

RSA - PYMES

Empresa evaluada

VENFOR CUENCAS MINERAS, SL

CIF:B44156438

Jardines Florida, 7

44760 - Utrillas

Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

VENFOR CUENCAS MINERAS SL

02 - Dirección - CP - Población

JARDINES FLORIDA, 7 /JOAQUIN COSTA, 3

44760 UTRILLAS TERUEL

03 - Sector. Actividad

CENTRO DE FORMACIÓN

ENSEÑANZA PRIVADA NO REGLADA

04 - Año comienzo actividad.

1997

05 - Número de personas empleadas

4

06 - Persona contacto

SILVIA ZAPATER BOIX

07 - E-mail contacto

silvia@venfor.es

08.- Página web

www.venfor.es

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)**

1.1 Información adicional

VENFOR es un centro de formación fundado en 1997, que se dedica a la enseñanza. Podemos decir que somos una empresa muy pequeña con 4 trabajadores/as, y que nuestra actividad se basa en la formación privada no reglada y en la formación que impartimos para la Administración tanto en modalidad presencial como online. Por tanto abarcamos un público muy amplio que va desde los 3 años hasta la edad a la que quieran poner límite nuestros clientes. En nuestro día a día, está claro que nos afectan mucho temas globales y generales como el ámbito político, el social, el tecnológico y el medioambiental, por nombrar algunos.

ASPECTO POLÍTICO

Una estabilidad política y un Gobierno que es ágil y funciona bien, es fundamental para las empresas. Los gobiernos y sus políticas, cuando transmiten confianza a las empresas, consiguen que estas inviertan y crezcan y que desaparezcan los miedos. Por no hablar de los clientes, que sienten que tienen una mayor estabilidad laboral, social, económica, y se plantean consumir formación, tanto gratuita como de pago. Todo esto nos repercute como empresa, intentando mejorar día a día cumpliendo los requisitos que la administración establece en materias que nos afectan, intentando estar siempre en vanguardia, mejorando y velando por la calidad de nuestras instalaciones y equipo docente y administrativo, apoyados por nuestro sistema de calidad implantado en 2008.

ASPECTO SOCIAL

La actividad de VENFOR está muy relacionada con aspectos sociales. La empresa está establecida en las Cuencas Mineras, una zona con población de escasa formación y un alto porcentaje de fracaso escolar. A la hora de diseñar planes de formación, tenemos en cuenta aspectos relacionados con la mejora de la cualificación para poder conseguir una inserción laboral, teniendo en cuenta las necesidades del mercado. En estos planes que desarrollamos estudiamos, además, proponer la formación que además de conseguir el objetivo anterior de la incorporación al mercado de trabajo, pueda ayudar con la igualdad de género o con la conciliación familiar. Ayudamos a que nuestras alumnas con hijos menores de 12 años, puedan realizar formación en periodos con festivos escolares, proporcionando un servicio de guardería/tiempo libre llevado a cabo por personal del centro. Al tratar con menores, todo el personal dispone su Certificado de Penales, visado por el Ministerio de Justicia

ASPECTO TECNOLÓGICO

Las nuevas tecnologías son esenciales en nuestro campo de acción. Estar al día, conocerlas, estudiar su impacto y formarse rápidamente cuando algo escapa a nuestro alcance es imprescindible para la actividad que desarrollamos. Trabajamos en formación privada con un público muy joven, consumidor nato de redes sociales y nuevas tecnologías, al que también se le proporciona clases online, y por otro lado, en cuanto a la relación con la administración en materia de formación, las nuevas tecnologías se han

vuelto muy importantes, incluso obligatorias. Las comunicaciones, los registros públicos de documentación, los trámites derivados de la relación con la administración, uso de diversas Intranet, entre otros, se hacen a través de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

ASPECTO MEDIOAMBIENTAL

Nuestro compromiso por la mejora continua nos llevó en 2008 a implantar dos sistemas de calidad, que hoy en 2022 seguimos manteniendo por considerarlos imprescindibles para nuestro avance. Son los certificados en calidad y en medio ambiente que se detallan a continuación.

- UNE-EN ISO 9001 .2015
- IUNE-EN ISO 14001:2015

Las paredes del centro de formación están comprometidas totalmente con prácticas medioambientales correctas, que intentamos inculcar a nuestros alumnos(desde los 3 años de edad) al recorrer las aulas y pasillos.

