

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GRUPO PIQUER - ESTUDIOS ZARAGOZA, S.L.

CIF:B50323120

C/Luis Vives 4- 6 - Esc.Dcha 1º.-

50006 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

ESTUDIOS ZARAGOZA, SL

02 - Dirección - CP - Población

C/LUIS VIVES 4-6 , CP. 50.006. ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

EDUCACIÓN Y FORMACION

04 - Año comienzo actividad.

1984

05 - Número de personas empleadas

23.27

06 - Persona contacto

DAVID ARIÑO GIL

07 - E-mail contacto

davidarino@grupopiquer.com

08.- Página web

www.grupopiquer.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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Se lleva a cabo una gestión de riesgos mediante un mapa y evaluación de los mismos. Se clasifican en función de los siguientes tipos

- Estratégicos
- Operativos
- Conocimiento/competencias
- Financieros
- Legislación

Además se gestionan los medioambientales de acuerdo con lo que contempla nuestro manual de gestión del Sistema Integrado de Gestión para la certificación según la norma UNE-EN-ISO 14001.

Además la política y estrategia contempla aspectos:

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

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

Estudios Zaragoza es una empresa dedicada a la educación y la formación de jóvenes y adultos. Como tal es una organización absolutamente permeable a factores exógenos a ella como la economía, el empleo, o los cambios tecnológicos, políticos y legislativos en materia de Educación.

Con especial interés, por parte de los responsables se recaba la información legal, medio ambiental, política y en general toda aquella que pudiera afectar en las diferentes áreas y se analiza como parte del proceso de Planificación Estratégica (MIR, DAFO y Gestión de Riesgos).

- Se establece una tabla de vigilancia de aspectos legales, medioambientales, políticos, tecnológicos y sociales.

- Estudios Zaragoza, SL declara su compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas de igualdad. Así se diseñarán y adoptarán medidas exclusivas, personalizadas y adaptadas a las necesidades concretas de la empresa, al objeto de promover la igualdad de todos los trabajadores, independientemente de su sexo.

- Cambios Tecnológicos: Para el establecimiento de la estrategia y mejora de los servicios

y procesos, se ha desarrollado un protocolo de actuación, con su correspondiente ficha de procesos de vigilancia tecnológica.

Del análisis de esta información, se deciden estrategias para la implantación de innovación tecnológica en determinados procesos, se recurre a un benchmarking específico del mercado en general y de las necesidades concretas

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

No

2.1. Información adicional

Sin duda, se trata de implantar un sistema de mejora continua, donde la política y la estrategia de la organización queden bien definidas y contemplen un despliegue eficaz. La revisión periódica y la implicación/participación del equipo directivo es un factor clave.

Las Pequeñas Empresas y Pymes deben adaptar la política y estrategia en este sentido a sus recursos, para actualizarse y adaptarse a los cambios sociales, tecnológicos y políticos que tienen lugar. Es importante contar con una inversión en recursos económicos y humanos para invertir en el diseño de nuevos productos y servicios adaptados a la realidad actual así como recursos formativos para actualizar las competencias de su plantilla o de personas emprendedoras con iniciativas empresariales viables entre otros.

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?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Los aspectos sociales y ambientales se encuentran integrados en nuestros planes estratégicos a tres años desde 2011.

Aspectos sociales

Uno de nuestros seis factores críticos de éxito (el cuarto de seis) es Posicionar la marca en la sociedad, lo que nos impulsa a parametrizar y fijar objetivos para diferentes indicadores con una cadencia anual.

Cabe destacar que la sociedad es uno de nuestros grupos de interés, y cuenta con un peso porcentual del 15%.

Aspectos ambientales

Nuestra organización cuenta con unos objetivos anuales de carácter medioambiental desde 2008, año en el que obtuvimos la certificación en la norma UNE-EN-ISO 14001. Estos son el resultado de un análisis de impacto de los aspectos ambientales que se realiza por dirección una vez al año.

