiento distinto al que viene teniendo cualquier empresa de productos, donde sin afectar a los valores y principios que forman la estrategia de la empresa, los costes y los precios sean cada vez menores, para ello, es necesario llevar un control de rentabilidad de todos los servicios prestados, y de ese modo, controlar y obtener el umbral de eficacia deseado.

5. ¿Cuál fue la oportunidad que supo aprovechar y qué propició el crecimiento y/o consolidación del despacho?

Seguramente dar garantía por escrito, empatizar con el cliente y ser meticuloso y exhaustivo en nuestro asesoramiento, y ante todo, la aptitud de nuestros profesionales basados en la involucración, la honestidad y la humildad.

6. ¿Cuál es el plazo de actuación de su plan estratégico (1 año, 2 años, 3 años)?

Actuamos con un plan estratégico de un año.

¿Cómo lo hacen para adaptar la estrategia a los cambios del entorno?

La adaptación nace de una primera visión empresarial por parte de nuestros socios-directores, posteriormente pasa a ser consensuada y debatida con los jefes y encargados de departamento, y en su caso, con el resto de empleados de la empresa, y por último, a través de la capacidad y voluntad de cambio de todos los profesionales que componen la empresa, la adaptación resulta sencilla.

7. ¿Qué es lo que diferencia a su despacho de la competencia? ¿Y sus servicios?

La principal diferencia radica en nuestro capital humano, el compromiso de calidad y la entrega y dedicación en todos y cada uno de los servicios prestados.

Respecto a los servicios, la diferencia reside en una máxima especialización tanto a nivel formativo como de experiencia y un trabajo metódico.

¿De dónde proviene la competencia más fuerte? (grandes despachos, medianos despachos, pequeños despachos, firmas internacionales, franquicias, entidades financieras, asesorías virtuales).

Siempre hemos considerado que no tenemos competencia directa, ya que los servicios que venimos ofreciendo y sobre todo la forma de prestarlos son diferentes al resto.

8. ¿Pertenece a alguna red internacional? Alianzas o acuerdos de colaboración.

En la actualidad contamos con acuerdos de colaboración con despachos profesionales en Polonia, Portugal e Inglaterra.

9. ¿Las fórmulas de crecimiento que utilizan son mediante estrategias comerciales y/o crecimiento interno con los propios clientes o bien mediante fórmulas de crecimiento externo (colaboraciones, alianzas, fusiones y/o compras)? o ¿fórmulas mixtas?

La formula es mixta, crecemos principalmente a través de los propios clientes de la empresa pero sin obviar el crecimiento a través de estrategias comerciales. El crecimiento externo cada vez tiene mayor éxito, convirtiéndose en la actualidad en una de las principales estrategias comerciales del despacho.

POLÍTICA DE LOS RECURSOS ECONOMICO/ FINANCIEROS

1. ¿Cuál fue la inversión inicial al crear su despacho?

DIEZ MIL EUROS (10.000,00€)

¿Qué porcentaje correspondían a capital propio y a capital ajeno?

Capital propio	Capital ajeno
100%	0%

¿Qué porcentajes corresponden actualmente?

100% capital generado por la empresa

2. ¿Cuáles han sido las estrategias y políticas financieras durante los últimos 5 años?

La política bancaria ha sido colaborar con diversas entidades financieras con el fin de reducir al máximo posible las comisiones y gastos bancarios, por otro, disponer de distintos históricos financieros, y por último, disfrutar de contactos y dar a conocer nuestra empresa mediante diversas colaboraciones.

En nuestro caso, en los últimos 5 años, es decir, desde la fundación de la empresa, se ha obtenido 72.000,00 € con financiación bancaria, de los cuales, en la actualidad se encuentran prácticamente cancelados, cuyo destino ha sido en su totalidad la adquisición de inmovilizados material e intangible.

3. ¿Utiliza un cuadro de mando? ¿Qué ratios aplica o suele hacer un seguimiento?

El ratio aplicado es el de liquidez.

RECURSOS OPERATIVOS EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

1. ¿Cómo es el nivel tecnológico de su despacho respecto a la competencia?

Disponemos, a nuestro entender, de una de las mejores herramientas tecnológicas de gestión interna (LOGIC CLASS PROFESIONAL). En este sentido, igualmente disponemos de diversas y reconocidas bases de datos jurídicas (*Ej. Quantor fiscal, Quantor social, El Derecho...*)

Los ordenadores, móviles, impresoras, proyectores, televisión, salas de reuniones, etc, son de última generación. El nivel tecnológico continúa en nuestra web (www.gmempresarial.com) mediante los servicios ofrecidos y las herramientas con las que cuenta.

