

# MEMORIA GRUPO PIQUER



**Criterio 1. ASPECTOS GENERALES****C.1.1. DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE DE LA ORGANIZACIÓN****COMPROMISO DE LA ORGANIZACIÓN  
CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

D. Miguel Ángel Heredia García, con DNI 17.858.309M, en calidad de representante de la empresa Grupo Piquer (Estudios Zaragoza, S.L) con C.I.F. B50323120, y domicilio en c/ Luis Vives, 4-6 de Zaragoza, según poderes otorgados, declaro que la entidad a la que represento se compromete a aplicar de forma voluntaria en su gobierno y gestión, en su estrategia, y en sus políticas y procedimientos, los valores y códigos éticos relacionados en el presente documento, que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que derivan de sus acciones.

Asimismo declaro que dicha entidad está al corriente en las obligaciones con Hacienda y con la Seguridad Social, y no se encuentra en ninguno de los supuestos de prohibición para contratar con el sector público o para recibir subvenciones de las Administraciones Públicas.

En Zaragoza, a 05 de septiembre de 2019.

**Firma**



## PRINCIPIOS DEL PLAN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE ARAGÓN

### 1.- TRANSPARENCIA

Ser una organización ejemplar y transparente en el ejercicio de su actividad. Con un cumplimiento inexcusable de la legalidad, que implica la obligación sin excepciones de cumplir con la legislación y la normativa interna que, en cada caso, resulte aplicable a las actividades de la Empresa. Para ello, se promoverá una estructura de Gobierno Corporativo robusto que asegure la profesionalidad e integridad en la toma de decisiones y en sus actuaciones.

### 2.- SOSTENIBILIDAD

Se incorporarán de forma activa criterios ambientales, sociales y de Buen Gobierno en los procesos, productos y servicios de la empresa, teniendo en cuenta los impactos que genera en la sociedad y, por tanto, en el comunidad en el que opera. Contribuyendo de esta manera a la sostenibilidad de la propia organización y al desarrollo de las sociedades en las que se practican. Se establece un diálogo con los interlocutores y se adquieren compromisos con nuestros grupos de interés.

### 3.- RESPETO A LAS PERSONAS EMPLEADAS

Se promoverán en todo momento unas relaciones profesionales basadas en el respeto a la dignidad de los demás, colaboración, equidad y comunicación, que propicien un buen ambiente profesional. Se realizarán actuaciones orientadas a:

- Fomentar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral
- Promover la seguridad, salud e higiene en el trabajo, conforme a la legislación de prevención de riesgos laborales y las mejores prácticas en la materia.
- Asegurar un ambiente de trabajo libre de acoso en cualquiera de sus manifestaciones (laboral, sexual y/o por razón de sexo).
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.
- Promover la aplicación efectiva de la igualdad entre mujeres y hombres, garantizando en el ámbito laboral las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional.
- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.
- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de las personas empleadas.
- Vincular la retribución y promoción de las personas empleadas a sus condiciones de mérito y capacidad.

### 4.- EXCELENCIA EN LA GESTIÓN Y ORIENTACIÓN AL CLIENTE

Apostamos por la excelencia en la gestión y la mejora continua para prestar los mejores servicios a nuestros clientes en base a una relación de confianza y credibilidad. Las actuaciones con nuestros clientes irán orientadas a:

- Ofrecer a los clientes productos o servicios que se adecúen a sus características y necesidades.
- Claridad en la comercialización de los productos de forma que el cliente entienda su contenido, beneficios, riesgos y costes.

- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.
- Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente.
- No ofrecer beneficios o ventajas a unos clientes en perjuicio de otros.

Así mismo, por ser una garantía para el consumidor, una vía rápida y gratuita de solución de conflictos y una alternativa eficaz al procedimiento judicial, nos comprometemos a adherirnos al Sistema Arbitral de Consumo (Aplicable sólo en el caso de venta directa al consumidor).

## 5.- RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES

Para todas las personas de la empresa y en concreto para aquellos que intervienen en la selección o decisión sobre la contratación de suministros o servicios o la negociación de las tarifas u otras condiciones, se exigirá una relación con los proveedores ética y responsable, evitando cualquier interferencia que pueda afectar a la imparcialidad en esta materia. En este sentido se promoverá:

- Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.
- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.

## 6.- RESPETO AL MEDIOAMBIENTE

Se fomenta el respeto por el entorno mediante la puesta en marcha de actuaciones referentes al control y consumo responsable de recursos naturales, la minimización del impacto ambiental, o el impulso de las tecnologías limpias, entre otras. Entre las medidas señalar:

- Acciones encaminados a la prevención y gestión de aspectos medioambientales: la lucha contra la contaminación atmosférica, la contaminación de las aguas, la contaminación del suelo y aguas subterráneas, la contaminación acústica, la prevención y la correcta gestión de residuos, etcétera.
- Medidas de protección de la biodiversidad que aseguren la calidad ambiental, especialmente para actuar sobre la emisión de gases de efecto invernadero.

## RESULTADOS:

N/A

## ACCIONES:

Incluidas dentro del mensaje / declaración.

## BUENAS PRÁCTICAS:

- Participación en premios y reconocimientos que sitúen a Grupo Piquer como organización puntera en gestión, innovación, inversión social y transparencia (EFQM, Consumo, CEX, Buenas prácticas contra el acoso de IAJ).
- Piquer TV como canal de comunicación para la gestión de la RSC.

## C.1.2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### ENFOQUES:

En este apartado se aportará información que permite caracterizar la Organización (G4-3, G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-18, G4-28, G4-30, G4-31):

Razón Social:	Estudios Zaragoza, S.L.
Dirección:	Luis Vives, 4-6
Dirección web:	www.grupopiquer.com
Nombre del Alto cargo:	Miguel Ángel Heredia García
Datos de contacto con la Organización:	David Ariño Gil
Fecha de adhesión al programa RSA:	2015
Sector:	Enseñanza no reglada
Actividad, principales marcas, productos y/o servicios:	Enseñanza preuniversitaria y universitaria, formación ocupacional y consultoría a empresas
Desglose de Grupos de Interés:	Clientes, mercado-sociedad, personas, accionistas-organización, alianzas-proveedores.
Criterios que se han seguido para identificar los Grupos de Interés:	Análisis de MVV, MIR, DAFO, factores críticos de éxito, y objetivos estratégicos desde 2008 para su identificación, y contacto directo con cada uno de ellos.
Países en los que está presente (donde la entidad tiene la mayor parte de su actividad) y mercados servidos:	España
Alcance del Informe y sus posibles limitaciones, si existen:	Todas las actividades de Grupo Piquer
Como se está difundiendo el Informe Avanza RSA:	Página web, Redes Sociales (Facebook, LinkedIn, Twitter...), intranet, charlas/conferencias, documentación impresa y reuniones de equipo
Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo:	Ganador Nacional Premio CEX a las buenas prácticas en Comunicación.  Finalista Premios ADEA al Director General de Grupo Piquer por su trayectoria.
Periodo cubierto por la información contenida en la memoria:	2016-2018
Ciclo de presentación del Informe Avanza RSA:	Anual

### RESULTADOS:

Identifique los resultados de las principales magnitudes de la Organización.

Si se dispone de información de al menos los tres últimos años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Valoración media encuestas de satisfacción	9	9	9.04
Evolución de número de clientes	2.865	3195	3020
Número de empleados por contrato laboral(temporales) y sexo	52 (19 hombres y 33 mujeres)	63 (21 hombres y 41 mujeres)	85 (29 hombres y 56 mujeres)
Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo	19 (11 hombres y 8 mujeres)	19 (11 hombres y 8 mujeres)	23 (11 hombres y 12 mujeres)
Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno	0	0	0
Apariciones en medios de comunicación	118	121	102
Valoración de sociedad de Labor Social	8.9	8.4	8.1
Cumplimiento de objetivos medioambientales	100%	100%	100%

## C.1.3. INTEGRACIÓN EN LA ESTRATEGIA DE LOS RETOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES

### ENFOQUES:

Descripción de las principales líneas estratégicas de la Organización (G4-2).

Descripción de cómo se integra el Plan de RSC de la Organización en la Estrategia de la misma (en caso de que exista definido un Plan de RSC).

- Definición de MVV que contempla valores de responsabilidad social (La total satisfacción de nuestros clientes como objetivo primordial de cada día; Política de recursos humanos basada en el trabajo en equipo y atendiendo al respeto y la colaboración; Labor social de apoyo a la enseñanza reglada a través de acciones encaminadas a paliar el fracaso escolar; Mejora curricular e inserción laboral de nuestros alumnos a través de una formación integrada y continua; La trasmisión de valores en los ámbitos educativo, empresarial y social; Mejora continua de nuestro desempeño Ambiental, previniendo la contaminación en todas las actividades y servicios desarrollados y asegurando el cumplimiento de todos los requisitos legales, y otros requisitos, de naturaleza ambiental).
- Derivados de MVV se establecen unos factores críticos de éxito que se concretan en unos objetivos a tres años, definidos en una anualidad y con un plan de acción. Todo ello, a partir del Mapa de Información Relevante, que incluye aspectos en materia de responsabilidad social y se segmenta por grupos de interés.
- Establecimiento de retos y metas en el cuadro de indicadores, que contemplan varios específicos para RSC (acciones dirigidas a sectores desfavorecidos, número de personas insertadas en el mercado laboral...); matriz de materialidad.