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

2.1. Información adicional

Teniendo en cuenta que todos los aspectos anteriormente citados son "globales", y que forman parte de un macroentorno, lo necesario es buscar alianzas para que la unión haga la fuerza. El pertenecer a grupos, asociaciones, organizaciones, ... ayuda a enfrentarse en el día a día con estos grandes temas que nos afectan.

VENFOR, se encuentra dentro de la Asociación comarcal de empresarios Cuencas Mineras(ACECMI). A su vez pertenece a CECAP TERUEL(Confederación Española de Empresas de Formación), que está integrada en CECAP Aragón y a su vez ambas están integradas en CECAP nacional. A su vez pertenecemos a ECOS (Federación de Empresarios de Comercios y Servicios).

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?

3.1. Información adicional

La exigencia legal derivada de las normativas de calidad ISO-9001-2015 e ISO 14001-2015, integradas en la empresa desde 2008, obligan a tener en cuenta estos aspectos.

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

4.1. Información adicional

En cuanto a retos medioambientales, en los dos últimos años nos hemos propuesto conseguir una certificación energética A en nuestro centro de formación, que conseguimos en este 2022. Igualmente se están cambiando todas las luminarias por tecnología LED a lo largo de este 2022 y se han incorporado sistemas de calefacción y aire acondicionado de bajo consumo.

Estamos comprometidos con que la formación llegue a las mujeres del medio rural, por ello les proporcionamos de forma gratuita, servicio de guardería para los hijo/as menores de 12 años mientras se está desarrollando la formación de forma presencial.

En cuanto al aspecto económico, intentamos dentro de la formación privada, atender al alumno, fuera de las horas lectivas, con tutorías gratuitas para resolver dudas y proporcionamos apoyo económico al profesorado para la compra de medios didácticos o materiales que ayuden a que los alumnos alcancen los objetivos planteados al finalizar la formación, si con los que se dispone, no se ven suficientes o aptos.

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.

5.1. Información adicional

Tras 25 años dedicados a la formación, aprendiendo e intentando mejorar día a día, podemos afirmar que conocemos e identificamos el conjunto de los grupos de interés y partes interesadas.

-CLIENTES ENSEÑANZA PRIVADA: Alumnos y padres de los mismos.

-EMPLEADOS/AS: profesorado, administración y personal de limpieza.

-PROVEEDORES: empresas que nos suministran material de cualquier tipo que podamos necesitar.

-SOCIEDAD EN GENERAL: A la que hacemos llegar nuestra oferta formativa a través de distintas herramientas y que finalmente es la que nos trasmite su opinión sobre nuestro trabajo.

-ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: La comunicación y relación es fluida día a día para cumplir con los planes de formación que debemos desarrollar y toda la documentación que esto implica.

-EMPRESARIOS: Que nos transmiten su interés por determinados planes formativos, demandados por su sector.

-AMPA(Asociación de Padres y madres de alumnos): Se planifican las actividades extraescolares.

La comunicación entre estos grupos de interés o stakeholders se realiza por el personal de la empresa, que promueve acciones específicas para interactuar con cada uno de ellos. Se analiza la información obtenida, para que posteriormente, en las reuniones de personal, se puedan identificar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades de la empresa, y en función de ellos, poner en marcha nuevas estrategias.

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

6.1. Información adicional

El sistema de calidad UNE-IN-ISO 9001:2015, nos ayuda a conocer las expectativas de nuestros grupos de interés, que como ya se ha indicado, están perfectamente identificados e interaccionados con la empresa a través de una buena comunicación. El conocimiento de lo que estos grupos esperan de nuestra empresa, es vital para la proyección futura de la empresa, por ello se establecen sistemas que nos permiten extraer la información necesaria, que nuestro personal necesita para analizarla y establecer los planes estratégicos.

-CLIENTES ENSEÑANZA PRIVADA: Encuestas anónimas que se proporcionan al finalizar la actividad formativa, en las que se solicita su opinión sobre distintos puntos clave (instalaciones, profesorado, materiales didácticos, ...) y en la que hay un apartado final donde se incita al alumnos a establecer puntos de mejora.

-EMPLEADOS/AS: profesorado, administración y personal de limpieza. A la finalización de cada curso escolar o del servicio de formación correspondiente, completan una encuesta sencilla en la que se evalúan aspectos específicos y generales del servicio.