Además, tanto los aspectos sociales como ambientales se integran a través de la inclusión

de los objetivos de desarrollo sostenible en la estrategia de la organización, que se encuentran vinculados con los objetivos y los grupos de interés, los objetivos estratégicos y los diferentes indicadores.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

Nuestra preocupación por la sociedad, interés por la cultura y deseos de una mejora en la gestión de la responsabilidad social corporativa, nos animó en 2007 a la creación de la Fundación PIQUER, entre cuyos objetivos primordiales destaca la promoción de la formación, incidiendo en todas aquellas acciones encaminadas a paliar el fracaso escolar y favorecer la inserción laboral: se trata con ello de revertir en la sociedad, y en concreto en la Comunidad Educativa, una parte de los beneficios empresariales obtenidos en todos estos años.

Nace con el principal objetivo de canalizar la responsabilidad social de la empresa y atender a los sectores más desfavorecidos de nuestra sociedad. Los actos y las jornadas que organiza se han convertido en un importante lugar de encuentro de la comunidad educativa y formativa aragonesa.

En 2008 se implanta un sistema de gestión ambiental de acuerdo con la norma UNE-EN-ISO 14001 y Certificación a través de AENOR. La concienciación en este campo se ha llevado a cabo mediante la impartición de cursos, seminarios o acciones contempladas dentro de una partida económica para tal fin en los presupuestos de la entidad.

En definitiva, cada año se llevan a cabo proyectos sociales y/o medioambientales para los que además existen varios objetivos o metas. Una evidencia es la puesta en marcha del Plan PrevenGo en 2016.

Parte de los proyectos anteriores los gestiona Fundación Piquer que cuenta con su presupuesto para tal fin.

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

El ser una empresa de referencia en Aragón en un sector tan amplio, dinámico y versátil como la enseñanza y la formación, obliga a tener perfectamente identificados y definidos

los distintos grupos de interés, con el fin de conseguir una estructura sólida que puede abarcar tanto la educación de jóvenes como la formación técnica y empresarial de adultos.

- Clientes: sistema de gestión con un marcado enfoque al cliente como lo atestiguan los sucesivos informes de evaluación de acuerdo con el modelo EFQM, entrando en la categoría +500.
- Mercado-sociedad: el impacto en sociedad ha sido uno de los retos de los últimos años para los que la organización ha realizado esfuerzos en todos los sentidos.
- Personas: una empresa de servicios fundamenta su éxito en la gestión de las personas, motivo por el cual desde 2007 existe una estrategia definida para contratación, evaluación del desempeño, remuneración, formación, medición de la satisfacción, etc.
- Accionistas-organización: la implicación, presencia e información del accionariado en la organización es evidente y constatable: está presente en el Comité de Sistema Integrado de Gestión y en toda los comités de Política y Estrategia.
- Alianzas-proveedores: se lleva a cabo un sistema de evaluación de alianzas. De igual manera y de forma independiente se trabaja con los proveedores.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

6.1. Información adicional

la estrategia se establece desde el análisis de la información considerada relevante, entre la que se encuentra la relacionada con todos los grupos de interés de PIQUER

***Actualmente, esta información, con sus fuentes de procedencia, la metodología para su análisis, la frecuencia y los responsables de dicho análisis, queda recogida en el análisis del ecosistema, documento que es revisado anualmente, como parte del proceso de reflexión estratégica. Tras el análisis de dicha información, el equipo de Dirección propone y prioriza las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, DAFO para finalmente determinar los objetivos organizacionales.

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?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Los líderes desarrollan la Misión, Visión, Valores y Compromisos y actúan como modelo de referencia de una cultura empresarial y refuerzan una cultura de excelencia entre las personas de la organización.

El Comité de Gestión Integrada revisa la MVV cada año.

Anualmente se organizan unas jornadas a las que asisten los responsables de la organización para difusión y explicación de la política y estrategia, que, por supuesto, incluye protocolos y códigos de conducta.

