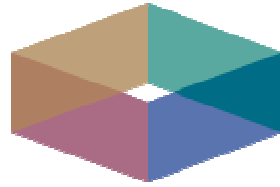




Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT



# Formagrupo

creando valor

INFORME DE PROGRESO  
2015



FORMASTUR, S.A.  
Amado Nervo, 9 - 28007 Madrid  
Avda. Pedro Masaveu, 1 - 33007, Oviedo (Asturias)  
Ctra. Oviedo - Santander, km.8 - 33199, Meres, Siero (Asturias)

# Tabla de Contenidos

03 | Carta de Renovación del Compromiso

05 | Perfil de la Entidad

11 | Metodología

13 | **Análisis**  
    Clientes  
    Empleados  
    Proveedores  
    Socios  
    Administración  
    Comunidad





# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL



# Formagrupo

creando valor

## Carta de renovación del compromiso con el Pacto Mundial



Quisiera desde estas líneas expresar el orgullo y satisfacción que significa para todo el equipo de Formagrupo renovar la adhesión de la compañía que presido a la iniciativa del **Pacto Mundial de Naciones Unidas** desde 2007, de cuya Red Española somos socios firmantes.

Con este **Informe de Progreso 2015**, reafirmamos nuestro sólido compromiso con sus 10 Principios, que alientan a la contribución de las empresas al respeto por los derechos humanos, a la mejora del empleo y las condiciones laborales, a la preservación del medio ambiente y la lucha contra las prácticas no éticas en un escenario global.

Este fue un año en el que el contexto económico y los cambios regulatorios en los mercados en los que operamos hicieron necesario abordar la reorganización y el desarrollo de un nuevo plan operativo de Formagrupo para mejorar nuestra competitividad y sostenibilidad. Me gustaría subrayar que la firmeza de nuestra convicción en el ejercicio ético de la actividad empresarial, el diálogo abierto y permanente con los grupos de interés, fueron las claves del éxito a la hora de afrontar estos procesos de cambio que nos hacen mirar al futuro con optimismo.

En el Informe de Progreso que ahora presentamos, resumen de nuestras buenas prácticas y avances en responsabilidad social, destaca como uno de nuestros principales logros la obtención del **Sello de Excelencia Europea EFQM 400+**, siendo precisamente el impacto y la percepción positiva de Formagrupo en la sociedad uno de los criterios mejor valorados.

Y, por otra parte, el **Proyecto "Empresa Saludable"**, un trabajo del Comité de Innovación y Desarrollo, cuyo objetivo es promover una cultura, clima y hábitos para favorecer un entorno de trabajo productivo favorable a la salud y el bienestar entre los empleados. Una vez testado con éxito en Formagrupo, el proyecto ya forma parte de nuestra oferta de creación de valor en seguridad y salud para nuestros clientes y otros grupos de interés.

Nos seguimos sintiendo así muy implicados en la promoción de la RSE como elemento diferenciador de una gestión ética y sostenible, participando de todas las iniciativas que lleva a cabo la Red Española del Pacto Mundial en nuestro ámbito de actividad, como es el caso de la reciente iniciativa sobre turismo responsable en colaboración con la OMT.

Como principales objetivos para 2016, nos comprometemos a la difusión y plena integración en nuestra estrategia de acción de los objetivos de la Agenda 2030 para un Desarrollo Sostenible y a promover la aplicación de los Principios del Pacto Mundial y de los objetivos de sostenibilidad globales en la industria de la hospitalidad y el turismo de España y América Latina, donde somos referentes en turismo sostenible.

**Luis Valdés García**

Presidente

**FORMAGRUPPO**

En Madrid, a 1 de febrero de 2016

Madrid  
902 10 19 04  
C/ Amado Nervo, 9 - 28007 Madrid  
Asturias  
902 10 18 42  
Avda. Pedro Masaveu, 1 - 33007 Oviedo  
Ctra. Oviedo-Santander, km.8 - 33199 Meres-Siero

[www.formagrupo.com](http://www.formagrupo.com)



# PERFIL DE LA ENTIDAD



# INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

FORMASTUR, S.A.

Tipo de empresa

PYME

Dirección

Avenida Pedro Masaveu, 1 - 33007 Oviedo  
Amado Nervo, 9 - 28007 Madrid

Localidad

Oviedo - Madrid

Provincia

Asturias - Madrid

Comunidad Autónoma

Principado de Asturias - Comunidad de Madrid

Dirección Web

[www.formagrupo.com](http://www.formagrupo.com)

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Luis Valdés García, Presidente y Director General

Persona de contacto

Jorge Vallina Crespo, Director de Sostenibilidad

Número de empleados directos

46

Sector

Servicios profesionales (Consultoría y auditoría)

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

- Consultoría y formación en Seguridad y Salud
- Consultoría y formación en Sostenibilidad y RSE
- Consultoría y formación en Calidad y Excelencia
- Consultoría y formación en Turismo Sostenible
- Formación empresarial y desarrollo de personas
- E-learning FORMADIS

Ventas / Ingresos

3.600.000 €

Seleccionar los Grupos de Interés más significativos:  
(Los Grupos de Interés configuran su Informe de Progreso)

Clientes, Empleados, Proveedores, Socios/accionistas,  
Administración, Comunidad/Sociedad Civil

Otros grupos de interés. En la pestaña "Otra información" se podrá detallar la información de los 10 Principios para otros grupos de interés.