-PROVEEDORES: La calidad del servicio prestado es seguida y evaluada a través del procedimiento indicado en nuestro sistema de calidad.

-AMPA (Asociación de Padres y madres de alumnos): Encuestas a los padres de los alumnos al finalizar el servicio. Completan una encuesta sencilla en la que se evalúan aspectos específicos y generales del servicio.

Los indicadores establecidos cuantifican los resultados obtenidos que se recogen de forma numérica y gráfica a través de diagramas y gráficos que dan una visión rápida de los resultados y en función de ellos se establecen las acciones correctoras adecuadas.

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?

7.1. Información adicional

Todos los empleados de la empresa conocen una serie de documentos implantados a través de nuestro sistema de calidad, que pueden consultar en el momento que lo deseen. Se trata, también, de que se interioricen una serie de principios importantes para la empresa que ayudan a la misma a alcanzar los objetivos estratégicos y el compromiso social. Todos estos principios quedan recogidos en la Misión, Visión y Valores que establece nuestro Centro de Formación.

Los documentos que garantizan un procedimiento correcto son:

-Manual de acogida: Permite la incorporación eficaz de las contrataciones, gracias a que aporta a los trabajadores de nueva incorporación los conocimientos necesarios para estar al tanto de todo lo relacionado a la empresa.

-Manual de calidad de la empresa

-Política de calidad

-Política de medioambiente

- Código de conducta en la relación con el cliente y compañeros/as.
- Manual de uso de equipamiento(ordenadores, pizarra digital, proyector, aparatos de calor y frío de las aulas, ...)
- Información sobre PLAN EMERGENCIA, PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS y LEY DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

El objetivo de estas formas de actuar, está orientado al desarrollo de nuestra actividad de manera sostenible y ética, disminuyendo el impacto negativo que pueda surgir con nuestros grupos de interés (clientes, empleados?), el medio ambiente y la sociedad en general.

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

8.1. Información adicional

En las reuniones periódicas con el profesorado, dirección y jefatura de estudios, se recuerda la política de calidad y medio ambiente en distintos aspectos que atañen a la reunión del día, pero, eso no significa que cada uno de los trabajadores/as de la empresa no conozcan que existen, y que a la vez hayan leído, todos los documentos indicados en el apartado anterior

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Desde 2008, coincidiendo con la implantación de la ISO 9001:2015 en medioambiente, la empresa se empezó a sensibilizar de forma importante con los aspectos sobre la protección del medio ambiente. Intentamos desde entonces hasta hoy, apoyar al medio ambiente, reduciendo el impacto negativo que su nuestra actividad pueda tener en el medio ambiente, para así beneficiar a la sociedad en su conjunto. Nos marcamos aspectos significativos relacionados con el medio ambiente, en nuestras auditorias internas, analizando los datos obtenidos, para proponer objetivos dentro de nuestro plan estratégico que los minimicen.

Igualmente, proporcionamos a nuestros empleados/as un trato familiar, una ambiente de confianza y una exención total de pagos en cualquier formación privada que tanto los empleados/as como sus hijos/as quieran llevar a cabo en nuestro centro de formación.

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

10.1. Información adicional

No disponemos de Plan de Responsabilidad Social en estos momentos. Sin embargo, como se ha señalado anteriormente, en nuestro plan estratégico de la ISO 9001:2015 en medio ambiente y del la ISO 9001:2015 en calidad, se recogen acciones, compromisos y objetivos que demuestran nuestra involucración en cuestiones sociales y medioambientales. Todos ellos evaluados a través de indicadores diversos, para medir el impacto y los resultados de las acciones y medidas llevadas cabo.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Consideramos que para este seguimiento de calidad, que tienes como objetivo conocer el índice de satisfacción de los clientes, es imprescindible la participación de los alumnos, por lo que el sistema elegido son los cuestionarios que analizan el 100% de los servicios prestados. Mediante las encuestas o cuestionarios se consigue información útil de forma rápida y eficaz, que nos permitirá actuar en consecuencia en caso de detectar algún tipo de queja o reclamación, o simplemente cualquier desviación. Tenemos establecidos unos tiempos de respuesta a cualquier queja o sugerencia planteada en estos cuestionarios.