*** Código Etico (MVV) y Manual Acogida. Documento de política de RRHH y de Carrera Profesional.

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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Cada persona que se incorpora a la empresa recibe el correspondiente Manual de Acogida, que contempla todos los protocolos y códigos de conducta. Para verificación de su lectura y aceptación, debe mandar un mensaje a Dirección en el que indique la elección del valor con el que más se identifica. Se encuentran, además, expuesto de manera fija en el correspondiente tablón de anuncios.

En la encuesta de clima se pregunta con la identificación con la política y estrategia de la organización,

Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

9.1. Información adicional

- Elaboración cuestionario plan responsabilidad social y presentación de memoria
- ESTUDIOS ZARAGOZA S.L. declara su compromiso en el establecimiento y desarrollo de políticas que integren la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, sin discriminar directa o indirectamente por razón de sexo, así como en el impulso y fomento de medidas para conseguir la igualdad real en el seno de nuestra organización, estableciendo la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres como un principio estratégico de nuestra Política Corporativa y de Recursos Humanos.
- Existencia de política y estrategia que integra actuaciones en materia de Responsabilidad Social.
- Objetivos a 3 años en materia de Responsabilidad Social.
- Planes de acción anuales para actuaciones en materia de Responsabilidad Social.
- Cuadro de mandos integral que contemplan indicadores para materia de Responsabilidad Social.
- Plan de actuaciones en igualdad.
- Política medioambiental desde 2008 con la certificación ISO 14001.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

10.1. Información adicional

Se realiza una revisión anual

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

La metodología para conocer la satisfacción de los clientes y sus expectativas se articula en torno a las siguientes acciones:

- Dirección es responsable de evaluar la satisfacción a través de sondeos de evaluación que se cumplimentan de la totalidad de los clientes, además se potencia una relación directa y personal que facilite el flujo de información.
- Medición específica de la satisfacción de los padres de los alumnos.
- Revisión anual de atributos de encuestas de satisfacción con el grupo de interés.
- Departamento de Atención al Cliente para la gestión específica de las quejas, reclamaciones y sugerencias de los clientes.
- Seguimiento continuo para conocer y canalizar directamente las necesidades de los alumnos.
- Gestión específica de satisfacción para INAEM de acuerdo a los parámetros de medición que el propio organismo establece.
- Dotación presupuestaria específica para la resolución de incidencias derivadas de la prestación de servicio, dirigida tanto a solventar una situación concreta como a invertir en la mejora de un proceso.
- Recepción de información a través de redes sociales.
- Gestión de indicadores de rendimiento como medidores indirectos de la satisfacción.
- Revisión semestral del Comité Directivo de toda la información derivada de la satisfacción del cliente.

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

Las mejoras del servicio a los clientes y su posterior aplicación en el sistema integral de gestión se lleva a cabo a partir de:

- El análisis de toda la información contenida en la metodología de medición de satisfacción es la principal fuente, tanto por el seguimiento de los indicadores (con información sistemática desde 1991) como por las aportaciones o testimonios directos.
- Preguntas específicas a los clientes en los cuestionarios de satisfacción.
- Reuniones directas con los clientes.
- Acciones concretas para detectar posibles mejoras (Premios CEX 2015 A las buenas prácticas de gestión en la orientación al cliente).
- Estudios de mercado y análisis de competencia.

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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

13.1. Información adicional

La Dirección de PIQUER siempre ha considerado a trabajadores y clientes actores claves en el diseño de nuevos productos que se ajustaran a la demanda. Los canales y métodos utilizados para conocer las necesidades y expectativas de nuestros clientes incluyen:

- Departamentos de Innovación y Nuevos Productos: creado para potenciar la creación de productos novedosos en especial a partir de la colaboración con clientes o partners.
- Director/responsable de Innovación.
- Objetivos anuales sobre facturación de nuevos productos con presupuestos específicos.
- Propia ficha de proceso para la gestión de la innovación.
- Cuestionarios directos a los clientes para conocer sus necesidades y preferencias.
- Estudio y análisis de competencia y productos en el mercado.
- Seminarios para captación de interés en un público objetivo.
- Jornada anual Retos.
- Información obtenida a través del impacto de determinados contenidos en redes sociales.
- Alianzas externas con el fin de obtener información relevante sobre necesidades formativas.
- Testeo específicos a nuestros clientes para conocer el interés que podrían despertar nuevos productos.

