

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**SCHINDLER SERVICIO INTEGRAL DE
IDIOMAS, S.L.**
CIF: B99086118
Plaza del Pilar 14, Principal Derecha
50003 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Schindler Servicio Integral de Idiomas, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Plaza del Pilar, 14, Pral. Dcha.
50003 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Enseñanza de idiomas, asesoramiento lingüístico y coaching ejecutivo,

04 - Año comienzo actividad.

1998

05 - Número de personas empleadas

25

06 - Persona contacto

Sarah Lothian
Directora de Estudios y Administración

07 - E-mail contacto

sarah@servischindler.com

08.- Página web

www.servischindler.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,

etc)

- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

1.1 Información adicional

Estos temas son de especial importancia para nuestra empresa, ya que nuestro objetivos es - y ha sido siempre - el cumplimiento de la legalidad, la creación de empleo estable, la igualdad de género, así como la conciliación y el desarrollo profesional y personal de nuestros empleados.

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

Si

2.1. Información adicional

A nivel individual, las PYMES sí pueden asegurar cada una que en su empresa haya legalidad, conciliación, o igualdad de oportunidades, por citar tres de los aspectos que más vigilamos en nuestra empresa.

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

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

No hay una planificación formal en la organización

3.1. Información adicional

No tenemos una planificación formal, pero por supuesto toda nuestra planificación incluye aspectos sociales y ambientales.

Somos una empresa de servicios y por lo tanto nuestro éxito se basa en nuestra disponibilidad de adaptarnos a lo que nos piden nuestros clientes. Al mismo tiempo, nunca nos olvidamos de los aspectos sociales que podrían afectar a nuestros trabajadores, por lo que, antes de tomar cualquier decisión, pensamos primero cómo les va a afectar individualmente y como conjunto. En cuanto a aspectos ambientales, como hemos comentado en otro apartado, en los últimos años hemos intentado persuadir a nuestros clientes a coger sus clases online para así hacer menos desplazamientos en coche. Como consecuencia, en los dos últimos años, las clases online por Microsoft Teams suponen el 90% de nuestra actividad (tan solo el 10% de las clases en las empresas es presencial), reduciendo de esta forma drásticamente el impacto ambiental.

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

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

4.1. Información adicional

El margen de beneficios de nuestra empresa es muy pequeño, por lo que se hace muy difícil destinar un porcentaje fijo a donaciones sociales y ambientales. No obstante, cada año realizamos donaciones puntuales en función de nuestros recursos económicos. Cabe destacar que este año 2023, llevamos a cabo una acción concreta para Cáritas Zaragoza, ofreciendo a la organización varios cursos de idiomas gratuitos durante el mes de julio, por valor de 1260 euros. Esta iniciativa tuvo una excelente acogida por parte de Cáritas, y también por parte de nuestros empleados, que la han valorado muy positivamente.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

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

5.1. Información adicional

Uno de los pilares de nuestra empresa es el contacto y el cuidado de las relaciones con todas las personas: empleados, clientes, proveedores, e instituciones.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

6.1. Información adicional

Los mecanismos para cuidar las relaciones con los grupos de interés (empleados, clientes, proveedores e instituciones) se basan fundamentalmente en reuniones periódicas, programadas de manera fija, con cada uno de estos grupos. Como hemos señalado en la pregunta anterior, el cuidado y bienestar de estos grupos es una de nuestras prioridades.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Los gestores de la empresa y responsables de las personas somos los propietarios y trabajamos diariamente con todos los grupos de interés. Nosotros mismos implantamos las pautas y las normas de actuación, y velamos permanentemente por su aplicación y cumplimiento.

