

## RSA - AUTONOMOS

---

### Empresa evaluada

**Elisa FERNANDO GANDÚ - EDUCA 2.0**

CIF:25473410J

Julián Gállego Esquina Comunidad 40-72

50018 - Zaragoza

Zaragoza

### 01 DATOS DE LA EMPRESA

#### 01 - Denominación de la organización

EDUCA 2.0

#### 02 - Dirección - CP - POBLACION

Calle Julián Gállego local 1 (Esquina comunidad 40-72)

50018 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Educación y formación

#### 04 - Año comienzo actividad.

Julio 2016

#### 05 - Persona de contacto

Elisa Fernando Gandú

#### 06 - e-mail contacto:

elisa@educa20.es

#### 07.- Página web

<http://www.educa20.es/>

### 1 GENERAL

#### 1.a Tendencias Globales

**1 - Considera que su negocio tiene en cuenta o se ve afectado, directa o indirectamente, por temas globales y generales como por ejemplo:**

- **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....)**

Estos temas son importantes para el negocio y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1. Información adicional.**

Dado el escaso tiempo en el que lleva funcionando el negocio (menos del año), hemos priorizado atender al cliente lo mejor posible y ofrecer mucha calidad en el servicio teniendo menos tiempo para realizar más aspectos de los que nos hubiera gustado. Nos parece de suma importancia atender los temas globales y generales pues nos afectan en muchos casos de forma directa.

En este tiempo hemos realizado planes mediomambientales y sociales fundamentalmente para poder atender a las demandas y necesidades que surgen respecto a estos temas:

Conciliar la vida familiar es muy importante y por ello hemos creado horarios flexibles y no fijos para que las familias puedan adaptarse y realicen cambios en los horarios de clase según circunstancias personales.

Se recuperan clases en los días que caen como festivos para que se rentabilice el dinero que invierten en la formación y aprendizaje.

Ofrecemos cuidado gratuito a los hijos cuando los padres asisten a algún curso y no pueden dejar al niño en ningún sitio: caso de clases de pilates.

Cumplimos con la legalidad pues nos parece ofensiva la corrupción que nos rodea.

Hemos realizado cambios en las instalaciones de calefacción para ahorrar consumo energético y ser más responsables con el medio ambiente. Había bomba de calor cuando adquirimos el local y lo cambiamos por radiadores de bajo consumo y consumo "azul pues los problemas mediomambientales son una realidad actual".

Las comunicaciones a las familias se hacen de forma casi diaria a través de las redes sociales para mostrar mayor transparencia y que estén seguros de que ayudamos a la formación y aprendizaje de los alumnos..

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### **1.b Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

#### **2 - Al planificar la actividad de su negocio, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

Se plantean y planifica por exigencia legal (sectores específicos) en el corto plazo y con enfoque de previsión a tres o cinco años

##### **2.1.- Información adicional.**

Seguimos un plan de empresa y cada trimestre se valora con nuestra asesora haciendo los cambios oportunos según el funcionamiento del negocio. valoramos ingresos y gastos y tomamos medidas en pro de mejorar cada día y ser más responsables social y medioambientalmente.

#### **3 - ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales?**

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

### 3.1. Información adicional.

Entregamos una cantidad económica a la asociación ADAMPI. Como ha sido el primer año, valoraremos esa ayuda y querremos ampliarla ya que esperamos crecer en rentabilidad y de esta forma poder ayudar a más colectivos o que la cuantía destinada a un organismo que nos parece de suma necesidad sea mayor.

Así mismo realizamos servicios a menor coste para personas con pocos recursos pero que desean ampliar su formación y el dinero es un inconveniente. Hay horas destinadas a ese aspecto.

---

**Puntuación sección 62,50 %**

### 1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

**4 - Tiene identificados en su negocio 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### 4.1. Comentarios

Existe una ficha de admisión con los datos del alumno y el curso al que se inscribe, cuando es menor lo rellena un adulto.

Acuerdos de colaboración con los autónomos que imparten algunas de las actividades para definir líneas de actuación con los alumnos.

**5 - ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

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

#### 5.1. Comentarios

Al inicio del curso se habla mediante reuniones personalizadas sobre lo que desean trabajar y/o desallorzar y cada día se comenta con las familias cómo ha ido la clase y qué se ha trabajado, qué se ha conseguido y que queda pendiente.

Se entregan informes de evaluación de los alumnos.

Hacemos una clase de final de curso para valorar el año, una muestra del contenido de la actividad con padres y así conocer lo aprendido. En esas sesiones se reparten encuestas de satisfacción para valorarlas posteriormente.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

### 1.d Gobierno

**6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o códigos éticos?**

Existe un código de conducta

## 6.1. Comentarios

Existe un código de conducta acorde a una filosofía primordial en el negocio que se hace extensible en el día a día. Con hechos concretos de ayuda a los clientes tanto en cuestiones de horarios, económicas y de conciliación familiar

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## 1.e Plan de Responsabilidad Social

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

Este año existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

#### 7.1. - Comentarios

Junto con la gestora realizamos un plan de responsabilidad social con los puntos más importantes a tener en cuenta en este tiempo que llevamos funcionando. Medidas sociales y medioambientales son las que ahora mismo contemplan dicho plan con la idea de ampliarlas en lo sucesivo.

### 8 - En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

#### 8.1. - Comentarios

Planteamos objetivos a alcanzar al finalizar el curso:

Conciliar vida familiar de los clientes.

Valorar grado de satisfacción de los clientes (encuestas cuyos resultados se tienen en cuenta para hacer modificaciones oportunas)

Reducir el consumo energético y de agua.