Además de esta información recopilada directamente de los clientes actuales y potenciales, dado que la relación más directa con el cliente la establecen los propios trabajadores en las aulas o en secretaría, se aprovecha su conocimiento y experiencia a través de los siguientes métodos e iniciativas:

- Reuniones continuas, individuales o de grupo, en la búsqueda de aportaciones creativas, Dirección remunera económicamente a los trabajadores por las aportaciones en nuevos productos.
- Jornadas anuales (reuniones de equipo) que desde 1996 se vienen realizando para impulsar la innovación y creatividad, en provecho del desarrollo de mejoras y/o diseño de nuevos productos
- Se fija un objetivo anual de aportaciones del personal para conseguir de manera permanente nuevas ideas sobre productos.

Calidad de los productos y servicios

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

14.1. Información adicional

Los objetivos vinculados con impactos sociales y ambientales cuentan con unos indicadores de seguimiento respecto de unas metas previamente fijadas, que se analizan por dirección de manera anual.

Por otro lado, la organización cuenta con un código de conducta que despliega nuestro compromiso con los aspectos sociales y ambientales y que se publica para que el grupo cliente, personas y sociedad lo conozca. También, se realizan difusiones internas periódicas, impresas y en formato digital y, además, se puede encontrar en nuestra página web de manera permanente.

Por último, publicamos anualmente en nuestra web la memoria de RSA en donde se comunica de forma explícita la eficiencia de estos aspectos.

<https://www.grupopiquer.com/quienes-somos/>

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

El servicio postventa ofrecido a los clientes se articula fundamentalmente en las siguientes líneas de actuación:

- Seguimiento de resultado de aprobados para preuniversitarios y universitarios.
- Seguimiento de inserción laboral para formación de desempleados.
- Seguimiento de proyectos de emprendedores y agentes comerciales.
- Cursos gratuitos de formación ocupacional presencial.
- Cursos gratuitos de formación ocupacional en línea.
- Talleres especializados de las áreas de enseñanza, formación y empresas.
- Información de las actuaciones de Grupo Piquer.
- Información de los principales logros obtenidos.
- Gestión de reconocimientos extraordinarios.

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

Los procesos y/o proyectos implantados en la organización para asegurar y facilitar información transparente sobre los productos y servicios se gestiona mediante los siguientes protocolos:

Existe una normativa interna que regula la prestación del servicio y que se entrega siempre al cliente cuando contrata con Grupo Piquer.

La contratación del servicio implica la formalización de un contrato donde se detallan las condiciones principales del mismo y donde la parte contratante firma estar de acuerdo con las condiciones referidas en el punto anterior.

La información general sobre la organización se encuentra siempre a disposición de los interesados en el correspondiente tablón de anuncios.

Adhesión al Sistema Arbitral de Consumo.

Departamento de Atención al Cliente para resolución de cualquier duda sobre el servicio prestada.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

El sistema de medición de la satisfacción en las personas empleadas y sus resultados se revisa anualmente. Los ejes de actuación en torno a los que la misma gira son:

- Cada año se pasa una encuesta de clima anónima con varias preguntas estructuradas en los siguientes atributos: condiciones laborales, reconocimiento y remuneración, ambiente de trabajo, comunicación y gestión del conocimiento, liderazgo e identificación con la política y estrategia. Se realiza un benchmarking completo. Toda la información obtenida por este canal se estudia para la estrategia anual.
- Para la encuesta de clima se pregunta a los propios trabajadores por los atributos que creen que deberían medirse en las encuestas de clima.
- Se reconocen las aportaciones del personal como propuestas en la mejora de RRHH.
- Reuniones de equipo para acciones concretas.
- Reuniones con los mandos intermedios y fácil acceso incluso a los puestos directivos.
- Jornadas anuales en las que se intercambian opiniones sobre determinados ejes estratégicos.
- Inclusión del personal en las iniciativas de opinión dirigidas a los clientes.
- Se miden determinados indicadores de rendimiento que posibilitan obtener información indirecta de la satisfacción de las personas: solicitud de mejora de condiciones o ideas aportadas.

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)?

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

18.1. Información adicional.

Los procesos o proyectos desarrollados que la organización establece encaminados a gestionar la Igualdad de oportunidades y la No discriminación de las personas son:.

- Condiciones económicas iguales para toda la plantilla con incremento por variable en función de unos parámetros perfectamente medibles de manera objetiva.

- Procesos de selección con valoraciones numéricas por competencias que evitan la subjetividad del entrevistador.
- Procesos de selección igualitarios en donde intervienen simultáneamente ambos géneros como seleccionadores.
- Representación sindical con igualdad de género.
- Plan de igualdad: realizados análisis de resultados y establecimiento de acciones.
- Vigilancia de presencia de ambos géneros en determinados puestos (mandos, monitores, comerciales...).
- Verificación de igualdad de participación en los planes formativos.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

- Migración de los ERP desde sistemas de trabajo en local a programaciones orientadas al teletrabajo, lo que posibilita que determinadas tareas se puedan llevar a cabo desde casa (proyectos, elaboración de contenidos, etc.).
- Soluciones para propuestas concretas que solicitan unos horarios determinados o una jornada específica que permita adaptarse a las preferencias de cada persona.
- Posibilidad de ubicar a los hijos en la propia empresa en determinados periodos y horas.
- Formación interna en modalidad en línea.
- Facilidad para las reducciones de jornada por cuidado del menor.
- Contratos de interinidad priorizando acceso a mujeres en situaciones de bajas maternales.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

20.1. Información adicional.

En el mes de diciembre de cada año, los departamentos de formación y RRHH, planifican de forma conjunta la formación interna de la empresa alineado con las competencias necesarias para el cumplimiento de los objetivos. Para ello se contempla:

- Gestión por competencias con evaluación individual del desempeño y plan de mejora individual vinculado a formación.
- Acciones formativas individuales para cada trabajador en función de sus necesidades, complementario del plan anual.
- Evaluaciones de 360°.

- Plan de prácticas con tutores para seguimiento.
- Tutores para las nuevas incorporaciones al equipo.
- Gestión del conocimiento, material didáctico: guías, fichas, cuadernos

Se realiza un seguimiento de indicadores:

- Formación realizada en cada año.
- Porcentaje de participación en acciones de formación en el último año, por departamentos y perfiles.
- Comparativa diacrónica de los resultados medios de las competencias.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

21.1. Información adicional.

La organización tiene definido un diccionario de competencias propio, con cinco institucionales (comunes para todos los perfiles laborales) y doce específicas, que se asignan de acuerdo con la idiosincrasia de cada puesto de trabajo.

Cada una de ellas cuenta con cinco niveles (valoración de 0 a 4), y se describe cada uno de ellos para permitir una valoración más objetiva que la sola puntuación numérica.

Anualmente se realizan valoraciones de las personas conforme a este diccionario de competencias como evaluación del desempeño.

En los planes anuales formativos se planifica, para una posterior ejecución y validación, las acciones de formación que se van a impartir para las competencias priorizadas.

Seguridad y Salud

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

22.1. Información adicional.

De cara a favorecer la salud laboral de nuestros equipos recogemos en nuestros planes de formación acciones que contribuyan a ella y que se ofrece a la totalidad de la plantilla para que pueda realizarla quien lo considere. Previamente, se realiza una recogida de solicitud de necesidades formativas donde cada persona puede proponer la capacitación que considere necesaria. Algunos ejemplos de esta formación son: Control del estrés o Mindfulness.