### RESULTADOS:

Identifique los objetivos fijados para cada una de las líneas estratégicas, así como el estado de situación de las mismas en el ejercicio actual.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres últimos años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

- A continuación se detallan una serie de objetivos y resultados de una serie de indicadores, si bien la organización cuenta con alguna más y con más años de registro.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Satisfacción media de los clientes	Objetivo: 8.53	Objetivo: 8.53	Objetivo: 8,45
	Resultado: 9	Resultado: 9	Resultado: 9,04
Defectos en la prestación del servicio	Objetivo: 0	Objetivo: 0	Objetivo: 0
	Resultado: 0	Resultado: 0	Resultado: 0
Reclamaciones	Objetivo: 0	Objetivo: 0	Objetivo: 0
	Resultado: 0	Resultado: 0	Resultado: 0
Prácticas laborales	Objetivo: 50%	Objetivo: 50%	Objetivo: 50%
	Resultado: 81%	Resultado: 68%	Resultado: 68%
Inserción laboral	Objetivo: 4%	Objetivo: 4%	Objetivo: 4%
	Resultado: 39,13%	Resultado: 47%	Resultado: 29,63%
Media de satisfacción en las personas	Objetivo: 8.5	Objetivo: 8.5	Objetivo: 8.5
	Resultado: 8.1	Resultado: 8.3	Resultado: 8.4
Participación hombres y mujeres	Objetivo: 50%	Objetivo: 50%	Objetivo: 50%
	Resultado: 57,75%	Resultado: 60,49%	Resultado: 60,49%
Porcentaje de mujeres en puestos de responsabilidad	Objetivo: 55%	Objetivo: 55%	Objetivo: 55%
	Resultado: 55,56%	Resultado: 55,56%	Resultado: 65,88%
Asistentes a programa de escuela activa	Objetivo: 960	Objetivo: 960	Objetivo: 1000
	Resultado: 1356	Resultado: 1724	Resultado: 1318
Aparición en medios de comunicación	Objetivo: 120	Objetivo: 120	Objetivo: 100
	Resultado: 118	Resultado: 144	Resultado: 102
Valoración de la ciudadanía en labor social	Objetivo: 8.3	Objetivo: 8.3	Objetivo: 8.3
	Resultado: 8.4	Resultado: 8.4	Resultado: 8.1
Planes formativos dirigidos a sectores desfavorecidos	Objetivo: 12	Objetivo: 12	Objetivo: 12
	Resultado: 15	Resultado: 14	Resultado: 14
Logros medioambientales	9 objetivos alcanzados sobre 9 posibles fijados	9 objetivos alcanzados sobre 9 posibles fijados	9 objetivos alcanzados sobre 9 posibles fijados

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados estratégicos.

Se han establecido planes de acción en 2018 orientados a alcanzar los objetivos definidos por Dirección en materia social. Algunos de ellos son:

- Consecución de alta satisfacción de los clientes, con valoración segmentada por producto.
- Medición de clima laboral y planes de acción en consecuencia.
- Gestión de prácticas laborales de los alumnos del área de formación.
- Inserción laboral de alumnos.
- Jornada Retos en la Educación, IX edición.
- Charlas Escuela Activa: acuerdo con Ibercaja y Corte Ingles entre otras entidades; y colegios como Marianistas de Bajo Aragón.
- Plan de presencia en medios de comunicación.
- Tarjetas de visita de Piquer TV.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Piquer TV: el formato audiovisual en la comunicación (finalista en Premios CEX Comunicación a nivel nacional 2016).
- Estrategia de comunicación y marketing (Premios SchoolMars y Marketing and Schools).



## C.1.4. ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

### ENFOQUES:

Descripción del proceso, grupos de interés consultados y resultados obtenidos en el análisis de materialidad realizado por la Organización para conocer aquellos aspectos que se han identificado como materiales (G4-24, G4-25, G4-26, G4-27).

- Grupo Piquer destaca como información relevante lo que puede suponer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, de tal manera que llegara a afectar a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente comprometiendo a las futuras.
- De todo el proceso estratégico se obtienen conclusiones para identificar y revisar los grupos de interés. Dirección ha realizado ya cuatro planes trianuales (desde 2008), que han permitido otorgar a todo el proceso una sólida madurez gracias a las continuas revisiones.
- Matriz de materialidad: revisión anual.
- El análisis de toda la información se realiza a través del mapa de información relevante en donde quedan reflejados los siguientes grupos de interés:

#### Grupos de Partes Interesadas

PARTE INTERESADA
1- CLIENTES
2- MERCADO-SOCIEDAD
3- PERSONAS
4- ACCIONISTAS-ORGANIZACIÓN
5- ALIANZAS-PROVEEDORES

#### Segmentos de Grupos de Partes Interesadas

P.I.	Segmento
1- CLIENTES	ADMINISTRACIÓN
1- CLIENTES	ALUMNOS
1- CLIENTES	FAMILIAS
1- CLIENTES	EMPRESAS
2- MERCADO-SOCIEDAD	ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
2- MERCADO-SOCIEDAD	SECTOR
2- MERCADO-SOCIEDAD	SOCIEDAD
2- MERCADO-SOCIEDAD	MEDIOAMBIENTE
2- MERCADO-SOCIEDAD	TECNOLOGÍA
3- PERSONAS	PERSONAS
4- ACCIONISTAS-ORGANIZACIÓN	ACCIONISTAS-ORGANIZACIÓN
5- ALIANZAS-PROVEEDORES	ALIANZAS
5- ALIANZAS-PROVEEDORES	PROVEEDORES

- La consulta y comunicación con dichos grupos de interés es permanente: reuniones, encuestas, jornadas, redes sociales, evaluaciones...
- En su política y estrategia confluyen indicadores claves para los objetivos de la organización y que resultan relevantes para los grupos de interés.
- Para precisar la materialidad de la información, se tienen en cuenta factores internos (valores, opiniones de las personas, clientes, competencias, riesgos) y externos (legislación, riesgos, mercados); con todo ello se realiza/revisa de manera anual la matriz de materialidad.
- El proceso se desarrolla en tres fases que combinan los factores referidos:
  - Primero: identificación de las principales tendencias y las prácticas sostenibles más relevantes en el sector. Con ello se obtiene la versión básica de la matriz de materialidad.
  - Segundo: se tiene en cuenta la matriz de riesgos elaborada internamente por Dirección en la que se analizan las distintas tipologías de los mismos: estratégico, operativo, conocimiento/competencias, financiero y legislación.
  - Los indicadores que presentan una valoración de 7 o superior se incorporan al cuadro de indicadores anual. Además todos ellos quedan registrados en el CMI de manera específica para poder realizar un seguimiento de los específicos de RSA.

## RESULTADOS:

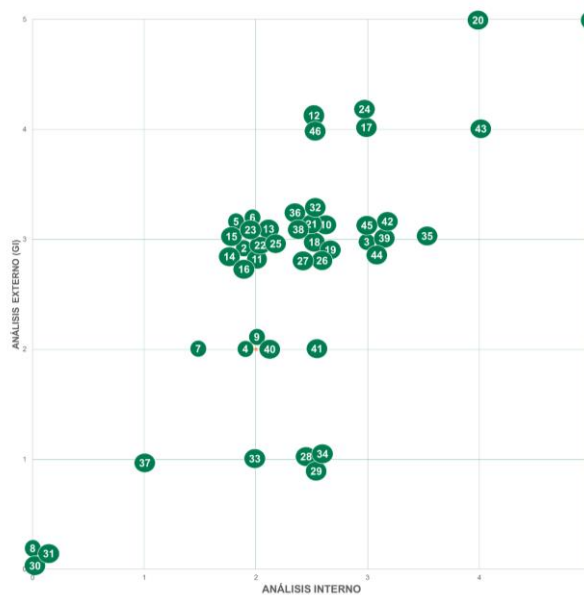
Identifique los resultados que apliquen al análisis de materialidad desarrollado por la organización, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos también.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº de participantes en el proceso de análisis de materialidad	4.588	6.041	6.493
Aspectos valorados para el análisis de materialidad	46	46	46
Indicadores de CMI vinculados a RSA	20	20	20

MATRIZ DE PRIORIZACIÓN



## ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados en el análisis de materialidad.

- Revisión de matriz de materialidad.
- Mejoras en la encuesta de clima para aumentar el alcance y llegar a todo el equipo.
- Encuesta a sociedad sobre Grupo Piquer.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para incrementar mejorar el proceso de análisis de materialidad, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Realización de encuestas a la sociedad (en jornadas temáticas, al público directamente...).
- ERP para la medición de la satisfacción de los clientes que agiliza análisis y garantiza anonimato.