Los cuestionarios utilizados valoran distintos apartados relacionados con el servicio de formación ofrecido, que los alumnos complimentan al finalizar la formación. Lo constituyen preguntas cerradas con respuestas entre 1 y 10 (correspondiendo 1 a la situación menos favorable y 10 a la más favorable) y se valoran aspectos como:

- Información previa recibida al inicio de la formación
 - Instalaciones
 - Medios y materiales didácticos proporcionados
 - Profesorado.
 - Contenidos.
 - Profesorado.
 - Valoración general.
- También una pregunta abierta para sugerencias u observaciones.

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

12.1. Información adicional

Como ya hemos indicado anteriormente, se realizan cuestionarios que pretenden medir las expectativas de los alumnos, así como su satisfacción en distintos ítems valorados de 1 a 10.

Las encuestas, pues, son las técnicas más importantes para ayudarnos a conocer las opiniones de los alumnos/as sobre la totalidad de los puntos relevantes de las acciones formativas. Se valoran a través de indicadores en la totalidad de los cursos, dando pie a

que los alumnos/as puedan emitir libremente quejas o sugerencias que son adecuadamente contestadas dentro de un plazo establecido.

También está a disposición de todos los clientes, justo en la entrada del Centro de formación, una hoja de reclamaciones y mejoras, en la que se les invita a aportar su opinión sobre los servicios prestados. Una vez cumplimentada, se introduce de forma anónima en un buzón de sugerencias ubicado también en la entrada, justo al lado de las hojas de reclamaciones. No obstante, actualmente contamos con altísimos índices de satisfacción de los clientes, que superan el 9,5 sobre 10.

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?

13.1. Información adicional

El ajuste de los servicios que prestamos con las necesidades y expectativas de nuestros alumnos y clientes, es un gran reto para nosotros como centro de formación. La sociedad está en continuo cambio, y las nuevas tecnologías se están desarrollando de una forma vertiginosa, por lo que, intentamos adaptarnos con rapidez a los continuos cambios de la sociedad. La finalidad es diversificar el mercado y distinguirse de alguna manera de la competencia, por lo que estamos en continuo desarrollo de actividades formativas variadas y novedosas.

Actualmente estamos en contacto con los servicios sociales comarcales para hacer llegar formación adaptada a sectores de población mas desfavorecidos, con problemas de inserción social, con la finalidad de la incorporación laboral que permita mejorar sus circunstancias actuales. Desarrollamos nuevos contenidos y metodologías, cuando la Asociación comarcal de empresarios Cuencas Mineras (ACECMI), a la que pertenecemos, nos solicita algún curso de formación solicitado por alguno de sus asociados, bien en modalidad presencial u online.

En el área infantil/juvenil, estamos innovando con nuevas extra escolares que aporten un óptimo desarrollo personal e intelectual de nuestros alumnos. Este año hemos puesto en marcha distintos cursos de robótica clasificados en niveles. La innovación nos permite tener mayores oportunidades de negocio en un mercado cambiante.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

Al prestar un servicio a un cliente, se incorporan aspectos ambientales y/o sociales que son analizados de forma continua en la gestión diaria.

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

15.1. Información adicional

Al igual que en un comercio el servicio post venta comienza cuando el producto pasa de manos del comercio a manos del cliente, en nuestra empresa, el servicio post venta comienza cuando finaliza la formación. Es en este momento cuando se llevan a cabo una serie de acciones orientadas al seguimiento del alumno/a, que se enumeran a continuación:

- En cursos subvencionados para desempleados, en el caso de certificados de profesionalidad, nos encargamos de buscar a los alumnos finalizados lugares de prácticas no laborales en el radio de acción que nos indican, ayudarlos en lo que necesiten y desarrollar tareas de tutorización.
- Asesorar a nuestros alumnos, qué itinerario formativo es el más interesante a seguir tras finalizar la formación, teniendo en cuenta sus circunstancias personales y las exigencias del mercado laboral.
- Emisión de Diplomas y certificados de aprovechamiento o asistencia.
- Gestión de reclamaciones.
- Uso de los ordenadores del centro y la conexión de internet durante el mes siguiente a la finalización de la formación, con el objetivo de elaborar o modificar curriculum, envío de los mismos a través de correo electrónico o páginas web o consultar ofertas de empleo en distintas webs.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Nuestro centro de formación proporciona información detallada de todos los servicios ofertados. Una información honesta, transparente y clara que incluye aspectos importantes como la existencia de un contrato (clases privadas), las tarifas de precios, condiciones de pago, características concretas del servicio o producto a contratar o gestión de reclamaciones. La información es proporcionada por nuestro personal administrativo, pero además, se encuentra disponible en nuestros tablones de anuncios, cartelería y folletos informativos. Toda la información proporcionada garantiza los derechos de usuario como consumidor.