Contamos con nuestro propio plan de igualdad registrado que recoge medidas adicionales para mejorar en relación con la violencia de género o el acoso escolar de hijas/as. De todo ello también es evidencia el contar con el reconocimiento DIE de igualdad en la empresa, otorgado por el Ministerio de Igualdad.

En los últimos tres años Estudios Zaragoza ha recibido el reconocimiento por parte de la Mutua MC por haber registrado cero accidentes laborales y reunir otra serie de requisitos, siendo una de las pocas organizaciones que lo han recibido en Zaragoza.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Nuestros proveedores deben cumplir una serie de requisitos sobre aspectos ambientales y sociales específicos para poder prestar sus servicios.

Todas las entidades proveedoras son evaluadas anualmente; y, de manera recíproca, también ellas nos evalúan, con el fin de mejorar bidireccionalmente en la relación mutua de empresa y cliente.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

24.1. Información adicional.

Se seleccionan los proveedores en base a la idoneidad, calidad del producto/servicio, el precio, cumplimiento de las normas medioambientales y de la procedencia para fomentar el desarrollo local. Por ello, anualmente se realiza una valoración del desempeño a cada proveedor, a quien se informa del resultado.

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?

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

25.1. Información adicional.

Hay una estrecha relación con las actividades realizadas por Fundación Piquer, quien establece una programación anual y presenta una memoria anual de la planificación de las actividades que realiza ante el Gobierno de Aragon.

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?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

26.1. Información adicional.

Todos los proyectos sociales que se desarrollan están íntegramente unidos a la estrategia del grupo, dotados de presupuesto propio así como con planes de acción específicos y seguimiento de los resultados obtenidos.

El Comité Directivo en la planificación anual prevé la infraestructura necesaria para el plan de gestión y desarrollo del mismo así como el presupuesto asignado al plan de acción anual.

La programación de los proyectos sociales es llevada a cabo siguiendo la política y estrategia de cualquier otro eje de actuación: MIR, DAFO, Objetivos, Planes de acción (con dotación de recursos), revisiones

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?

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Existen indicadores específicos para actuaciones en materia social, para los que se fijan unos objetivos a tres años, desglosados en anuales y para los que se establecen unos planes de acción, con responsables, personas implicadas, recursos y plazos: alumnos formados y porcentaje de aprobados, inserción laboral

- Boletines electrónicos con información acerca de las acciones sociales desarrolladas en el GRUPO enviados a todos los grupos de interés (aliados, facilitadores, empleados, proveedores, alumnos, y otros clientes como Inaem, Cámara de Comercio, empresas...).
- Información publicada en las RRSS del grupo (Facebook, Twitter, LinkedIn...)
- Información difundida por nuestros facilitadores y colaboradores por medio de sus RRSS
- Jornadas anuales para la explicación de la Política y Estrategia de Grupo Piquer a todo el equipo de RRHH.

Un ejemplo de ello es la campaña social " Un juguete una ilusión. Ningún niño sin juguete " difundida por medio de las RRSS del grupo y de colaboradores.

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los

impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

El Plan de Comunicación Externa del grupo contempla la información proactiva con la comunidad local en materia social. Los principales ejes son los siguientes:

- Escuela activa: programación anual de charlas, talleres, etc., con registro de partición y comparativa interanual.
- Jornadas Retos en la Educación desde 2010.
- Medición del alcance en redes sociales de las actividades en materia social.
- Participaciones en premios para difusión en sociedad: Premios Heraldo 2016, Premios IAJ sobre Buenas Prácticas para evitar el Acoso Escolar, Buenas Prácticas CEX
- Jornadas de puertas abiertas para dar a conocer programas de la organización.