## C.1.5. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

### ENFOQUES:

Identificación de los grupos de interés de la Organización. Descripción de sistemáticas implantadas para la participación de los grupos de interés, así como las consecuencias / uso que se hace de los resultados / conclusiones obtenidas de dicha participación (G4-24, G4-26).

- Grupos de interés: clientes, mercado-sociedad, personas, accionistas-organización, alianzas-proveedores.
- Toda la información obtenida en el proceso se incluye en el mapa de información relevante, a partir del cual se fija toda la estrategia de la organización, a corto, medio y largo plazo, tanto en clientes, productos, innovación, procesos o personas.
- La sistemática implantada para la participación de los grupos de interés se adecua a cada uno de ellos:
  - Clientes: encuesta anónima de satisfacción a la totalidad de los clientes. Reuniones periódicas de responsables (incluida Dirección) para abordar en profundidad aspectos de satisfacción. Además acciones concretas para determinados temas que queremos conocer, como Opina y Consume Gratis en 2015 por mail y en 2016 por WhatsApp.
  - Mercado-sociedad: encuestas anuales para conocer opinión; información extraída a través de las redes sociales (impacto, respuestas, seguimiento de vídeos, etc.), medición de impacto de temas abordados en charlas gratuitas e intervenciones directas de los participantes, relaciones de benchmarking.
  - Personas: encuesta de clima a la totalidad de los trabajadores. Además de manera anual se realiza un sondeo para que ellos determinen cuáles son los atributos que consideran importantes a la hora de medir dicha satisfacción. Reuniones individuales, de equipo y jornadas anuales con toda la plantilla.
  - Accionistas-organización: accionariado siempre presente en todo el proceso de decisión y estrategia, preside el Comité Directivo, el Comité de Gestión Integrada de Gestión y es el Presidente de Fundación Piquer.
  - Alianzas-proveedores: se realiza una evaluación tanto de alianzas como de proveedores de manera anual, de cuyo resultado se informa en una reunión individual a cada responsable. En dicha reunión se abordan también los objetivos y expectativas que la organización tiene en cuanto a Grupo Piquer.

### RESULTADOS:

Identifique los resultados que apliquen a la participación de los grupos de interés, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos también.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Participación de Clientes	3.136	4.205	5035
Participación de Mercado-sociedad	1356	1724	1318
Participación de Personas	71	81	108
Participación de Alianzas-proveedores	25	31	32

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados en el análisis de materialidad.

- Revisión de matriz de materialidad.
- Mejoras en la encuesta de clima para aumentar el alcance y llegar a todo el equipo.
- Encuesta a sociedad sobre Grupo Piquer.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para incrementar mejorar el proceso de análisis de materialidad, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Realización de encuestas a la sociedad (en jornadas temáticas, al público directamente...).
- ERP para la medición de la satisfacción de los clientes que agiliza análisis y garantiza anonimato.

## C.1.6. GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN

### ENFOQUES:

Descripción de los órganos de Gobierno existentes en la Organización así como su composición y funciones. (G4-34)

Descripción de los procesos de evaluación y retribución que aplican a los órganos de Gobierno (G4-44, G4-51).

Comité Directivo.

- Integrantes permanentes: Director General y Director de Piquer.
- Participantes periódicos: Directora de Área de Formación, Director de Área de Enseñanza, Directora de Administración, Directora de Dpto Atención al Cliente.
- Funciones:
  - Define y aprueba la política y estrategia de la organización: MVV, FCE, MIR, DAFO, objetivos a tres años, anuales y planes de acción.
  - Analiza y concreta la materialidad y los grupos de interés.
  - Analiza los riesgos.
  - Elabora y controla los presupuestos anuales.
  - Revisa la totalidad de los indicadores del CMI.
  - Analiza las necesidades y provee de los medios y recursos, tanto técnicos como humanos, necesarios para definir, implantar y actualizar permanentemente la política y estrategia.
  - Aprueba la gestión y política de RRHH.

Comité de Gestión Integrada.

- Integrantes: Director General y Presidente del Comité de Calidad; Director de Piquer; Responsable de Medio Ambiente; Directora del Departamento de Atención al Cliente y Secretaria del Comité de Calidad.
- El Comité de Calidad y Medio Ambiente es el máximo órgano consultor del equipo directivo de Grupo Piquer. Entre otras las funciones principales del Comité son:
  - Realizar un seguimiento del cuadro de mandos integral y de los indicadores asignados.
  - Efectuar el seguimiento específico periódico de los objetivos e indicadores de Calidad y Medio Ambiente, comprobando su cumplimiento y planteando las medidas adecuadas, en caso de observarse desviaciones.
  - Revisar, al menos anualmente, el Sistema de Gestión Integrada de Calidad y Medio Ambiente para verificar su adecuación y eficacia.
  - Analizar la información generada por el Sistema de Gestión Integrada de Calidad y Medio Ambiente al objeto de establecer las causas que originan o pueden originar no conformidades, reclamaciones de clientes y determinar la necesidad o no de establecer acciones correctivas.
  - Introducir los recursos didácticos, técnicos, informáticos y humanos necesarios para cada uno de los programas.
  - Analizar los resultados de las auditorías internas y/o externas realizadas.
  - Seguimiento de las actividades formativas.
  - Análisis de las conclusiones y/o temas pendientes de anteriores reuniones.
  - Revisar el Plan de Comunicación, anualmente.
  - Analizar la gestión Ambiental de la empresa (identificación/ evaluación de Aspectos Ambientales, cumplimiento de requisitos legales, situaciones de emergencia de naturaleza Ambiental y control/ seguimiento de los Aspectos Ambientales).

## RESULTADOS:

Identifique los resultados que apliquen al Gobierno de la Organización, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos también.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Composición Comité Directivo	6 personas	6 personas	6 personas
Composición de Comité de Gestión Integrada.	4 personas	4 personas	4 personas
Antigüedad en el ejercicio en el órgano de gobierno	2 x 2 hombres: más de 10 años.	2 x 2 hombres: más de 10 años.	2 x 2 hombres: más de 10 años.
Sexo de los integrantes	2 hombre: más de 2 años	2 hombre: más de 2 años	2 hombre: más de 5 años

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora del Gobierno de la Organización.

- Mejora del sistema de gestión de cuadro de mandos integral.
- Mejora del sistema de gestión de proveedores.
- Mejora en el sistema de control de gastos
- Revisión de matriz de materialidad.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- DAFO diacrónico.

## C.1.7. EXISTENCIA DE PLANES DE RSC, ACTUACIÓN, SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

### ENFOQUES:

Explicación del enfoque de la RSC en la Organización, así como los documentos que soporten la misma (política de RSC, Plan, etc...)

Descripción de los compromisos y retos asumidos por la Organización, así como una rendición de cuentas del estado de cada uno de ellos.

- 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 (detallados en sus estatutos) 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.
- Ese Plan de Actuación se encuentra integrada en la política y estrategia de Grupo Piquer, para el que se realiza el correspondiente seguimiento a través de los procedimientos habituales: objetivos, planes de acción, cuadro de indicadores, benchmarking, etc.
- Fundación Piquer tiene su propia contabilidad de la que se realiza un seguimiento dentro del Grupo y además independiente y específico.
- Contabilidad separada: para determinados programas se lleva a cabo una contabilidad separada, como es el caso de los Talleres de Empleo o de la formación dirigida a trabajadores en búsqueda activa de empleo y planes de formación de trabajadores.

### RESULTADOS:

Identifique los resultados que apliquen al Plan / Enfoque asumido por la Organización en el ámbito de la Responsabilidad Social, así como de otros indicadores que la Organización suscriba para medir su evolución.

Si se dispone de información de al menos los últimos tres años, aportarla justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos también.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Planes formativos dirigidos de manera específica a sectores desfavorecidos	15	14	14
Alumnos a los que se ha facilitado inserción	39.30%	58%	69
Alumnos a los que se les buscan prácticas no laborales	52	82	170
Alumnos a los que se les acoge para no laborales	24	29	40
Valoración de la sociedad sobre labor social	8.5	8.4	8,1
Alumnos formados	3.136	4.205	5.035

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora del Plan de Responsabilidad Social.

- PrevenGo: ampliación de impacto y contenidos.
- Plan de inserción PIMEI, dirigido a sectores más desfavorecidos.
- Búsqueda de alianzas para becas y patrocinios de causas solidarias.

## **BUENAS PRÁCTICAS:**

Indique, si existen, buenas prácticas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Fundación Piquer: Acciones encaminadas a sectores desfavorecidos; planes de inserción, campaña de juguetes; PrevenGo, formación de emprendedores (AJE), ciclos de charlas...