Destinar una parte de los ingresos a ayudas sociales (ADAMPI)

---

**Puntuación sección 125,00 %**

## 2 CLIENTES

### 2.a Satisfacción de Clientes.

#### 9 - ¿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

#### 9.1. - Comentarios.

A finales de Mayo (para las actividades extraescolares) y primeros de junio (para el resto de actividades) se pasan encuestas de satisfacción.

Se valoran y se plantean los cambios oportunos para el siguiente curso en pro de mejorar todo lo posible.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **2.b Calidad del servicio y Transparencia informativa.**

### **10 - ¿Cómo realiza en su negocio la puesta en el mercado del producto o servicio?**

Disponemos de un proceso normalizado que engloba la comercialización eficiente y el asesoramiento transparente de forma que se traslade la información de forma clara y precisa.

#### **10.1. - Información adicional**

Existen varios mecanismos para poder ofrecer transparencia informativa

### **11 - ¿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

#### **11.1.- Información adicional**

Nuestra transparencia informativa es diaria y continua.

A principio de curso se ofrecen jornadas de puertas abiertas para que conozcan los distintos cursos y actividades con pruebas gratuitas para la primera sesión.

Enviamos al domicilio flyers con toda la información de los cursos y precios.

En el escaparate anunciamos las actividades, tanto contenido como precios.

En las redes sociales se muestra la información de las actividades incluso con documentación gráfica. Horarios, precios y contenidos.

Realizamos charlas y reuniones con los padres diarias sobre la situación, rendimiento y áreas de mejora de los alumnos inscritos y directamente con ellos cuando los alumnos son adultos.

Información por correos e incluso WhasApps con los clientes.

---

**Puntuación sección 100,00 %**

## **3 PERSONAS EMPLEADAS**

### **3.a Seguridad y salud.**

### **12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y se gestiona por una empresa especializada

#### **12.1.- Información adicional**

Tenemos contratado y supervisado el Plan de riesgos en FREMAP. Esta identidad nos proporcionó además un botiquín y realizó las inspecciones oportunas.

Está en orden y actualizado el programa contra incendios con el retimbrado de los extintores.

Revisión y puesta a punto del sistema de aire acondicionado y bomba de calor. Plan anual de revisión.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **4 PROVEEDORES**

### **4.a Compras responsables**

#### **13 - En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?**

Se selecciona el proveedor no sólo en base a su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social

##### **13.1.- Información adicional**

Se eligen los proveedores teniendo en cuenta calidad, precio, responsabilidad empresarial, contribución al medioambiente y se da prioridad al mercado local  
El material que utilizamos es material escolar fundamentalmente. Se adquiere en un negocio del barrio responsable socialmente para fomentar además el desarrollo del pequeño comercio local y ayudar a otros emprendedores.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **4.b Clasificación y evaluación de proveedores**

#### **14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?**

Se valoran la calidad de servicio, el precio y las prácticas sociales y medioambientales en su actividad

---

**Puntuación sección 75,00 %**

## **5 SOCIAL**

### **5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

#### **15 - En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla su actividad, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de mi organización con una planificación formal

##### **15.1. Información adicional**

Al inicio del negocio nos ofrecimos como negocio referente de ayuda al barrio. Mantuvimos una reunión con el presidente de la asociación de vecinos y acordamos unos puntos de ayuda tanto a nivel de tiempo, material y económico. A lo largo del año hay diversos momentos en los que colaboramos con la asociación y con las AMPAS de los colegios del barrio.

En varias páginas de facebook ofrecemos clases más económicas para personas sin recursos. Hemos ayudado a muchas mujeres adultas de otras nacionalidades a obtener títulos académicos. Algo que sin duda conecta con el código de conducta del negocio.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **5.b Comunicación y fomento de buenas prácticas**

#### **16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

##### **16.1. Información adicional**

Comunicamos en nuestro centro, en las redes sociales y a nuestros clientes de las actuaciones de buenas prácticas desarrolladas desde el centro.

---

**Puntuación sección 50,00 %**

## **6 MEDIOAMBIENTAL**

### **6.a Identificación de actividades de gestión ambiental**

#### **17 - Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?**

Existe un plan de actuaciones en materia ambiental

##### **17.1. Información adicional.**

En el centro había bomba de calor y decidimos comprar por nuestra cuenta radiadores de bajo consumo para favorecer la gestión mediomabiental..

Mínimizamos el gasto de papel.

Usamos mucho papel reciclado.

A las familias se les comunican cosas vía email o redes sociales, no por cartas de papel

Cambio de coche por bicicleta para llegar desde casa al trabajo.

---

**Puntuación sección 75,00 %**

### **6.b Plan de gestión ambiental y comunicación**

#### **18 - ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?**

Existen planes de eficiencia específicos y concretos para la reducción de costes

##### **18.1. Información adicional**

Realizamos un plan de gestión ambiental supervisado por un amigo personal del CSIC ZARAGOZA.

#### **19 - En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental, ¿en qué medida se comunica a los grupos de interés?**

Sí, pero no de manera sistemática u organizada

### 19.1. Información adicional

Comunicamos algunas medidas que hacemos pero no lo suficiente por pudor personal.

---

Puntuación sección 50,00 %

## 7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

### 7.a Priorización de temas

**20 - 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 un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 2 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Capacitación y desarrollo profesional
- 5 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 6 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 7 - Gestionar con ejemplaridad
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local

### 7.b Valoración Global

**21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?**

8

### 7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

**22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Muy responsable respecto al aspecto social. Gran calidad en la relación con el cliente, cercana, afable y de absoluto deseo de ayudar, enorme profesionalidad y pasión al ejercer la docencia

**23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Tener menos pudor para así comunicar más las buenas prácticas.

---

Puntuación encuesta 80,56 %