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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

- Revisión anual del estado de los indicadores de la empresa en términos medioambientales y fijación de objetivos anuales

En relación a la gestión de los edificios, equipos y materiales y dada la preocupación de la organización por el uso razonable de éstos y la preservación del medioambiente, siempre se han establecido medidas encaminadas a minimizar los impactos ambientales, pero será desde 2008 y a partir de la certificación según la norma UNE-EN-ISO 14001, cuando se incorporaron una serie de actividades y procesos (definidos documentalmente), para determinar y controlar los aspectos e impactos ambientales y así establecer las mejoras de manera sistemática y en línea con la estrategia.

Las medidas incorporadas en la Gestión de la organización se resumen en las siguientes actuaciones:

Incorporación de objetivos e indicadores ambientales, como parte de los objetivos estratégicos de la organización.

Revisión de MVV, incorporando los valores ambientales.

Identificación y evaluación de los aspectos e impactos ambientales.

Aplicación de una sistemática de identificación de los requisitos legales aplicables.

Control y seguimiento de los aspectos ambientales.

Definición y seguimiento de las comunicaciones externas relevantes.

La incorporación de estas medidas ha supuesto cuantificar de manera sistemática, a través de indicadores, el consumo, el reciclaje y utilización de recursos

Como mejora del proceso de definición de las actividades y responsables implicados en la Gestión Ambiental y en línea con la migración a una gestión por procesos a partir de la

autoevaluación EFQM, se refundieron los procedimientos ambientales en sus correspondientes fichas de procesos (PR 206 Gestión Ambiental), en la que, con el fin de complementar el control de los aspectos ambientales, se han definido dos indicadores del control de propio proceso (de los que se lleva un seguimiento en el CMI).

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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

30.1. Información adicional.

- Se fijan unos objetivos a tres años a partir de un mapa de información relevante y se estudian los riesgos. Dichos objetivos se plasman en unas metas anuales a través de unos indicadores medibles, de los que se realiza un seguimiento cercano y para los que se establecen planes de mejora.
- El Comité Directivo realiza un seguimiento semestral de la evolución de la gestión medioambiental.
- Adhesión al compromiso EACCEL.
- Registro de Huella de Carbono desde 2015

Economía circular

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

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

31.1. Información adicional

La organización lleva a cabo una gestión de residuos responsable, con segregación de los que van a contenedor amarillo, azul y orgánico. Además, identifica cualquiera que pueda considerarse peligroso para proceder de manera responsable a la hora de eliminarlo. Busca la reducción de los consumos, principalmente electricidad, agua, papel y tóner. Por último, se encuentra inmersa en un proceso de mejora permanente hacia la digitalización, tanto de los procesos internos como de los servicios prestados (formación y clases on line).

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 comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

32.1. Información adicional

- Se lleva a cabo un seguimiento desde el Comité Directivo de las actuaciones en materia ambiental 2 veces al año.
- Se comunica anualmente a toda la plantilla los resultados medioambientales obtenidos.
- Se comunican los logros a los clientes.
- Se comunican los logros a la sociedad a través de las redes sociales y la web.
- Se comunica a proveedores y alianzas el compromiso medioambiental de la organización.

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

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?

Existencia de una herramienta en excel exclusiva para gestión de la Responsabilidad Social
La existencia de una estrategia que alcanza a todos los grupos de interés, con su consiguiente despliegue y en potente cuadro de indicadores
Muy buenas valoraciones en encuestas y prestigio en el sector
Rápida y eficaz gestión de las reclamaciones
Diversificación
Política de apuesta por nuevos productos y servicios
Rapidez en la respuesta al cliente
Detección exhaustiva de expectativas de grupos de interés
Sistema de indicadores predictivos
Pasillo de cliente
Análisis de la propuesta de valor

Análisis del modelo de negocio

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Lograr una mayor diferenciación entre Estudios Zaragoza S.L. y Fundación Piquer

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 y tiene un compromiso público 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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.