## Criterio 2. CLIENTES

### ENFOQUE GLOBAL

Indique y describa el enfoque global para la gestión del grupo de interés: Clientes. (G4-4, G4-8)

- Se establecen medidas de percepción e indicadores de rendimientos segmentados por productos, para los que se fijan unos objetivos y un benchmarking tanto de procesos como de resultados siempre que es posible (ver ficha de proceso de Benchmarking).
- Desde sus orígenes Grupo Piquer ha establecido como factor crítico de éxito la satisfacción en la prestación del servicio, medida a través de los siguientes parámetros: atención y administración, organización, prestación del servicio e instalaciones.
- Conseguir unos resultados excelentes en porcentaje de aprobados, tomando este dato como un indicador clave para la medición de la satisfacción postventa.
- Realizar un apoyo tutorizado más allá de la fecha de contratación del servicio, para lo que se establecen diferentes servicios sin coste para el cliente: orientación, inserción, formación específica, charlas, etc.
- Establecer un sistema de seguimiento y medición que elimine los defectos en la prestación de servicios, fomentando las acciones preventivas para evitar las correctivas.
- La claridad en las condiciones contractuales es otro distintivo de Grupo Piquer. Por ello todo cliente recibe, acepta y firma el contrato de prestación de servicios en el momento de contratar.
- Reconocimientos externos: Dirección busca avalar con reconocimientos o certificaciones externas la profesionalidad y calidad en la gestión. Por ello cuenta con Certificación en ISO 9001 y 14001 y Sello Excelencia Aragón Empresa del Instituto Aragonés de Fomento, como empresa fundadora.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Entrega de horario personalizado en todas las actividades preuniversitarias	Realizado	Totalmente implantado con normalidad en dic-18

### NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Revisión y mejora del sistema de comunicación y seguimiento de los servicios tutorizados.

## C.2.1. SATISFACCIÓN DE CLIENTE

### ENFOQUES:

Indique los procesos y/o proyectos implantados en la Organización para conocer la satisfacción de los clientes e identificar las mejoras de servicio.

Se recoge la opinión sobre el servicio prestado a de todos los clientes, que cumplimentan un formulario de satisfacción cuando ha finalizado. El formato de los mismos varía en función de las características de cada uno pero básicamente se articula en los siguientes ejes:

- Cómo valora la atención de secretaría (valorada de 1 a 10).
- Cómo considera las instalaciones (valorada de 1 a 10).
- Cómo valora la calidad del profesorado (valorada de 1 a 10).
- Cómo valora la organización (valorada de 1 a 10).

Para todos ellos se fijan objetivos fijados segmentados por producto, para cuya desviación se articularán acciones de mejora o correctivas y se establece un benchmarking con los mejores competidores.

Cada año además se determina a través de encuestas directas a los clientes cuáles son los atributos más importantes para ellos a la hora de contratar un servicio como el que Grupo Piquer ofrece. De igual modo la calidad del servicio se evalúa por clientes externos que quieren evaluar con criterios propios (INAEM fundamentalmente).

Además contamos con un Departamento de Atención al Cliente desde hace más de 25 años, que media, gestiona y resuelve las posibles divergencias entre organización y cliente en la prestación del servicio. En este sentido Grupo Piquer se encuentra adherido al Sistema Arbitral de Consumo.

También se miden los siguientes indicadores de rendimiento con sus correspondientes objetivos anuales:

- Reclamaciones de clientes.
- Porcentaje de aprobados.
- Prácticas e inserción laboral.
- Defectos en prestación de servicios.
- Fidelidad.
- Recomendaciones efectivas.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la satisfacción de los principales segmentos de clientes. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
% de insatisfacción global y por atributo valorado	0.00%	0.00%	0.00%
Satisfacción media	8,87/10	8.96/10	9,04/10

## ACCIONES:

Indique las acciones impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de los mecanismos y procesos para conocer la satisfacción de sus clientes.

- Planificación de doble encuesta en línea y presencial para algunos programas específicos como Aragón Habla Inglés e intervención personal del Subdirector General en todos y cada uno de los más de 70 grupos.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas mecanismos y procesos para conocer la satisfacción de sus clientes, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Eventos de contacto con empresas para detección de necesidades formativas reales.
- Tarjeta Soy Piquer.

## C.2.2. INNOVACIÓN EN LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

### ENFOQUES:

Indique los procesos y/o proyectos implantados en la Organización para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y mercado.

Indique si la organización comercializa productos para colectivos específicos.

El Comité Directivo de Grupo 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:

- Seminarios formativos gratuitos que sirven de muestreo para captación de necesidades.
- Jornada anual Retos.
- Tarjeta de visita Piquer TV: entrevista directa con posibles clientes.
- Cuestionarios de captación de necesidades.
- Testeos a nuestros alumnos universitarios sobre el interés que podrían despertar nuevos productos.
- Información y datos disponibles en nuestro ERP sobre alumnos que no llegan a contratar un servicio.
- Medición de impacto de contenidos en redes sociales.
- Encuestas de satisfacción de clientes.
- Estudio y análisis de competencia y productos en el mercado.
- Alianzas externas.
- Departamento de Atención al Cliente y buzones de sugerencias (presenciales y por internet).

Además de esta información recopilada directamente de los clientes (actuales y potenciales) y mercado, dado que la relación más directa con los alumnos 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.
- 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.
- Creación del departamento de innovación y nuevos proyectos en 2014.
- Objetivo y seguimiento para nuevas ideas de la plantilla segmentadas por área y que serán remuneradas.

Cada tres años el Comité Directivo establece unos objetivos a tres años partiendo del Mapa de Información Relevante, DAFOS, análisis de riesgos, etc. Estos objetivos se concretan cada año y conllevan el desarrollo de unos planes de acción para los que se establecen recursos.

Grupo Piquer ofrece productos concretos a colectivos específicos. A continuación se detallan los de 2018:

CREACIÓN Y GESTIÓN DE MICROEMPRESAS	Desempleados con dificultades de inserción	2018
ACTIVIDADES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA - A	Desempleados con dificultades de inserción	2018
ACTIVIDADES DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA - B	Desempleados con dificultades de inserción	2018
MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL - A	Desempleados con dificultades de inserción	2018
MARKETING Y COMPRAVENTA INTERNACIONAL - B	Desempleados con dificultades de inserción	2018
GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN - A	Desempleados con dificultades de inserción	2018
GESTIÓN DE MARKETING Y COMUNICACIÓN - B	Desempleados con dificultades de inserción	2018
DINAMIZACIÓN DE ACTIVIDADES DE TIEMPO LIBRE EDUCATIVO INFANTIL Y JUVENIL	Desempleados con dificultades de inserción	2018
DOCENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL PARA EL EMPLEO	Desempleados con dificultades de inserción y trabajadores priorizados (zonas rurales)	2018
PICE	Capacitación competencias básicas para alumnos de baja cualificación	2018
Cruz Roja	Jóvenes con dificultades de inserción y pocos recursos	2018
Inserta	Colectivos con discapacidad	2018
Red.es	Jóvenes con dificultades de inserción	2018

## RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la innovación en los productos y servicios. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº de productos/ servicios nuevos puestos en el mercado	35	54	41
% de productos / servicios revisados / evaluados	100%	100%	100%

## ACCIONES:

Indique las acciones impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus productos y servicios con las expectativas y necesidades de sus clientes y mercado.

- Programa de escuela activa fuera de Aragón, fundamentalmente La Rioja y Guadalajara.
- Sistematización del programa anual de charlas y conferencias sobre posibles productos que reflejan el interés en el mercado, con la participación de colaboradores externos.
- Tarjeta de visita de Piquer TV.

## **BUENAS PRÁCTICAS:**

Indique, si existen, buenas prácticas para la revisión y mejora de los productos y servicios, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Programa anual de charlas y conferencias sobre posibles productos que reflejan el interés en el mercado.
- Tarjeta de visita de Piquer TV

## C.2.3. CALIDAD DEL SERVICIO

### ENFOQUES:

Indique los procesos y/o proyectos implantados en la Organización para la comercialización, distribución de los productos / servicios y el servicio postventa ofrecido a sus clientes.

La comercialización o distribución de servicios se planifica de manera anual en un plan de marketing anual como resultado de todo el proceso de planificación estratégica: objetivos a tres años partiendo del Mapa de Información Relevante, DAFOS, análisis de riesgos, etc. Estos objetivos se concretan cada año y conllevan el desarrollo de unos planes de acción a los que se asignan recursos).

Los ejes de actuación más relevantes son los que se detallan a continuación, para los que se establece un calendario anual a principio de ejercicio en función de los objetivos estratégicos:

- Temporalización de comercialización de productos.
- Pantallas en punto de venta.
- Puntos de difusión of line.
- Publicación en redes.
- Publicación en web.
- Campañas de visitas comerciales.
- Publicaciones en medios de comunicación: radio y prensa.
- Anuncios en prensa.
- Charlas y eventos.
- Presencia en ferias.

Además, en 2014 se creó el Departamento de Comunicación, entre cuyas funciones se encuentra la de crear una imagen de marca única y aplicable a cualquier formato. Será el responsable de validar los diseños comerciales y que sean acordes a dicha imagen.