Además, se conoce en profundidad todas las aplicaciones informáticas que dispone el despacho, la anterior citada LOGIC CLASS PROFESIONAL, como las propias de Office, Windows Profesional, etc. Por todo ello, consideramos que el nivel tecnológico respecto a la competencia es alto.

2. ¿Dispone de un programa de gestión global del despacho?

Si, el ya citado LOGIC CLASS PROFESIONAL.

3. ¿Cuál es el proceso normal de desarrollo de nuevos servicios?

En primer lugar, se procede a dar de alta en nuestra base de datos al cliente. Posteriormente, se emite una oferta de servicios por el encargo realizado junto a un anexo explicativo de los servicios encargados, en determinados casos, y siempre que sea posible marcar la cronología de actuaciones, también se hace entrega de un diagrama donde se hace constar el número y fechas previstas de actuaciones.

Por último, y siempre que la oferta de servicios se encuentre debidamente aceptada y firmada por el cliente, se procede a realizar las actuaciones del encargo, abriendo para ello el correspondiente expediente, donde se hace constar las tareas que conlleva el trabajo así como las actividades que conforman cada tarea. Dichas tareas y

actividades son informadas por el usuario que las realiza, horas empleadas, comisionista y comisión en su caso, suplidos, etc.

4. ¿Tiene una estrategia de innovación concreta?

Nuestra estrategia se basa en contar con todos los procesos automáticos.

5. ¿Quién decide el lanzamiento de un nuevo servicio?

Los socios – directores pero nunca de manera unilateral, siempre ha sido consensuado previamente con el jefe de departamento a quien compete dicho servicio a fin de velar por un mejor servicio ofertado.

6. ¿Lleva indicadores y/o controles de calidad en la prestación de un servicio?

Llevamos un control de calidad directo, existiendo para ello un control de tiempo en respuesta, control de tiempo empleado en el servicio, control de rentabilidad de cada expediente, control de calidad mediante encuestas, y próximamente, control de calidad mediante un buzón de sugerencias a través de la página web.

7. ¿Tienen un sistema para detectar las necesidades de sus clientes?

El sistema utilizado en la actualidad es a través de reuniones con el cliente. Se ha podido comprobar que reuniéndose con el cliente es como mejor detectas su necesidad, eso sí, la reunión debe ser concreta y eficaz, es decir, detectar su necesidad y proceder a su solución.

8. ¿Evalúan periódicamente la satisfacción de sus clientes?

Si, anualmente.

9. ¿Tiene implantado un sistema que optimice la gestión documental y la gestión del conocimiento?

Sí. La empresa cuenta con un sistema de gestión documental y del conocimiento mediante la implantación de protocolos internos de archivo, ya sea tanto archivo físico como informático. De igual modo, cuenta con protocolos para la optimización de la gestión del conocimiento, disponiendo de un sistema que permite la localización de información de forma rápida y sencilla.

10. ¿Dispone de página Web, Intranet, Extranets? ¿Son elementos diferenciales de su despacho?

Si, nuestra página web www.gmempresarial.com, cuenta con diversos elementos diferenciales como lo es nuestro propio despacho, entre otros, un portal de comunicación con información de eventos, artículos, boletines y novedades jurídicas, noticias corporativas de la empresa, portal de formación, así como, durante los próximos meses y antes de finalizar el ejercicio, se implantarán nuevos servicios y elementos diferenciadores, como son, un foro profesional técnico, una zona de emprendedores, calculadora jurídica y un blog personal.

PRESENCIA Y NOTORIEDAD EN EL MERCADO

1. ¿Considera que la marca de su despacho está bien posicionada en el mercado en su ámbito de actuación?

Todavía no, ha existido un mejor posicionamiento, pero no corresponde a la estructura de la empresa y calidad del servicio prestado. Esta consideración se origina porque desde la creación de la empresa, el objetivo principal antes de cualquier posicionamiento consistía principalmente en la gestión interna. Sin embargo, tras este periodo de tiempo y una vez cumplido el primer objetivo, los próximos años serán destinados a velar por un buen posicionamiento.

2. ¿Algunos premios y reconocimientos recientes?

