

RSA - PYMES

Empresa evaluada

PASSARÓ - VITTORIO ZENDA, S.L.

CIF:B50537695

Fray Julian Garcés 51 Local

50007 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Vittorio Zenda S.L

02 - Dirección - CP - Población

C/ Fray Julià Garcés, 51.

50007. Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Formación Sector Peluquería.

04 - Año comienzo actividad.

1985

05 - Número de personas empleadas

2 personas

06 - Persona contacto

Yolanda Jiménez

07 - E-mail contacto

yolandapassaro@gmail.com

08.- Página web

www.passaroformacion.com.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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Los cambios que más pueden afectar a nuestra empresa son los cambios económicos. En este momento el parón económico y la emergencia sanitaria por la pandemia de COVID 19 han supuesto un replanteamiento en nuestra formación además de un cierre de las instalaciones durante varios meses.

Al ser una Academia Privada de Peluquería el estado general de la economía del país y en concreto el del poder adquisitivo de las familias incidiría directamente en el porcentaje de alumnos matriculados. También se vería la influencia de estos factores en el número de personas que tras su completa formación se decidieran a emprender con un negocio por cuenta propia.

Los cambios en la política de formación también nos influirían tanto favorable como desfavorablemente en el caso de optar a la homologación de nuestro Centro de Formación. Cambios sociales en los que hubiese un giro en las consideraciones estéticas del individuo siempre son favorables para nosotros ya que es nuestro papel fundamental el de la formación técnica, acompañamiento y asesoría en imagen.

Las consideraciones medioambientales y las posibles nuevas regulaciones nos obligarían a acelerar nuestro compromiso con el Objetivo de desarrollo Sostenible 12 "Producción y Consumo Responsables". En relación a este ODS hemos conseguido una reducción en el consumo de agua, energía y productos químicos nocivos.

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

No

2.1. Información adicional

En nuestra opinión es imposible caminar solos y es necesario acompañarse de otros profesionales incluso de distintas disciplinas para formar grupos de influencia y de trabajo enriquecedores y que se ayuden para sumar evitando la competitividad destructiva. Nuestra academia siempre ha apostado por el mantenimiento de una red de contactos enriquecedora en la que compartir experiencias y conocimientos.

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?

Sin respuesta

3.1. Información adicional

Sin respuesta

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

Existe un presupuesto concreto para proyectos sociales, dependiendo del número de alumnos matriculados y del número de cursos de formación impartidos al año.

Cada año hay un mínimo de cuatro alumnos becados a cargo de Passaró Formación procedentes de colectivos del servicio de atención de entidades sociales. En el curso 2019-2020 hemos becado a 12 alumnos procedentes de los convenios de colaboración firmados con Cáritas, Fundación Down y Gens XXII.

También se atiende a un número de personas en exclusión o en riesgo de estarlo gratuitamente cada vez mayor, que provienen de las entidades sociales Cáritas, Cruz Roja, Fundación Down, Gens XXII, Parroquia del Carmen y de la Hermandad del Refugio. En 2019 fueron unos 250 beneficiarios en nuestro servicio de cambio de imagen.

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

Tenemos identificados todos nuestros grupos de interés desde la creación de nuestra Academia de Peluquería.

Las buenas relaciones con ellos son fundamentales para nuestro desarrollo de negocio.

Nuestro grupo fundamental y que más esfuerzos conlleva es el de nuestros alumnos.

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

En cuanto a nuestros stakeholders tenemos muy bien identificados sus intereses y necesidades.

Trabajamos por su impliquen más con la marca Passaró y su imagen y su metodología de trabajo.

A día de hoy hemos identificado más esfuerzo, dedicación y resultados en la relación con ellos por parte del equipo de Passaró Formación.

El feedback con nuestros grupos de interés se ha intensificado este último año, ha habido más implicación a la hora de exponer sus intereses y hemos implantado algunos cambios necesarios que han repercutido positivamente en el desarrollo de nuestros negocios (por ejemplo con los proveedores y franquiciados).

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 documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

7.1. Información adicional

Existe un documento con las normas y pautas de actuación en Passaró Formación. Dichas normas tienen que ser suscritas por todos los alumnos, profesores y usuarios o clientes.

Estamos trabajando en la redacción de un código de conducta, que ha pasado a un segundo plano debido al parón de la pandemia, como parte de nuestro plan de Responsabilidad Social, queremos que sea participativo y que en su redacción participe la dirección, el profesorado y el alumnado.