En cuanto a la formación subvencionada, se proporciona la ficha técnica del curso concreto que recoge objetivos del curso, duración, contenidos, metodología, horarios, profesorado y titulación, obligatoriedad de asistencia, derechos y obligaciones del alumno/a, etc.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

En VENFOR centro de formación consideramos a nuestros empleados el motor de nuestra empresa. Contar con un capital humano estable, formado, con inquietudes y que ame su trabajo y la empresa para la que trabaja, es crucial para el éxito de nuestra empresa. Conseguir una plantilla que reúna estos requisitos comienza con proporcionar un buen ambiente de trabajo que lleve buenas relaciones interpersonales, que derive a colaboraciones y cooperaciones entre los trabajadores/as, pero además, nuestra empresa motiva y apoya nuevas iniciativas que se plantean en las reuniones mensuales que se mantienen con el profesorado.

Aspectos como el reconocimiento del trabajo realizado, el apoyo de la dirección, el interés en proporcionar cualquier ayuda pedagógica, debidamente razonada, que solicite el profesorado, o el intento, en la medida de lo posible, de conciliar la vida laboral y familiar (recogidos en nuestro plan de Igualdad) son, junto con todo lo anterior mencionado, aspectos que dar valor a la empresa y que ayudan a proyectarla hacia el futuro.

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)?

18.1. Información adicional.

VENFOR ha querido ser una empresa más dedicada a la formación, comprometida con la igualdad efectiva entre hombres y mujeres. Una igualdad reflejada en la no discriminación por razón de edad, raza, sexo o discapacidad, proporcionada en un ambiente de trabajo sano. Desde los inicios de la empresa en 1997, las descripciones del puesto de trabajo, siempre han indicado el perfil del trabajador/ora a contratar, haciendo únicamente hincapié en la titulación y experiencia requerida para el puesto. A fecha de hoy seguimos manteniendo esa política de no discriminación en las fichas del puesto que se van revisando anualmente.

Disponemos de indicadores en nuestro sistema de gestión que controlan que al menos la participación laboral de hombres y mujeres sea de un 50%, y que nunca baje de esa cifra. Sin embargo, actualmente el porcentaje de mujeres contratadas es del 75% con respecto al de hombres. Tenemos una ausencia total de discriminación en todos los procesos y actuaciones de la empresa: retribuciones, promoción, contratación, ...

Para ser coherentes con nuestra política de no discriminación, hemos elaborado un Plan de Igualdad de adopción voluntaria, siguiendo los criterios y referencias del Gobierno de Aragón, negociado con trabajadores y trabajadoras, sindicatos y registrado y aprobado en REGCON.

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?

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

Si disponemos de datos que nos dicen que la conciliación laboral mejora la productividad en un 17% y reduce el absentismo de las compañías en un 30%.(Fuente: INE, www.epdata.es), ¿Por qué no aplicarla a nuestra empresa?

En VENDOR damos facilidades a nuestros trabajadores/as para crear un ambiente de trabajo sano, agradable, que nos convierta en más eficientes y eficaces, que haga que tenemos mejor humor y nos enfrentemos mejor a las adversidades o el estrés. Estas facilidades comienzan con diversas actuaciones que pretenden conciliar la vida familiar y laboral. Algunas de ellas son: horarios de entrada y salida flexibles que se adapten a la situación familiar de cada trabajador, reducciones de jornada cuando existan hijos/as menores de 12 años, cambios de turnos de trabajo para conciliar con los de la pareja, realizar el trabajo en casa(teletrabajo), proporcionar un horario de trabajo adaptado a los periodos vacacionales cuando no hay colegios, facilitar la asistencia a médicos y prestar especial interés a las peticiones de las trabajadoras embarazadas.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Teniendo en cuenta que la actividad de nuestra empresa es la prestación de servicios de formación, sería paradójico que nuestro capital humano no estuviera siempre adaptándose a un mercado con un elevado grado de competitividad e incertidumbre, una normativa cambiante, rápidos cambios tecnológicos y una exigencia continua de nuevas necesidades de capacidades y destrezas para la adecuación a las empresas y el surgimiento de nuevos yacimiento de empleo.