La presente encuesta supone para el equipo de profesionales de GM CONSULTING EMPRESARIAL, un reconocimiento.

3. ¿Cuenta con un departamento de marketing o responsable?

Uno de los socios-directores es responsable de las funciones de marketing.

4. ¿Publican libros o editan alguna revista, estudios o boletín?

Si, según se ha manifestado anteriormente, nuestra página web www.gmempresarial.com dispone de un apartado de publicaciones con novedades jurídicas, artículos, prensa y preguntas frecuentes.

5. ¿Tienen presencia en los medios, prensa escrita, revistas sectoriales?

Con frecuencia contamos con presencia en los medios de comunicación a través de prensa escrita en ámbito autonómico, y con carácter permanente en Internet.

6. ¿Organizan eventos, seminarios y/o jornadas informativas?

Organizamos e impartimos jornadas informativas a nuestros propios clientes, bien convocando una jornada informativa para tratar sobre alguna novedad jurídica, o bien, realizando formación a los mismos a través de la consultoría contable y/o laboral.

Por otro lado, ocasionalmente se realizan ponencias de novedades jurídicas, siendo requeridos para que a través de nuestro despacho se haga una exposición de la materia objeto de seminario.

7. ¿Pertenece, forman parte y/o colaboran con alguna asociación, colegio profesional, club, etc?

Actualmente pertenecemos a la Asociación Española de Asesores Fiscales y al Ilustre Colegio de Abogados de Madrid.

8. ¿Colabora y/o invierte en acciones de responsabilidad social?

GM CONSULTING EMPRESARIAL consciente de la importancia del compromiso con la responsabilidad social, tiene implantado acciones destinadas al cuidado y mantenimiento del medioambiente, tales como, reciclaje, ahorro de energía y fomento de la utilización del transporte público.

CULTURA DEL DESPACHO

**Política de los recursos humanos.
Comunicación y sistemas de información.
Sistema de valores.**

POLÍTICA DE LOS RECURSOS HUMANOS

1. ¿Cómo se realiza el reclutamiento de personal?

Principalmente a través de la publicación de ofertas de trabajo en diversos portales dedicados a dicho cometido, posteriormente los candidatos deben superar cuatro pruebas, un primer filtro del curriculum que se realiza de forma interna en la empresa, una entrevista personal con el jefe de departamento, una prueba práctica de conocimientos, y por último, reunión con el socio-director de la empresa.

También se recluta al personal a través de nuestra propia página web, concretamente “*trabaja con nosotros*”, donde se publican los puestos de trabajo ofertados así como se ofrece la posibilidad de remitir a cualquier trabajador su curriculum a fin de disponer del mismo para un futuro proceso de selección.

2. ¿Cuál es el nivel de formación y de titulación de sus profesionales?

Diplomados y Licenciados.

3. ¿Qué competencias personales y profesionales son las que más se valoran a la hora de incorporar a un nuevo profesional?

Principalmente se valora los conocimientos jurídicos, entusiasmo por su trabajo, capacidad de trabajo en equipo y facilidad de trato, expresión oral y escrita, idiomas e interés por la cultura y los temas de actualidad. .

4. ¿Tiene diseñado un Plan de Carrera para su despacho? ¿En qué se basa? ¿A quién va dirigido? ¿Tienen contemplada la opción de que algunos profesionales lleguen a ser Socios?

Tenemos un atractivo plan de carrera, que tiene como finalidad establecer un marco de referencia claro, donde todos los profesionales puedan llegar a ser socios de la firma.

El modelo de despacho se divide en distintas categorías: Asesor Junior, Asesor, Asesor Senior, Responsable de Equipo, Jefe de Departamento, Asociado, Director General y Socio.

5. ¿Evalúan del desempeño de los profesionales del despacho? ¿Qué herramienta utilizan? ¿Con qué periodicidad? ¿A quién y quién evalúa?

Todos los profesionales del despacho son evaluados por los socios-directores previa evaluación del jefe de departamento. No existe herramienta de evaluación concreta, valorándose de acuerdo a un seguimiento exhaustivo del trabajo realizado, teniendo en cuenta, además, el compromiso de este, su eficacia, satisfacción del cliente, etc.

La evaluación se hace de forma permanente pero la valoración definitiva con el profesional se realiza con carácter anual desde la incorporación del trabajador.

6. ¿Disponen de un Plan de Formación y desarrollo para todo el despacho? ¿Qué tipo de acciones formativas realizan?