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

Se forma e informa a cada persona que llega a nuestra academia tanto si es en calidad de alumno como de profesor de nuestra cultura de empresa y objetivos..

Hemos contado con una mayor implicación y motivación a la hora de hacer sugerencias o proponiendo cambios en nuestra imagen de MARCA, lo que nos ayuda a mejorar y crecer. En general se toma como un conjunto de normas estáticas de obligado cumplimiento y no como una línea de trabajo viva que admite y necesita de una evolución e implicación de todos los stakeholders. Damos formación en coaching de marca ya que nos parece fundamental a la hora de mejorar resultados tanto interna como externamente, además mejora la empleabilidad de nuestros alumnos.

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

Estamos inmersos en un Plan de Formación en Responsabilidad Social gracias al cual, que comenzamos en 2018 con el diagnóstico de RSA, nos dimos cuenta de que ya teníamos implantadas varias acciones que hemos consolidado:

- BECAS DE FORMACIÓN PASSARÓ en convenio con entidades que atienden a personas en riesgo de exclusión social para favorecer su empleabilidad. En el curso 2019-2020 hemos becado a 12 alumnos procedentes de los convenios de colaboración firmados con Cáritas, Fundación Down y Gens XXII.

- Proporcionamos cambio de imagen, cortes de pelo y arreglo de barba gratuitos a usuarios de las entidades sociales: Cáritas, Cruz Roja, Fundación Down, Gens XXII, Parroquia del

Carmen y de la Hermandad del Refugio. En 2019 fueron unos 250 beneficiarios en nuestro servicio de cambio de imagen.

- Somos socios colaboradores del plan de inclusión Sociolaboral de la Asociación GENS XXII para personas en riesgo de exclusión.

Queremos seguir profundizando y e hecho estamos elaborando nuestro propio plan de RS que se adaptará al ritmo de nuestra Academia de Formación. Queremos trabajarlo y diseñarlo en profundidad y sin prisas para que sea realista y práctico.

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 a nivel general

10.1. Información adicional

Como ya hemos comentado antes estamos en pleno desarrollo y analizamos los indicadores que son estrictamente necesarios para en nuestra actividad. la gran mayoría de ellos están relacionados con nuestro alumnado y los usuarios de las entidades sociales con las que tenemos firmado convenio de colaboración.

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

Nuestra metodología se basa en:

- 1) La preparación y redacción de encuestas específicas de satisfacción para el servicio a valorar
- 2) Reparto a los stakeholders-muestra implicados para su respuesta
- 3) Análisis de los datos e información
- 4) Plan de medidas a adoptar

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 partir de las encuestas de satisfacción, de los análisis de los formadores y de los comentarios y sugerencias recogidos verbalmente recogemos nuestros puntos de mejora.

Después nosotros mismos hacemos los cambios necesarios para satisfacer las necesidades de nuestros clientes. Al prestar un servicio directo sin mediar intermediarios se pueden implementar incluso en tiempo real.

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

Nuestro campo está en constante cambio debido a la investigación continua en productos y técnicas.

Nosotros investigamos e innovamos en ambos aspectos.

Somos especialistas en técnicas de peluquería innovadoras e incluso hemos desarrollado nuestros propios productos para afianzar e impulsar este desarrollo.

Con ello nuestros alumnos pueden contar con un acompañamiento durante y después de su paso por Passaró Formación.

Hemos adaptado nuestra formación a la pandemia de Covid 19 realizando como novedad formación on-line e incluyendo en el temario clases para realizar servicios de peluquería a domicilio con todas las garantías de seguridad sanitaria a personas con dificultades de movilidad.

Calidad de los productos y servicios

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

Sin respuesta

14.1. Información adicional

Sin respuesta

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

En nuestro caso nuestro servicio post-venta sería el acompañamiento y asesoría que prestamos a nuestros alumnos tras haber finalizado su formación con nosotros tanto técnicamente como a nivel de producto e imagen corporativa.

Este servicio se presta tanto si deciden emprender un negocio de peluquería por su cuenta como si entran a formar parte de un equipo ya constituido.

Tenemos cursos avanzados y de puesta al día para que puedan seguir avanzando en las técnicas ya aprendidas o bien iniciarse en otras nuevas.