La formación en nuestra empresa es obligatoria. Estamos en constante formación. Procuramos y conseguimos que nuestro capital humano esté siempre adaptado a las nuevas necesidades del mercado. Somos conscientes de que cuanto mayor sea el grado de preparación de nuestro personal, mayor será nuestro nivel de productividad; por ello la formación del capital humano es uno de nuestros objetivos estratégicos establecidos en nuestro plan de calidad.

Curso escolar, tras curso escolar se identifican las necesidades formativas, y tras ello se elabora un plan de formación del que se analizan los resultados. Sin embargo, también nos toca ir adaptándonos cuando nos surgen nuevas necesidades, no esperadas, e identificamos que al existir carencias, hay que formar al personal..

Resumiendo, el reciclaje profesional, es uno de nuestros más importantes objetivos

anuales.

La identificación de estas necesidades formativas del personal, para elaborar el plan de formación, se basan principalmente en una observación constante del mercado y en entrevistas y reuniones con el profesorado, que nos manifiesta, de forma sincera, en las áreas que piensan deben estar más formados o actualizados.

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

21.1. Información adicional.

Existe un plan de formación anual para la plantilla de la empresa que se detalla en la auditoría de calidad ISO 9001-2015. Esta formación propuesta viene de un análisis de las necesidades formativas de la empresa, tratando de mejorar las competencias técnicas. Además, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

La empresa realiza una evaluación de riesgos laborales y planifica anualmente la acción preventiva.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

La compra responsable comienza eligiendo proveedores responsables en aspectos ambientales y sociales. Disponemos en la organización de unas pautas de compra generales que consideran los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

La organización dispone de unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, teniendo en cuenta, siempre que se pueda, los aspectos ambientales o sociales, que favorezcan, entre otros aspectos, la compra local.

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?

25.1. Información adicional.

VENFOR, se encuentra en una población de 3000 habitantes, una población pequeña, familiar tal vez, en la que todos nos conocemos e intentamos ayudarnos. En este entorno, crecen pequeños proyectos sociales locales como:

-Ayudas a distintas asociaciones sin ánimo de lucro con donaciones de manuales didácticos variados.

-Servicio de Guardería gratuito para todos aquellos alumnos/as, con hijos menores de 12 años, que estén realizando formación en nuestro centro, durante las horas de la misma.

-Talleres medio ambientales, gratuitos, realizados los terceros sábados de cada mes para padres y alumnos del centro, que incluyen salidas a la naturaleza y técnicas de reciclado de papel.

- Acogida de alumnos en prácticas de ciclos de grado medio y superior del IES Lázaro Carreter de Utrillas.

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?

26.1. Información adicional.

Creemos que nuestro negocio de formación sí está integrado con la colaboración de pequeños proyectos sociales que desarrollamos a lo largo de cada curso escolar.

Subvencionamos a familias con riesgo de exclusión social o bajos o nulos ingresos económicos una hora de formación a la semana para sus hijos/as, y buscamos de forma totalmente desinteresada, empresas u organizaciones donde nuestros alumnos puedan realizar sus prácticas al finalizar la formación. Se trata de llevar a cabo acciones, en la medida de lo posible, que puedan ayudar y apoyar a los receptores.

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?

27.1. Información adicional

Redes sociales, página web y distintas difusiones a través de diferentes medios de los que dispone el ayuntamiento de Utrillas, son los medios que facilitan la comunicación de estas iniciativas sociales.

Las solicitudes que nos llegan, nos hacen valorar que el alcance de la difusión ha sido el adecuado y la puesta en marcha de cada una de ellas demuestran una buena acogida.

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?

28.1. Información adicional

En 2008, junto con la implantación del sistema de calidad, se elaboró un plan de comunicación interna y externa en el que se describen todos los canales de comunicación que dispone el centro para la difusión de la información. Las diferentes actividades que se realizan se comunican primero a nivel interno (trabajadores y alumnado) mediante los canales habilitados y posteriormente se da difusión al exterior a través de nuestra página web y redes sociales.