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.
- Difusión de logros obtenidos por antiguos alumnos.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la calidad del servicio prestado a sus clientes. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Satisfacción cliente segmentado	Excel específicas segmentadas por productos	Excel específicas segmentadas por productos	Excel específicas segmentadas por productos
Nº de reclamaciones atendidas	0	0	0
% de reclamaciones resueltas	100%	100%	100%
A favor del cliente	0	0	0
Por tipo de reclamación	0	0	0
Importe de multas	0	0	0

## ACCIONES:

Indique las acciones impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de la puesta en el mercado de los productos o servicios y de su servicio postventa.

- Videoblog: grabación de información y difusión del servicio prestado en programas concretos como colegio de verano, Navidad o Semana Santa.
- Mentor: programa de apoyo y asesoramiento para emprendedores.
- Mediación: para exalumnos de un perfil que aconseja intervención en el terreno de la mediación.
- PIMEI de inserción para alumnos del plan de desempleados.
- Planificación de medición de satisfacción específico para el programa Aragón Habla Inglés.
- Creación de la figura de una persona responsable de coordinación que sirva de referencia para el alumnado y a quien puedan preguntar cuantas dudas de itinerario curricular tengan.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en la puesta en el mercado de los productos y de su servicio postventa, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Videoblog de difusión de servicios prestados.



## C.2.4. TRANSPARENCIA INFORMATIVA SOBRE EL PRODUCTO O SERVICIO

### ENFOQUES:

Indique los procesos y/o proyectos implantados en la Organización para asegurar y facilitar información transparente sobre los productos y servicios.

- 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.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la transparencia en la información. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº de reclamaciones atendidas	0	0	0
% de reclamaciones resueltas	100%	100%	100%

### ACCIONES:

Indique las acciones impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de la información proporcionada sobre los productos y/o servicios comercializados.

- Videoblog sobre Colegio de Verano, Navidad y Semana Santa.
- Jornadas de puertas abiertas.
- Charlas y seminarios en Zaragoza, Huesca, Teruel (capital, comarcas y pueblos) así como en Guadalajara, Logroño o Madrid.
- Publicaciones en prensa.
- Alianzas para difusión.
- Difusión de firmas de acuerdos con alianzas.
- Participación en medios de comunicación para abordar temas de interés formativo, educativo y de gestión empresarial.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para garantizar la transparencia de la información proporcionada sobre los productos y/o servicios comercializados, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Campañas concretas de difusión y acercamiento a los clientes del Departamento de Atención al Cliente para evitar que derive en un Departamento de Quejas y Reclamaciones.
- Videoblog sobre la prestación del servicio para los clientes.

## Criterio 3. PERSONAS

### ENFOQUE GLOBAL

Indíquenos los Enfoques globales adoptados en relación con la gestión de las personas y que son el marco de referencia para los compromisos específicos asumidos en cada apartado; igualdad de oportunidades y no discriminación, fomento de la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, la formación, y fomento de la empleabilidad y aseguramiento de la Seguridad y salud.

La política de RRHH de Grupo Piquer se revisa anualmente en las reuniones del Comité Directivo para hacerla confluir con la estrategia y se articula en torno a los siguientes ejes:

- Se establecen medidas de percepción e indicadores de rendimientos que permiten medir y mejorar determinados valores claves en la gestión de las personas.
- Gestión por competencias: la política de RRHH se estructura de acuerdo a una gestión por competencias (selección, valoración de puesto, promoción, formación...).
- Proceso de selección: se lleva a cabo desde un ERP específico basado en la selección de competencias, que en todo momento garantiza la igualdad de oportunidades sin discriminación por género, raza, sexo o condición personal.
- Acogida: a todos los trabajadores se les entrega un Manual de Acogida que explica la política de RRHH.
- Retribución: existe una retribución fija y otra variable por cumplimiento de objetivos y valoración de puesto de trabajo. Además se establece un plan de carrera para la promoción interna.
- Fomento de la conciliación: los erp están orientados al teletrabajo, lo que favorece la conciliación de la vida laboral y familiar, además se posibilita que determinadas tareas se puedan llevar a cabo desde casa (proyectos, elaboración de contenidos, etc.). Además se arbitran soluciones para propuestas concretas que solicitan unos horarios determinados o una jornada específica que permita adaptarse a las preferencias de cada persona. También se ofrece la posibilidad de ubicar a los hijos en la propia empresa en determinados periodos y horas.
- Formación interna: una vez fijados los objetivos anuales (derivados de los estratégicos a tres años y de los factores críticos de éxito), se establece un plan de formación, alineado con el desarrollo de las competencias necesarias para el cumplimiento de las metas, que alcanza a la totalidad del equipo.
- Políticas y métodos de garantía de equidad de sexos: en todo momento Dirección garantiza la política de equidad; se continúa trabajando en un Plan de igualdad.
- Voz de personal: Dirección contempla una metodología para recabar las opiniones del personal, el canal más habitual es la encuesta de clima, realizada al 100% de la plantilla de manera anónima por un ERP específico.
- Representación sindical: la plantilla cuenta con representación sindical, elegida por votación por los propios trabajadores.
- Aseguramiento de la Seguridad Laboral: la organización cuenta con Plan de Prevención de Riesgos Laborales y vela para que la siniestralidad se mantenga en los niveles históricos y actuales de 0 accidentes.
- Empleabilidad: Piquer cuenta con una política de prácticas laborales que ofrece la posibilidad de validar los contenidos asimilados en una formación teórica (Grados Universitarios, Máster o Formación Ocupacional) mediante prácticas no laborales. No solo en nuestra organización sino también en otras empresas aragonesas. Desarrollamos también programas innovadores como Laboreso, cuyo objetivo es acercar la empresa a los estudiantes en busca de una empleabilidad futura.

## COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

	<b>EVOLUCION</b>	<b>FINALIZADO</b>
Incremento de horas de trabajo con libertad de horarios en determinados puestos de Enseñanza	Realizado	dic-18
Aumento del salario medio de la plantilla.	Realizado	dic-18
Protocolo para difusión y difusión de estructura organizativa de la empresa, estructura de sociedades, etc.	Realizado	dic-18
Creación de Tu Espacio con información de interés para personas.	Realizado	En curso
Difusión de código de conducta	Realizado	dic-18

## NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Estudio y revisión de las responsabilidades asociadas a cada puesto para establecer protocolos de actuación en momentos de mayor carga de trabajo.
- Revisión y mejora del Plan de igualdad

## C.3.1. SATISFACCIÓN DE LAS PERSONAS EMPLEADAS

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización encaminados a incrementar y conocer el grado de satisfacción de las personas.

- 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.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la satisfacción de las personas. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
% de personas de plantilla que participan en las encuestas de satisfacción	82%	89 %	88,21%
Grado de satisfacción	8.1 Objetivo 8.5	8.3 Objetivo 8.5	8,34
Identificación con política de la organización	8.5	8.3	Objetivo 8.3

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados en la satisfacción de las personas:

- Sistematización periódica de las reuniones de área con los equipos de trabajo.
- Potenciación de los mandos intermedios para mejor canalización de la información.
- Retribuciones empáticas por acciones especiales.
- Revisión de condiciones económicas para casos concretos.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para incrementar la satisfacción de las personas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Salario emocional.

## B.3.2. IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y NO DISCRIMINACIÓN

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización encaminados a gestionar la Igualdad de oportunidades y la No discriminación de las personas.

- 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.
- Plan de carrera sin distinción de sexos, objetivo y medible.
- Representación sindical con igualdad de género.
- Plan de igualdad.
- Vigilancia de presencia de ambos géneros en determinados puestos (mandos, monitores, comerciales...).
- Verificación de igualdad de participación en los planes formativos.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida la Igualdad de oportunidades y no discriminación de las personas. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Composición de Órganos de Gobierno y Dirección de la organización			
% Hombres	60 %	60%	60%
% Mujeres	40 %	40%	40%
Composición de la plantilla			
% Hombres	42%	40%	37%
% Mujeres	58%	60%	63%

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de su gestión de la Igualdad de oportunidades y no discriminación

- Gestión por competencias por objetivar más toda la gestión de RRHH.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la Igualdad de oportunidades y no discriminación, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Gestión por competencias.
- Plan de carrera comunicado en manual de acogida.
- Planificación de desarrollo de nuevos manuales de acogida específicos por área.