También disponemos de una bolsa de empleo de reconocida trayectoria y prestigio.

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 de las características del producto o servicio.

16.1. Información adicional

Desde el momento de la incorporación a nuestros planes de formación se da información,

clara, transparente y detallada de todos los servicios ofertados tanto por escrito como verbalmente.

También estamos a disposición de todos nuestros usuarios en cualquier momento que necesiten información, tengan dudas o demanden asesoramiento personalizado.

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

Al ser una empresa de reducido tamaño el feedback se hace en tiempo real y la comunicación es muy directa y fluida.

Gozamos de un excelente clima laboral de confianza mutua siempre disponible y favorable al diálogo. Hay total implicación del equipo de trabajadores en los objetivos, e imagen corporativa de la empresa por lo que cualquier observación y sugerencia es tenida en cuenta.

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.

El respeto por la igualdad de oportunidades y la no discriminación son fundamentales como parte de nuestro código ético.

En las contrataciones, la formación, el desarrollo profesional, o retribución no se tiene en cuenta ningún factor de discriminación ni por edad, sexo, estado civil, nacionalidad....

Se valora al formador por sus conocimientos técnicos, formación en atención al cliente y formación en valores fundamentalmente, al margen de cualquier consideración que pueda suponer una desigualdad o discriminación.

Es más, está establecida una conciliación total con la cultura de cualquiera de nuestros empleados, ya que contamos con diversas nacionalidades y religiones, como por ejemplo celebraciones religiosas.

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.

Como ya hemos indicado anteriormente al ser una empresa pequeña y con buen ambiente de trabajo es fácil gestionar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

Hay flexibilidad total y facilidades para responder a las necesidades de los empleados y coordinarlas con las necesidades de la empresa.

Entre todos se cubre el horario de formación y gestión en la Academia.

En cuanto a las vacaciones y días festivos tenemos en cuenta las de las distintas religiones debido a la diversidad de nuestro personal.

Hasta el momento hay un grado de satisfacción muy alto entre los empleados en este aspecto.

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.

Para poder formar parte del equipo de Formación de Passaró es necesario contar con un nivel ya avanzado de formación.

Además todos los empleados tienen la oportunidad de solicitar la formación que sea de su interés sin ningún tipo de limitación.

Para los asociados se marcan cursos de reciclaje a lo largo del año.

En nuestro sector es imprescindible la formación continuada para estar al día y poder prestar un servicio de calidad a nuestros alumnos.

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

Sin respuesta

21.1. Información adicional.

Sin respuesta

Seguridad y Salud

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

Sin respuesta

22.1. Información adicional.

Sin respuesta

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Sin respuesta

23.1. Información adicional.

Sin respuesta

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Sin respuesta

24.1. Información adicional.

Sin respuesta

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.

Estamos desarrollando un plan propio de Responsabilidad Social en el que establecemos claramente nuestras acciones en materia de voluntariado y acción social. En nuestra academia trabajamos con grupos de alumnos intergeneracionales, inclusivos y con atención a la diversidad.

Tenemos un proyecto propio la "BECAS DE FORMACIÓN PASSARÓ" que consiste en un Plan de becas de Formación en Peluquería para fomentar la empleabilidad de colectivos en exclusión o en riesgo de estarlo, y en atención en la academia a estos colectivos proporcionándoles gratuitamente cuidado de su imagen personal y/o un cambio de imagen

Este plan de becados se lleva a cabo mediante acuerdos de colaboración con diferentes entidades sociales.

Cada año hay un mínimo de cuatro alumnos becados a cargo de Passaró Formación procedentes de colectivos del servicio de atención de entidades sociales.

En el curso 2019-2020 hemos becado a 12 alumnos procedentes de los convenios de colaboración firmados con Cáritas, Fundación Down y Gens XXII.

También se atiende a un número de personas en exclusión o en riesgo de estarlo gratuitamente cada vez mayor, que provienen de las entidades sociales Cáritas, Cruz Roja, Fundación Down, Gens XXII, Parroquia del Carmen y de la Hermandad del Refugio. En 2019 fueron unos 250 beneficiarios en nuestro servicio de cambio de imagen.

Somos socios colaboradores del Plan de Inclusión Psicosocial de la Asociación Horizonte XXII, de atención y acompañamiento de personas en situación de vulnerabilidad transitoria y continuada para la independencia y autosuficiencia. Aportamos apoyo económico, formación y cuidado de imagen personal a su colectivo atendido.