Es requisito necesario la formación continua, para ello, existe una partida presupuestaria que cubre dicho menester. Todos los profesionales acuden a cursos, seminarios y jornadas. Los propios socios-directores tienen establecido un plan de formación específico en estrategia y habilidades empresariales.

7. ¿Cuánto invierten en formación anualmente? ¿Qué ratio supone versus facturación?

La inversión en formación representa aproximadamente un 3% de la facturación anual.

8. ¿Tienen implantado una política de retribución variable? ¿En qué se basa? ¿A qué niveles organizativos va dirigida?

La retribución variable se realiza con una periodicidad anual, a través de un bonus que se cuantifica por los socios – directores de la empresa y siempre previo informe redactado por el jefe de departamento. El bonus se realiza junto a la evaluación del profesional, de tal modo que éste se determina en función del compromiso, eficacia, satisfacción del cliente, objetivos del departamento, etc.

9. ¿Ofrecen algún tipo de beneficio social? ¿Cuáles? ¿A quién van dirigidos?

Se hace entrega a todos los profesionales de ticket restaurant, se imparte en la sede de la empresa cursos de idiomas, en la actualidad, ingles.

10. ¿Miden la satisfacción de sus empleados? ¿De qué manera? ¿Cada cuánto tiempo?

La satisfacción de los empleados al igual que su evaluación se mide de forma anual. Dicha satisfacción se realiza mediante una redacción de un cuestionario previo y una posterior reunión personal con el socio – director del área laboral de la empresa.

11. ¿Qué hacen para retener a sus profesionales?

Se ofrece una interesante carrera profesional, formación, buen horario y un trabajo dinámico y gratificante. Además, la retribución variable y beneficios sociales hacen que los trabajadores se sientan valorados constantemente.

12. ¿Qué tipo de indicadores utilizan para medir la gestión del personal? ¿Utilizan alguna herramienta informática?

Utilizamos la herramienta tecnológica LOGIC CLASS PROFESIONAL.

13. ¿Quién se encarga de la política de personal en su despacho?

El socio-director del Área Laboral.

14. ¿Están empezando a percibir la necesidad de utilizar nuevos estilos de dirección para dirigir a las generaciones más jóvenes?

En la actualidad ya no sirven las actuaciones paternalistas, los jóvenes se adaptan mejor al cambio, por ello su gran temor es tocar techo muy pronto, el trato debe ser muy cercano, facilitar la conciliación, motivarles y ofrecerles incentivos.

COMUNICACIÓN Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN

1. ¿Cree que es importante estimular la comunicación entre los diferentes niveles del despacho? ¿Por qué?

No sólo es importante, sino necesario para poder conseguir un servicio de calidad, de lo contrario, las consecuencias serían la ineficacia y la baja rentabilidad.

¿Cómo se organiza la comunicación entre los distintos departamentos del despacho?

En primer lugar, la utilización del correo electrónico. En segundo lugar, un calendario compartido, y por último, la utilización de la misma aplicación informática LOGIC CLASS PROFESIONAL que permite el control y seguimiento de todos los expedientes.

2. ¿Y entre despacho y los entes exteriores a ella (clientes, proveedores, corporaciones diversas, etcétera)?

Igualmente resulta primordial en todos los casos la utilización del correo electrónico, además, para el caso de clientes, conversaciones telefónicas y reuniones. De igual manera, toda la comunicación de la empresa relativa a clientes tanto antiguos como nuevos, se encuentra registrada en LOGIC CLASS PROFESIONAL.

3. ¿Cómo se comunica el titular o los socios con los empleados del despacho?

Los socios además de empresarios tienen la consideración de trabajadores, por lo tanto, la comunicación con los empleados es frecuente, ya que en determinadas ocasiones puede coincidir un empleado, jefe de departamento y el socio para tratar diversas consideraciones profesionales.

4. ¿Realizan reuniones generales con todos los empleados? ¿Cada cuánto tiempo?

Tal y como se ha manifestado, las decisiones relevantes de la empresa y máxime cuando suponen un cambio en la estructura, se realiza una reunión con los jefes de departamento y empleados en su caso a fin de consensuar y debatir el cambio.

No existe una periodicidad concreta para dichas reuniones. No obstante, según la experiencia de pasados ejercicios las reuniones generales con todos los empleados son aproximadamente de 6 a 8 anuales.