## C.3.3. CONCILIACIÓN DE LA VIDA PERSONAL, FAMILIAR Y LABORAL.

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización encaminados a fomentar y propiciar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

- 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.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su impulso a conciliación de la vida personal, familiar y laboral. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº empleados que tuvieron derecho a un permiso por maternidad o paternidad.			
Mujeres	1	1	1
Hombres	1	1	0
Nº empleados que ejercieron su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.			
Mujeres	1	1	1
Hombres	1	1	0
Nº empleados que se reincorporaron al trabajo después de que finalizase su derecho a un permiso por maternidad o paternidad.			
Mujeres	1	1	0
Hombres	1	1	0
% de la plantilla que hace uso de las medidas de conciliación laboral existentes.			
Mujeres	5%	2.04%	0,0%
Hombres	9.1%	3.12%	0,0%
% de la plantilla que se ha acogido a una reducción de la jornada laboral.			
Mujeres	5 %	0%	1,5%
Hombres	9.1 %	0	0,0%
% de la plantilla que dispone de jornada flexible en su puesto de trabajo.			
Mujeres	100 %	100%	100,0%
Hombres	100 %	100%	100,0%
% de la plantilla a la que se le ofrece hacer uso de medidas de Teletrabajo.			
Mujeres	100%	100%	100,0%
Hombres	100%	100%	100,0%

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a fomentar y propiciar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

- Incremento de posibilidad de realizar trabajo desde casa.
- Apuesta por el incremento de modalidad formativa en línea

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Flexibilizar las jornadas de trabajo.

## C.3.4 FORMACIÓN Y FOMENTO DE LA EMPLEABILIDAD

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la formación y fomentar la empleabilidad de su plantilla.

- Gestión por competencias con evaluación individual del desempeño y plan de mejora individual.
- Plan de formación anual con posibilidad de en línea alineado con las competencias necesarias para el cumplimiento de los objetivos.
- Acciones formativas individuales para cada trabajador en función de sus necesidades, complementario del plan anual.
- Evaluaciones de 360º.
- Plan de prácticas con tutores para seguimiento.
- Tutores para las nuevas incorporaciones al equipo.
- Gestión del conocimiento, material didáctico: guías, fichas, cuadernos...
- Búsqueda en redes de posibles perfiles de interés.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su gestión de la formación y fomento la empleabilidad de su plantilla. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Horas totales de formación impartidas por la empresa a sus trabajadores	2999	1586	2165
Total de trabajadores formados	121	81	108
Total de trabajadores formados hombres	42	34	41
Total de trabajadoras formadas mujeres	79	47	67
Horas recibidas por trabajador en plantilla	42,2	19,6	20,0

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, que apoyen la mejora de la gestión de formación y fomentar la empleabilidad de su plantilla.

- Escuela de competencias para formación interna.
- Plan de prácticas segmentado en cada una de las 3 áreas.
- Mentorización de proyectos/personas.
- Formación en gestión 360º.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la gestión de formación y fomentar la empleabilidad de la plantilla, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Evaluaciones de 360º.
- Escuela de competencias para formación interna.
- Prácticas para alumnos de ESO y Bachillerato.
- Mentorización de proyectos/personas.



## C.3.5. SEGURIDAD Y SALUD

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la Seguridad y Salud de las personas.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su gestión de la Seguridad y Salud de las personas. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados por Región en la que opera o bien por sexo puede incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº total de accidentes con lesiones	0	0	0
Nº total de bajas por enfermedad profesional y enfermedad común	7 (4 mujeres y 3 hombre)	5 (4 mujeres y 1 hombre)	5 (1 mujer y 4 hombres)
Nº de días no trabajados por accidentes o enfermedades profesionales	0	0	0
Absentismo, % días perdidos respecto al total de días de trabajo previstos.	0	0	0
Nº de víctimas mortales	0	0	0

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, que apoyen la mejora de la gestión de la Seguridad y Salud de las personas.

- Protocolo de Prevención de Riesgos Laborales: Información e instrucciones de Grupo Piquer.
- Revisión de los puestos de trabajo.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la gestión de la Seguridad y Salud de las personas, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Revisión anual de puestos de trabajo.

## Criterio 4. PROVEEDORES

### ENFOQUE GLOBAL

Indíquenos los Enfoques globales adoptados en relación con la gestión de los proveedores y que son el marco de referencia para los compromisos específicos asumidos en cada apartado; gestión de compras responsables, clasificación y evaluación de proveedores, sistemas de homologación e impulso de la Interacción con proveedores.

- Listado de proveedores validados.
- Evaluación anual de proveedores.
- Control de gastos de proveedores diario para mejora en gestión.
- Unificación de compras en el menor número de proveedores para fortalecer vínculos.
- Ofrecimiento de servicios de Grupo Piquer a proveedores con determinadas ventajas: planes de formación, de comunicación, etc.
- Reuniones periódicas con los proveedores para evaluación del servicio prestado.
- Reuniones con responsables de empresas proveedoras para formalizar acuerdos en el marco de alianza.
- Validar a determinadas alianzas como proveedores mejorando las prestaciones del suministrador habitual.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Protocolo de fechas de cobros .	Realizado	dic-18
Campañas de difusión de Tarjeta Soy Piquer como entidad adherida.	Realizado	dic-18
Comunicación individual del resultado de evaluación de proveedores.	Realizado	dic-18

### NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Revisión y actualización de la documentación asociada a las colaboraciones.
- Reuniones con proveedores para ver posibilidad de convertirse en alianza.

## C.4.1. COMPRAS RESPONSABLES

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización encaminadas a impulsar, fomentar y propiciar las compras responsables.

- Proveedores: El método actual de gestión de los proveedores supone una evaluación continua y revisada de su capacidad para suministrar productos y/o servicios de manera eficaz y eficiente, a la vez que se buscan relaciones ventajosas para ambas partes en casos de productos o servicios críticos para Piquer; se trata, en definitiva, de buscar establecer relación de alianza con ellos que vaya más allá de la simple relación de venta de producto.
- Las necesidades de compra y subcontratación de servicios son detectadas por cualquier persona de la organización y lo transmiten al Responsable del Departamento correspondiente para que gestione la compra.
- Los proveedores transmiten sus ofertas y el Responsable del Departamento las evalúa (considerando cuando se estime oportuno aspectos ambientales: reciclabilidad, posibilidad de reutilización, certificaciones...), seleccionando al suministrador más idóneo, en función de la calidad del producto/servicio, el precio, cumplimiento de normativas medioambientales y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local.
- A todos los nuevos proveedores se les someterá a un pedido de prueba o revisión de sus certificaciones, circunstancia que les será comunicada antes de efectuar el pedido. Si los resultados del pedido de prueba son estimados correctos, el Responsable del Departamento lo comunicará, aportando evidencia documental de dicha evaluación, al Personal de Administración para incluirlo en la Lista de suministradores.
- Se valora en este proceso el cumplimiento de la legislación en materia legal y la propia RSC que pueda tener la empresa.
- Entre los proveedores críticos se busca establecer vínculos más estrechos y para ello, entre otras actuaciones:
  - Se comparte con ellos los logros de la empresa.
  - Se revisan los indicadores de control del proceso (descritos en la correspondiente Ficha de Proceso PR/204), con el fin de que el propietario del proceso (Dirección de Piquer) controle las actuaciones de los proveedores y sus desviaciones en el servicio.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su nivel de Compra responsable. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados por Región en la que opera puede incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
% de proveedores locales (Aragón) aprobados para compras	80.50%	100%	100%
% de proveedores nacionales (España) aprobados para compras	100%	100%	100%
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios relacionados con las prácticas laborables.	100%	100%	100%

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, que apoyen la gestión de compras responsables.

- Estudio de los nuevos proveedores para cumplimiento de RS

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la gestión de Compras responsables, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Establecer relaciones de alianza con los proveedores.
- Comunicación individual del resultado de evaluación de proveedores.

## C.4.2. CLASIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES Y HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la clasificación, evaluación y Homologación de los proveedores.

- Los proveedores y subcontratistas de Grupo Piquer son sometidos a una evaluación inicial previamente a la primera compra o subcontratación y a una evaluación continuada tras la misma, con el doble fin de asegurar su capacidad de suministro de acuerdo con los requisitos especificados y verificar el cumplimiento de tales requisitos a lo largo del tiempo.
- La responsabilidad asignada en cuanto a la evaluación y aprobación de los suministradores es asumida por el Personal de Administración o Responsable de Departamento, solicitando la colaboración del Director de PIQUER cuando estime necesario.
- En el momento que sea necesario, y al menos una vez al año, Administración actualiza la lista de suministradores de acuerdo con una evaluación continua de los productos y/o servicios suministrados. Para su clasificación se valoran los siguientes puntos:
  - Documentación solicitada y aportada, en cuanto a certificaciones o cumplimientos de buenas prácticas (eliminación residuos, certificados energéticos, cumplimiento de normativas medioambientales...).
  - Calidad: reclamaciones de clientes sobre el uso del productos o servicio.
  - Incidencias administrativas.
  - Anomalías en la recepción o control del servicio, que incluirán lo referido a los requisitos en RSC.
- Para aquellos suministradores a los que se les haya sido requeridas acciones correctivas será el Comité de Calidad y medioambiente quien estudia las mismas y determina finalmente la continuidad o no del proveedor.
- Para el control y seguimiento Ambiental de los proveedores y subcontratistas se ha establecido un procedimiento propio en nuestro Sistema Integral de Calidad y Medioambiente, siguiendo la legislación vigente.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su gestión en la evaluación y homologación de los proveedores. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados por Región en la que opera puede incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios ambientales	100%	100%	100%
% de Proveedores que se evalúan y reevalúan con criterios relacionados con las prácticas laborales.	100%	100%	100%

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas, impulsadas en el último año, enfocadas a la mejora de los sistemas de clasificación, evaluación y homologación de los proveedores.