En el CENTRO DE MAYORES LAÍN ENTRALGO formamos parte del comité de organización y somos patrocinadores del Torneo de Petanca Interclubes Pedro Laín-GENS XXII que va por su cuarta edición y que reúne a todos los clubes de esta disciplina de los centros de mayores de Zaragoza. Es un torneo abierto, participativo, intergeneracional y solidario con el Plan de Inclusión Socio Laboral de Horizonte XXII.

Con esta colaboración contribuimos a la difusión del conocimiento de este deporte tan aragonés y fomentamos su práctica en todos los segmentos de edad.

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 y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Este curso 2019-2020 hemos aumentado el número de becas de 8 (curso 2018-2019) a 12 como aportación a la crisis económica resultado de la pandemia. Nuestra aportación social es dar formación a personas que carecen de recursos y cuyo número se ha incrementado.

En cuanto a los beneficiarios/usuarios de los servicios de cambio de imagen no se ha establecido un límite ya que se ha podido absorber en la academia las necesidades de este colectivo durante la actividad normal del centro, en 2019 fueron unos 250.

En Passaró Formación disponemos de una bolsa de empleo dinámica a la que entran a formar parte todos los alumnos una vez finalizada su formación, se hace un servicio de acompañamiento para ayudarles en su empleabilidad.

2 de nuestros alumnos becados han pasado a formar parte de nuestra plantilla en nuestra red de peluquerías y 4 han encontrado trabajo a través de nuestra bolsa de empleo. Con su inclusión en el mercado laboral hemos conseguido que salgan del círculo de pobreza accediendo a una buena calidad de vida siendo independientes y autosuficientes tanto social como económicamente, objetivo de nuestro plan de RS.

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

Nuestros empleados están totalmente implicados con nuestros proyectos sociales y

participan activamente en ellos tanto en la elaboración como en la aplicación, prestando a los colectivos beneficiarios la atención personalizada que necesitan.

Se comparten los proyectos a través de las redes sociales y de nuestra web corporativa.

También se ha hecho difusión a nivel de prensa escrita y digital.

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

Nuestro plan de comunicación exige que la difusión de nuestras actividades profesionales y buenas prácticas se realice en tiempo real y con total transparencia.

No lo utilizamos como un mero instrumento de marketing para nosotros es una herramienta muy importante a la hora de evaluar nuestra imagen de marca y de detectar las necesidades y demandas de nuestros grupos de interés.

No sólo nos limitamos a la publicación y difusión, en nuestras redes sociales tenemos un feedback constante y activo con los usuarios que interactúan con nosotros.

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.

29.1. Información adicional.

En 2018 nos formamos y comenzamos a trabajar en el Objetivo de Desarrollo Sostenible Nº 12 "Producción y consumo sostenibles", Tras la implantación de medidas en nuestra empresa desde entonces hemos conseguido una reducción de un 10% en el consumo de electricidad y un 5% de agua vinculado al número de servicios prestados y usuarios.

También hemos incluido el consumo de productos con menos porcentaje de tóxicos, pensando en el medio ambiente, en nuestros trabajadores y alumnos.

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.

Nuestra metodología se basa en el conocimiento de los ODSs en la Agenda 2030 de Naciones Unidas, la formación necesaria de todos nuestro personal, la identificación de

necesidades e implantación de medidas prácticas y realistas para emprender el camino hacia el cambio necesario para el compromiso con la Responsabilidad Social. Estamos en la fase de comunicación a nuestro personal para conseguir su implicación.

Economía circular

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

Sin respuesta

31.1. Información adicional

Sin respuesta

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 a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

Comunicamos nuestros objetivos y política de empresa con el fin de concienciar e implicar a nuestros grupos de interés en el cuidado del medio ambiente a través de buenas prácticas en nuestro centro de formación. Para nosotros es un valor añadido en la gestión empresarial.

También les animamos a que hagan sus propias propuestas y evaluaciones.

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

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?

Como punto fuertes destacamos los siguientes:

Formación de calidad basada en la profesionalidad, la especialización y una imagen de marca respetada y valorada.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Y como puntos débiles:

Debemos dar un impulso mayora nuestro compromiso medioambiental que seguirá siendo una de nuestras prioridades.

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 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.