Una vez realizada la acción se miden y evalúan los resultados. Existe un indicador desde donde se controlan todas las visitas y las interacciones, las respuestas, las críticas y las sugerencias.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

29.1. Información adicional.

En 2008 se implantó la norma en gestión ambiental UNE-EN ISO 14001:2015 y aunque podemos decir que nuestra empresa es una organización "limpia" por el tipo de actividad que desarrolla, la norma nos llevó a establecer estrategias, objetivos e indicadores para poder controlar y evaluar más de cerca los aspectos ambientales relacionados con nuestra actividad y su impacto en el medioambiente.

Poniendo como ejemplo nuestra última auditoría interna de calidad y medioambiente

realizada hace solo un mes, podemos enumerar e identificar distintas prácticas:

- Se exige a los proveedores una gestión eficiente de residuos y se les solicita el control de documentación de gestores autorizados de residuos, bien de pilas, tóner o tintas para las impresoras o luminaria obsoleta.
- Se mantiene actualizada toda la legislación recogida relacionada con la gestión ambiental.
- Los aspectos ambientales más significativos quedan identificados y evaluados para posteriormente hacer un seguimiento de ellos.
- Se establecen conductas responsables medioambientales y buenas prácticas.
- Se marcan objetivos para el control operacional, como la reducción del consumo de papel y el consumo eléctrico.

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?

30.1. Información adicional.

Nuestro compromiso con el medioambiente de cara a hacer frente al cambio climático, se pone de manifiesto en 2008 cuando se implantó, de forma voluntaria, la norma en gestión ambiental UNE-EN ISO 14001:2015.

Las estrategias a seguir para hacer frente al cambio climático son:

- Exigir a los proveedores una gestión eficiente de residuos y se les solicita el control de documentación de gestores autorizados de residuos, bien de pilas, tóner o tintas para las impresoras o luminaria obsoleta.
- Mantener actualizada toda la legislación recogida relacionada con la gestión ambiental.
- Identificar y evaluar los aspectos ambientales más significativos para posteriormente hacer un seguimiento de ellos.
- Establecer conductas responsables medioambientales y buenas prácticas.
- Marcar objetivos para el control operacional, como la reducción del consumo de papel y el consumo eléctrico.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Dentro de la actividad de la empresa, siendo fieles a la normativa ambiental integrada desde 2008, ISO 14001-2015, existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante. Algún ejemplo sería la reutilización del papel usado.

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?

32.1. Información adicional

Los tiempos en los que el plan de gestión ambiental de una empresa era visto como un gasto innecesario en la cuenta de resultados de la entidad a final de su ejercicio económico se difuminan de manera progresiva, al tiempo que los grupos de interés y stakeholders exigen a las corporaciones el cumplimiento de sus objetivos medioambientales de una manera fáctica y en el medio y largo plazo. Es por ello que nuestra empresa decidió invertir tiempo y dinero en medioambiente a partir de 2008. Se implanta la certificación en calidad ISO-EN-UNE 9001-2015 y en medio Ambiente ISO-EN-UNE 14001-2015 y a partir de ese momento se establece un compromiso de la empresa con el medio ambiente, que se comunica de la siguiente manera:

-Mediante la política de calidad y buenas prácticas ambientales(expuesta en el tablón de anuncios de la entrada) para que cualquier alumno pueda consultarla. En cuanto a los trabajadores/as, se les es entregada el primer día de trabajo.

-Cartelería expuesta en el tablón de anuncios y en las paredes de aulas y pasillos con el objetivo de sensibilizar e implicar al alumnado en la gestión ambiental

-Comunicación a nuestros proveedores, y otros grupos de interés, de nuestro compromiso con el medio ambiente, puesto que a los mismos se les exige una gestión eficiente de residuos y se les solicita el control de documentación de gestores autorizados de residuos, bien de pilas, tóner o tintas para las impresoras o luminaria obsoleta.

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)

-

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?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

- Buenas y satisfactorias valoraciones por parte de nuestros clientes.
- Equipo humano altamente motivado, unido, competente y capaz.
- Buena política de comunicación entre el personal y la gerencia que se manifiesta en la aportación de ideas por parte de la plantilla.
- Disposición a la conciliación laboral cuando un trabajador/ora lo solicita por escrito.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Integrar en nuestro sistema integrado de gestión, al igual que se ha hecho con el plan de igualdad, un Plan de Responsabilidad Social.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

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

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