Desde 27/05/2014 se mantiene el mismo enfoque de gestión descrito en el apartado C.4.2. clasificación, evaluación y homologación de los proveedores.

### **BUENAS PRÁCTICAS:**

Indique, si existen, buenas prácticas relacionadas con la clasificación, evaluación y homologación de los proveedores, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Atención de todas las propuestas comerciales que se presenten adecuadamente aunque no esté prevista su contratación, lo que permite tener acceso a las nuevas tendencias del mercado.

## C.4.3. INTERACCIÓN CON LOS PROVEEDORES

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para impulsar y gestionar la interacción con los proveedores.

- Reuniones periódicas con los proveedores para evaluación del servicio prestado.
- Control de gastos de proveedores diario para mejora en gestión y reducir incidencias en el proceso de pago.
- Estrategias conjuntas con proveedores para unificar compras y fortalecer así vínculos.
- Ofrecimiento de servicios de Grupo Piquer a proveedores con determinadas ventajas: planes de formación, de comunicación, etc.
- Reuniones con responsables de empresas proveedoras para formalizar acuerdos en el marco de alianza.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad, así como otros indicadores con los que la Organización mida su nivel de interacción con los proveedores. Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados. En el caso de que disponga de datos segmentados por Región en la que opera puede incluirlos

Entidad	Objetivos de Piquer	Objetivos de alianza
1	Diseños específicos, patrocinio Retos	Facilitador de clientes
2	Difusión de productos, nuevos productos, Benchmarking	Captación de alumnos, nuevos productos, benchmarking
3	Máxima colaboración en mejora de instalaciones y prestación de espacios para determinados programas	Máxima organización de gestión en colegio de verano para adecuarse a necesidades internas
4	Colaboración en desarrollo y comercialización de contenidos	Colaboración en desarrollo y comercialización de contenidos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Proveedores que han alcanzado la condición de alianzas	5	5	5
Alianzas con las que se ha establecido una relación de cliente o proveedor	2	7	3
Proveedores con los que se tienen abiertos proyectos conjuntos	5	5	3

## Criterio 5. SOCIAL

### ENFOQUE GLOBAL

Indíquenos los Enfoques globales adoptados en relación con las iniciativas de Acción Social, sus métodos de evaluación y seguimiento del impacto social de las distintas actividades de la Organización, su alineación con la estrategia y comunicación a las partes interesadas

- Se establecen medidas de percepción e indicadores de rendimientos segmentados por productos, para los que se fijan unos objetivos y un benchmarking tanto de procesos como de resultados.
- Para la Acción Social cada tres años el Comité Directivo establece unos objetivos a tres años partiendo del Mapa de Información Relevante, DAFOS, análisis de riesgos, etc. Estos objetivos se concretan cada año y conllevan el desarrollo de unos planes de acción para los que se establecen recursos.
- Uno de los factores críticos de éxito de Grupo Piquer es precisamente conseguir un impacto en sociedad a través de acciones programadas, continuadas y validadas.
- Programa de Escuela Activa: para actuar en el sector de la educación con iniciativas como Escuela Financiera, Laboreso, PrevenGo...
- Programa de conferencias para empresas.
- Jornadas anuales Retos en la Educación: desde 2010, para reunir a los principales agentes del panorama educativo en búsqueda de soluciones para los retos que tiene la educación de hoy.
- Plan de Comunicación anual orientado al impacto en sociedad.
- Lucha contra el fracaso escolar.
- Formación para el desempleo.
- Planes de inserción laboral propios y a través de alianzas: Pimeí.
- Acciones específicas para sectores desfavorecidos: talleres, PICE...
- Programa de mediación familiar.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
PrevenGo: Programa de innovación educativa para la prevención integral de situaciones de riesgo en el entorno escolar (conferencias, video juegos, comic...): adicciones, acoso escolar, violencia de género, salud y deporte	Cumplidos los objetivos pero el programa continua con nuevos retos para años posteriores	dic-18

### NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- PrevenGo: Programa de innovación educativa para la prevención integral de situaciones de riesgo en el entorno escolar (conferencias, video juegos, comic...): adicciones, acoso escolar, violencia de género, salud y deporte.



## C.5.1. IMPACTO SOCIAL

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar los impactos sociales vinculados a la actividad.

- Impacto en sociedad como factor crítico de éxito desde 2008: objetivos a tres años concretados anualmente con planes de acción...
- Cuadro de mando integral con 20 indicadores para impacto en sociedad con objetivos y benchmarking.
- Encuesta a la sociedad sobre la labor social de Grupo Piquer desde 2010.
- Departamento de Comunicación con funciones específicas de gestionar los impactos sociales con sus propios objetivos y planes de acción al respecto.
- Piquer TV: canal de televisión para difusión en la red, entre cuyos principales objetivos se encuentra difundir las acciones sociales.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida su impacto social.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Evolución del empleo	71	81	108
% trabajadores con contrato indefinido	26.76 %	23.46 %	21,30%
Nº iniciativas laborales implantadas que exceden la obligación legal	3 (LED, ubicación corporativo, y opina)	3 (reuniones extraordinarias de Dirección con docentes de Enseñanza para conocer sus voluntades a medio plazo, creación de condiciones económicas específicas para Enseñanza, cierre de espacios en Empresas para mejorar condiciones laborales de insonorización y clima)	3: mayor posibilidad de teletrabajo para personal de estructura con la elaboración de contenidos on line; instalación de cámaras de vigilancia para seguridad ante robos externos hacia plantilla RRHH, cierre de espacio en Secretaría para posibilitar trabajo de mayor concentración).
Resultados de percepción de mejoras laborales	8.5	8,3	8,3
Valoración sobre labor social Jornada Retos	Resultado: 8.5 Objetivo: 8,3	Resultado: 8.4 Objetivo:8.3	Resultado: 8.1
Valoración sobre labor social estudio de marca	Conocen: 72% Clientes: 31%	Conocen: 72% Clientes: 31%	Objetivo: 8,3

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas, en el último año, enfocadas a la mejora de sus resultados en Impacto Social

- 12 tutorizaciones.
- Tarjeta de visitas empresas.
- Tarjeta de visitas comarcas.
- Plan Prevengo: ampliación de contenidos de aplicación.
- Encuesta de reconocimiento de marca.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para minimizar los impactos sociales, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Piquer TV: el formato audiovisual en la comunicación (ganador en Premios CEX a nivel nacional).

## C.5.2. ALINEACIÓN DE PROYECTOS SOCIALES CON LA ESTRATEGIA

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para alinear los proyectos sociales con la estrategia.

- Planes de acción de proyectos sociales dentro de los objetivos anuales y a tres años.
- Planificación anual de programación dirigida a sectores desfavorecidos paralelos a las actuaciones de Fundación.
- Presupuesto anual para aportaciones benéficas.
- Planes de inserción laboral: PIMEI y prácticas en empresas.
- Plan de igualdad de género.
- Objetivos medioambientales.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida la alineación de proyectos sociales con la estrategia.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Acciones formativas dirigidas a sectores desfavorecidos	15	14	14
Número de entidades con las que se colabora con patrocinios	11	20	11
Actuaciones sociales de Fundación Piquer	28	50	54
Alumnos formados	3.136	4.205	5.035
Alumnos acogidos en prácticas	24	29	40

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en integración de las iniciativas sociales con la estrategia

- 12 tutorizaciones.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para alinear las iniciativas sociales con la estrategia, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Fundación Piquer: entidad sin ánimo de lucro que gestiona la RSA desde 2007. La fuerza de esta buena práctica radica en que Grupo Piquer es una empresa de facturación mucho menor que la que alcanzan las entidades que habitualmente crearon su propia fundación, evidenciando que es una medida al alcance de la PYMES.

## C.5.3. TRANSPARENCIA CON EL ENTORNO

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para garantizar la transparencia en la información financiera y no financiera a los grupos de interés.

- Comité Directivo anual y revisiones periódicas para informes de estado financiero.
- Manual de acogida para las nuevas incorporaciones a la plantilla donde se detalla el funcionamiento de la organización y más concretamente su política de RRHH.
- Comunicación a la plantilla de los resultados obtenidos en la encuesta de clima.
- Videoblog sobre determinados programas para que los padres puedan ver el desarrollo de la actividad con sus hijos.
- Difusión de logros conseguidos por la organización: redes, radio y prensa.
- Difusión de las principales actuaciones de la organización: redes, radio y prensa.
- Firma de acuerdos con alianzas para establecer protocolos de actuación.
- Auditorías y autoevaluaciones internas con revisión global de gestión, resultados y cumplimiento en materia legal.
- Participación desde 2008 en los programas de mejora de acuerdo con el sistema de gestión EFQM como garante de transparencia en la gestión.
- Reuniones periódicas con proveedores para análisis de situación en la prestación del servicio.
- Jornadas de benchmarking organizadas por IAF.
- Jornadas de puertas abiertas para dar a conocer nuestros valores y funcionamiento interno.
- Seminarios de difusión de nuestros modelos de gestión (alumnos y sociedad).