5. ¿Qué herramientas de comunicación interna utilizan? (Intranet, boletín de noticias, correo electrónico interno, tablón de anuncios).

Principalmente el correo electrónico, donde a través de este se realiza toda la comunicación de la empresa. Además, se dispone de un calendario compartido que permite saber las reuniones, horarios y localización en todo momento de nuestros profesionales.

6. ¿Quién es el responsable de la comunicación interna del despacho?

El socio-director, José Pedro Martín Escolar.

7. ¿Fomentan la aportación de mejoras o ideas dentro del despacho? ¿De qué manera?

No solo se fomenta sino se valora mucho, Uno de los puntos que se hace especial hincapié en las entrevistas de trabajo es la importancia que existe en que un trabajador aporte ideas y mejoras, ya no solo para su propio departamento sino también para la empresa, de ese modo, los beneficios serán incalculables, de forma indirecta al verse beneficiada la empresa y por consiguiente, el propio trabajador, y de una forma directa, puesto que dicha actitud repercute directamente en la retribución variable del trabajador.

SISTEMA DE VALORES

1. ¿Cuáles pueden ser los valores a los que se de mayor importancia?

Todos los profesionales que integran la empresa están obligados al estricto cumplimiento de las normas deontológicas que regula la práctica profesional. Entre los valores más relevantes cabe destacar la calidad y el compromiso con el cliente.

¿Cuál es la imagen que intenta dar el despacho al exterior? ¿Qué valores se resaltan más?

Una imagen cercana y de posicionamiento con el cliente, de tal manera que se sienta entendido y ayudado, para lo cual, requiere de un constante esfuerzo y dedicación.

2. ¿Qué le explicaría a un nuevo colaborador suyo sobre las normas de actuación, funcionamiento, etc, de esta organización?

La prestación de servicios profesionales que venimos prestando ha de estar presidida por los más elevados niveles de calidad y dedicación, dicha consideración, no solo debe radicar en nuestra empresa sino también en todo su entorno, de tal manera que tanto nuestros proveedores y colaboradores deberán compartir esa misma premisa.

La filosofía de nuestra empresa se encuentra determinada por valores como el trabajo en grupo, calidad, seriedad, compromiso, dedicación y confidencialidad.

Las normas de actuación y funcionamiento siempre deben estar supeditadas a los valores referidos anteriormente, de tal manera que responda a un trabajo eficaz y de garantía.

3. ¿Podría decir varias frases típicas que reflejan el sentir de esta organización, su cultura organizativa?

- *“formación permanente”*
- *“conseguir la excelencia”*
- *“ponerse en lugar del cliente”*
- *“cumplir objetivos”*
- *“satisfacción personal y profesional”*
- *“pensar, responder y actuar siempre en positivo”*

4. ¿Cómo se utiliza este sistema de valores para motivar al personal del despacho?

Compartiendo, con generosidad y en interés de todos, el conocimiento, experiencia y objetivos profesionales con todos compañeros de la empresa.

5. La mayoría de organizaciones funcionarían mejor si se pudieran eliminar en ellas los conflictos de cualquier tipo. ¿Qué opina?

Por supuesto, esta empresa siempre ha velado por la conciliación y bienestar laboral, de hecho, insiste continuamente en la motivación de los trabajadores con el fin de evitar cualquier predominancia de interés particular, de lo contrario, el cliente de algún modo u otro se vería perjudicado, y por consiguiente, la empresa vería empañada su imagen. Por ello, cualquier conflicto o situación que pueda repercutir negativamente en lo anterior será afrontada con carácter prioritario y de forma contundente, debiendo predominar el interés general de la empresa, y más aun, el legítimo interés del cliente, frente a cualquier interés particular.

Comente varios tipos de conflictos y la forma en que se han solucionado.

Desde la fundación de la empresa y durante toda su actividad empresarial, nunca ha existido ningún tipo de conflicto, prueba de ello, que en la actualidad mantenemos los primeros clientes del despacho, no ha existido ningún cambio en la composición de la empresa, ya sea en cargo directivo como societario, y los profesionales y colaboradores que comenzaron el proyecto empresarial continúan prestando sus servicios en la actualidad. Por lo tanto, lejos de cualquier conflicto, esta empresa siempre ha actuado con carácter preventivo, y para ello, aplica los sistemas de motivación, calidad, satisfacción y resto de principios que se han expuesto durante la elaboración de la presente.