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

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Al igual que en la pregunta anterior, queremos señalar que los gestores de la empresa y responsables de las personas somos los propietarios y trabajamos diariamente con todos los grupos de interés. Nosotros mismos implantamos las pautas y las normas de actuación, y velamos permanentemente por su aplicación y cumplimiento.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Aunque siempre hemos procurado ser socialmente responsables, este año hemos añadido una iniciativa especial, donando una formación de 36 horas a Caritas.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Hasta la fecha no existía un plan de Responsabilidad Social oficial.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Sí, desde que nuestra empresa se fundó en 1998, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

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

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

12.1. Información adicional

A través de encuestas y reuniones periódicas, disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y sabemos si son exitosas.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

Dado que nos importa sobremanera la satisfacción de nuestros clientes, investigamos y planificamos permanentemente nuevos productos que se adecuen a cada cliente.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Somos una empresa de servicios y por lo tanto nuestro éxito se basa en nuestra disponibilidad de adaptarnos a lo que nos piden nuestros clientes. Al mismo tiempo, nunca nos olvidamos de los aspectos sociales que podrían afectar a nuestros trabajadores, por lo que, antes de tomar cualquier decisión, pensamos primero cómo les va a afectar individualmente y como conjunto. En cuanto a aspectos ambientales, como hemos comentado en otro apartado, en los últimos años hemos intentado persuadir a nuestros clientes a coger sus clases online para así hacer menos desplazamientos en coche. Como consecuencia, en los dos últimos años, las clases online por Microsoft Teams suponen el 90% de nuestra actividad (tan solo el 10% de las clases en las empresas es presencial), reduciendo de esta forma drásticamente el impacto ambiental.

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

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

15.1. Información adicional

En nuestro caso, al ser un servicio y no un producto manufacturado, estamos en todo momento a disposición de nuestros clientes, tanto antes como durante y después de haber impartido la formación.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Una de las bases de nuestra empresa ha sido siempre la transparencia y honestidad con todos y cada uno de nuestros clientes. De ahí que de la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Mantenemos reuniones periódicas - tantos individuales como grupales - con todos nuestros empleados para conocer su grado de satisfacción.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

18.1. Información adicional.

Desde la creación de nuestra empresa, hemos procurado en todo momento que hubiera la máxima igualdad de oportunidades, garantizando la no discriminación. Estamos muy orgullosos de haberlo conseguido siempre.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Dado que nuestro servicio - formación de idiomas en empresas - se extiende desde por la mañana hasta la tarde, no podemos ofrecer a todos los empleados la máxima flexibilidad de horarios, pero sí que existen actuaciones para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal para algunos colectivos de personas empleadas.

Formación y desarrollo profesional

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

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

20.1. Información adicional.

La empresa trata de buscar y sugerir formación a sus empleados, pero generalmente son las personas empleadas las que tienen la iniciativa y piden la formación necesaria. En prácticamente todos los casos se apoyan estas solicitudes.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Sí, periódicamente se realizan reuniones formativas, tanto en pequeños grupos como individuales, en las que los profesores reciben asesoramiento y apoyo específico para así aumentar sus destrezas y conocimientos y, en general, sus competencias.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Sí, existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias.

La dirección de nuestra empresa garantiza la seguridad y la salud de los trabajadores a su cargo. Para ello, definimos las funciones y responsabilidades correspondientes a cada nivel jerárquico, a fin de que se cumplan los compromisos adquiridos y asumimos una serie de actuaciones en línea con lo que se entiende por un compromiso visible con las personas y sus condiciones de trabajo.

La dirección asume las siguientes actuaciones:

- Establecer y documentar los principios y objetivos de prevención de riesgos laborales en coherencia con la política preventiva existente.
- Establecer la estructura organizativa necesaria y obligatoria para la realización de las actividades preventivas.
- Designar una persona en materia de seguridad y salud, en calidad de staff de la dirección, que coordine y controle las actuaciones, y mantenga informada a la organización de lo más significativo en esta materia.
- Asignar los recursos necesarios, tanto humanos como materiales, para conseguir los objetivos establecidos.
- Promover y participar en reuniones periódicas para analizar y discutir temas de seguridad y salud, y procurar tratar también estos temas en las reuniones normales de trabajo.
- Visitar periódicamente los lugares de trabajo para poder estimular comportamientos eficientes, detectar deficiencias y trasladar interés por su solución.
- Realizar periódicamente auditorías y revisiones de la política, organización y actividades de la empresa, revisando los resultados de la misma.
- Mostrar interés por los accidentes laborales acaecidos y por las medidas adoptadas para evitar su repetición.