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida su transparencia con el entorno.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

- Seguimiento videoblog
- Resultado Evaluaciones EFQM
- Apariciones en medios de comunicación
- Participación en jornadas, seminarios, etc.

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
<b>COMPLIANCE. Cumplimiento legal</b>	0	0	0
Valor monetario de multas y/o sanciones por incumplimiento legal: (ambiental / fiscal / laboral/ penal, etc.			
Nº Incidencias detectadas en evaluaciones internas de cumplimiento legal	0	0	0
Nº de reclamaciones de los clientes	0	0	0
Nº de incidencias no solucionadas en la prestación del servicio a los clientes	0	0	0
Certificaciones acreditaciones	31	34	36

## ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en transparencia con el entorno

- Renovación de acuerdo con prensa escrita para 2 publicaciones al mes.
- Participación en programa +500 de acuerdo con modelo EFQM de IAF.
- Participación en Premio SchoolMars y Marketing and Schools
- Organización con junta con IAJ e IAM de III Concurso de Microrrelatos contra la Violencia de Género.
- Zona padres para informar a responsables sobre la evolución de los hijos.
- Incremento de plantilla de tutores para facilitar el contacto con los padres de cara a informar sobre la evolución de los hijos.

## BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas de transparencia con el entorno, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Videoblog para seguimiento del trabajo realizado con los hijos en los colegios de Verano, Semana Santa y Navidad.

## C.5.4. CANALES DE COMUNICACIÓN

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la gestión de la comunicación en el ámbito social.

- Programa de Escuela Activa: para actuar en el sector de la educación con iniciativas como Escuela Financiera, Laboreso, PrevenGo...
- Programa de conferencias para empresas.
- Jornadas anuales Retos en la Educación: desde 2010, para reunir a los principales agentes del panorama educativo en búsqueda de soluciones para los retos que tiene la educación de hoy.
- Planificación anual de presencia en medios: radio y prensa escrita.
- Plan de Comunicación anual orientado al impacto en sociedad.
- Piquer TV.
- Participación en jornadas y seminarios.
- Proceso de reconocimientos extraordinarios.
- Jornadas de puertas abiertas sobre determinados servicios o procesos en donde siempre se vincula a la actuación en el ámbito social.
- Seminarios a alumnos sobre la gestión de Grupo Piquer de acuerdo a modelo EFQM en donde se subraya la labor social.
- Material didáctico de publicación (con distribución gratuita en determinadas ocasiones).

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida la eficacia de la comunicación en el ámbito social.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Nº eventos de comunicación y fomento de buenas prácticas relacionados con el desempeño social (Teresa).	41	39	32
Asistentes a charlas y conferencias	1356	1727	1318
Apariciones en medios de comunicación	118	121	102
Participaciones de la plantilla en jornadas en condición de experto de manera altruista	36	48	44

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en la gestión de la comunicación en el ámbito social

- PrevenGo.
- Tarjeta de visita Piquer TV.
- Tarjeta Soy Piquer.

## **BUENAS PRÁCTICAS:**

Indique, si existen, buenas prácticas para garantizar la eficacia de la comunicación en el ámbito social, que puedan ser replicadas en otras empresas.

Premio Estrategia de marketing y la comunicación (SchoolMars y Marketing and Schools).

## Criterio 6. MEDIOAMBIENTAL

### ENFOQUE GLOBAL

Indíquenos los Enfoques globales adoptados para la Identificación planificación y control de los aspectos ambientales significativos, su estrategia frente al cambio climático y comunicación a las partes interesadas de los aspectos relevantes de su gestión ambiental.

- Certificado UNE-EN-ISO 14001 por Aenor desde 2008.
- Registro de indicadores de los principales aspectos que afectan a la gestión ambiental.
- Acuerdo con los proveedores sobre la gestión de los residuos.
- Búsqueda de métodos alternativos para la reducción de la generación de residuos.
- Concienciación del personal para favorecer conductas medioambientalmente sostenibles.
- Objetivos anuales para la mejora en la gestión ambiental.
- Contenedores para la separación de residuos.

### COMPROMISOS ADQUIRIDOS

De los compromisos adquiridos en la anterior memoria, describa brevemente su situación actual y su grado de evolución, indicando en su caso el Logro del Compromiso.

COMPROMISO	EVOLUCION	FINALIZADO
Registro de la Huella de Carbono de 2017	Realizado	Ene-19

### NUEVOS COMPROMISOS ADQUIRIDOS

- Registro de la Huella de Carbono de 2018



## C.6.1. IMPACTO AMBIENTAL

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar los impactos ambientales vinculados a la actividad.

- Registro mensual de los indicadores vinculados con el impacto ambiental.
- Plan de concienciación al personal que marca las directrices para mantener una conciencia ambiental en el equipo de trabajo.
- Plan ambiental anual. Conocidos los resultados ambientales se plantean tres objetivos a alcanzar durante el año siguiente.
- Aceptación de gestión de residuos por parte de los proveedores.
- Mejorar la eficiencia en el consumo eléctrico y de agua.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida su impacto ambiental.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Consumo electricidad: (Kw) (Kwh)	61.165	58.835	64.428
Consumo papel (kg)	450	450	495
Tóner total (ud)	13	10	0

(1) El contador es general de la comunidad. No se dispone de datos de las instalaciones.

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en Impacto Ambiental

- Cálculo de la Huella de Carbono.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas para minimizar los impactos ambientales, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Recordatorios periódicos de las buenas prácticas ambientales.
- Papeleras que permiten la clasificación de residuos.

## C.6.2. ESTRATEGIA FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la Estrategia de la Organización frente al Cambio Climático.

- Minimizar la generación de residuos.
- Informarse en cuanto a estrategias frente al cambio climático.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida su estrategia afrente al Cambio Climático.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indique los métodos y/o procesos implantados en la Organización

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Emisiones por fugas de gases refrigerantes fluorados para climatización/ refrigeración (kg CO2 eq)	0	0	0
Emisiones globales kg CO2 eq	13,77	14,11	11,28

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en los indicadores de Cambio Climático

- Cálculo y seguimiento de la Huella de Carbono

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en la Estrategia de la Organización frente al Cambio Climático, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Recordatorio periódico de las buenas prácticas contra el Cambio Climático.

## C.6.3. GESTIÓN AMBIENTAL

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales.

- Priorizar la compra de tóner reciclable frente a tóner no reciclable.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indique los métodos y/o procesos implantados en la Organización

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Compra de tóner reciclado/tóner total (%)	92,3	100	100

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en la gestión sostenible de edificios, equipos y materiales

- Priorizar la compra de equipos eficientes.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en gestión sostenible de edificios, equipos y materiales, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Priorizar equipos con luces led.

## C.6.4. COMUNICACIÓN AMBIENTAL

### ENFOQUES DE GESTIÓN:

Indique los procesos o proyectos desarrollados en la Organización para gestionar la comunicación Ambiental, tanto externa como interna.

- Mantener una conciencia medioambiental en el personal.
- Plan de comunicación al personal.

### RESULTADOS:

Incluya los resultados que apliquen a la actividad de los siguientes, así como otros indicadores con los que la Organización mida para gestionar la comunicación Ambiental, tanto externa como interna.

Si se dispone de información de los últimos tres años, aportarla, justificando cuando sea necesario dichos resultados.

En el caso de que disponga de datos segmentados, incluirlos

Indique los métodos y/o procesos implantados en la Organización

Indicador	Año 2016	Año 2017	Año 2018
nº de comunicados externos relevantes en el ámbito ambiental (denuncias, requerimientos, etc.)	0 denuncias o requerimientos	0 denuncias o requerimientos	0 denuncias o requerimientos
Inversión en capacitación ambiental: charlas/jornadas/reuniones de sensibilización ambiental impartidas a los trabajadores	No aplica	No aplica	No aplica
comunicación ambiental al exterior: participación en ferias, eventos, etc. relacionados con la difusión ambiental	Comunicación periódica en la red	Comunicación periódica en la red	Comunicación periódica en la red

### ACCIONES:

Indique las acciones concretas impulsadas en el último año enfocadas a la mejora de sus resultados en comunicación ambiental

- Publicación de las buenas prácticas ambientales.
- Recordatorios periódicos de buenas prácticas.

### BUENAS PRÁCTICAS:

Indique, si existen, buenas prácticas en comunicación ambiental, que puedan ser replicadas en otras empresas.

- Publicación a través de las redes de los logros ambientales de la organización.