- Consultar a los trabajadores en la adopción de decisiones que puedan afectar a la seguridad, salud y condiciones de trabajo.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

En nuestra empresa no compramos agua mineral embotellada, ya que la extracción del agua, el envasado, el uso de plástico y el transporte por carretera hacia los comercios, causa ? en nuestra opinión ? un grave impacto al medio ambiente. En su lugar, consumimos agua del grifo filtrada. Asimismo, tratamos de comprar productos de limpieza que tengan un menor impacto medioambiental (menos ingredientes químicos nocivos).

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

La gran mayoría de las compras se realiza en tiendas locales, y tratamos de prestar especial atención a la procedencia de los productos, a los ingredientes y, en general, a los aspectos sociales del proveedor (los empleados del proveedor se sienten satisfechos y bien tratados, etc.)

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Dado el tamaño y los recursos de nuestra empresa, solamente colaboramos en algunos planes de forma puntual. Cabe destacar que este año 2023, llevamos a cabo un a acción concreta para Cáritas Zaragoza, ofreciendo a la organización varios cursos de idiomas gratuitos durante el mes de julio, por valor de 1260 euros. Esta iniciativa tuvo una excelente acogida por parte de Cáritas, y también por parte de nuestros empleados, que la han

valorado muy positivamente.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

No, no están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Tenemos cada uno una conciencia social muy marcada, pero nuestra empresa no puede desarrollar proyectos sociales.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

No se difunden estas actuaciones

27.1. Información adicional

Tenemos cada uno una conciencia social muy marcada, pero nuestra empresa no puede desarrollar proyectos sociales, y por tanto no se difunden.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

No se comunican

28.1. Información adicional

Tenemos cada uno una conciencia social muy marcada, pero nuestra empresa no puede desarrollar proyectos sociales, y por tanto no se comunican.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

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

29.1. Información adicional.

Los profesores imparten las clases en empresas, y para llegar allí, van en transporte público o comparten coche. Desde marzo 2020, el 85% de nuestra actividad es online, es decir que los profesores imparten las clases a través de una ?aula virtual? utilizando Microsoft Teams. De esta forma, minimizamos el traslado y el uso del coche. En la medida

que podamos, estamos animando a nuestros clientes que sigan con clases online por este mismo motivo. Antes de la pandemia en algunos casos los alumnos también se trasladaban de una oficina/sucursal de su empresa a otra para poder acudir a clase. Manteniendo las clases online se reducen estos viajes. En nuestra oficina no hay botellas de agua mineral de plástico. Reciclamos todo lo que se puede reciclar.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Los profesores imparten las clases en empresas, y para llegar allí, van en transporte público o comparten coche. En la oficina no hay botellas de agua mineral de plástico. Reciclamos todo lo que se puede reciclar.

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

31.1. Información adicional

No usamos vasos y platos de papel o de plástico para así evitar el impacto negativo en el medio ambiente. En su lugar, solo utilizamos vasos de cristal, así como tazas y platos de porcelana. Tratamos de limitar la compra de productos envasados en plástico o papel. No obstante, todos los residuos de plástico y de papel que entran en nuestra oficina, son recogidos y llevados a los contenedores de reciclaje.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

En las clases que impartimos en las empresas, muchas veces proponemos temas relacionados con la protección del medio ambiente. De esta manera, fomentamos la conciencia tanto de profesores como de alumnos, aunque no de manera sistemática u organizada.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

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

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Cumplimiento íntegro de aspectos legales, y buen ambiente de trabajo.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Crear un poco más de beneficio para poder ayudar - a través de becas o donaciones - a grupos de personas desfavorecidas.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.