Alumnos de cursos de formación, Distribuidores,  
Empresas del grupo, Partners y alianzas

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

La selección de los grupos de interés (GI) se lleva a cabo mediante su evaluación, diagnóstico y priorización en el marco del proceso de reflexión estratégica que anualmente realiza el Comité de Dirección para el desarrollo del Plan Estratégico y Operativo de la organización.

Esta selección, diagnóstico y priorización de los GI se actualiza también anualmente en la revisión de la implementación de los criterios del Modelo Europeo de Excelencia en la gestión de la empresa y bianualmente durante la elaboración de la Memoria EFQM 400+. Los criterios que se siguen para la selección de los grupos de interés son:

- El impacto económico, social y/o ambiental de nuestras actividades.
- El análisis estructurado de sus necesidades y expectativas respecto a nuestra organización.
- Los riesgos y oportunidades de la relación con las partes interesadas.
- La capacidad y potencialidad de crear valor compartido con los GI.
- La representatividad de cada GI y los mecanismos de diálogo existentes.

Países en los que está presente tu negocio o tiene producción

Argentina, Chile, Colombia, España

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

El alcance del presente Informe de Progreso se limita a España, pues las operaciones de la compañía en los países citados se circunscribe al desplazamiento de consultores y técnicos para la ejecución *in situ*, en períodos concretos y limitados en el tiempo, de proyectos de consultoría y capacitación en materia de RSE, calidad turística y turismo sostenible.

¿Cómo ha establecido la materialidad los asuntos más significativos a incluir en el Informe de Progreso?

En base al proceso de reflexión estratégica de la organización y al desarrollo de la memoria de excelencia empresarial según el modelo EFQM. Se han tenido en cuenta igualmente las directrices GRI-G4 para que estos asuntos reflejen los impactos económicos, sociales y ambientales de la organización que sean más significativos de acuerdo a:

- La misión, visión, valores, políticas y sistemas de gestión implantados.
- Los intereses y expectativas de nuestros distintos grupos de interés.
- Los factores críticos de éxito.
- La situación y retos de futuro de nuestro sector de actividad.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

Además de disponible en la web del Pacto Mundial y en la herramienta CompactLink, el Informe de Progreso de la compañía se difunde a nuestros grupos de interés a través de los canales establecidos para la comunicación por la Dirección en materia de sostenibilidad y responsabilidad social: intranet, web corporativa, blog, redes sociales y participación en eventos empresariales y académicos relacionados con la RSE.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria  
año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso  
anual

Notas

FORMAGRUPPO es un equipo de personas que escucha a los clientes, analizando sus necesidades concretas, adaptándose a cada organización y trabajando para ayudarlas a alcanzar sus metas.

Llevamos más de 20 años haciéndolo y estamos orgullosos de haber colaborado con más de 2.500 empresas, instituciones y organizaciones de todos los sectores en un entorno global.

FORMAGRUPPO apuesta por la calidad, la excelencia en la gestión y la responsabilidad hacia la sociedad, como herramienta tanto para la mejora de nuestra propia competitividad y sostenibilidad como la de nuestras organizaciones clientes, aliadas o partners.

¿Su entidad tiene actividades en países en vías de desarrollo?

Si

¿Su entidad tiene proveedores en países en vías de desarrollo?

No

¿Su entidad tiene un alto impacto medioambiental?

No

## ESTRATEGIA Y GOBIERNO

Indique cómo la entidad incorpora las sugerencias de los Grupos de Interés en su estrategia y en sus procesos de decisión

Anualmente, se realiza un proceso de reflexión estratégica liderado por el Director General y todo el equipo directivo de la compañía, el cual se basa en el análisis de las expectativas, demandas, necesidades y sugerencias de los distintos grupos de interés.

Para ello, se usan distintas herramientas de consulta y análisis de las partes (encuestas de clima laboral, encuestas a alumnos, cuestionarios de clientes, *focus groups*, reuniones específicas).

Con todo ello, y a partir de un análisis DAFO, se determinan los factores de éxito, considerando los cuales se establecen objetivos e indicadores estratégicos y se desarrollan planes de acción para su consecución.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

FORMASTUR, S.A. nombrada es una empresa privada constituida como sociedad anónima en el año 1992 con independencia operativa. A raíz de ella, por iniciativa de los socios o bien de la misma organización, se constituyeron con los años una serie de sociedades participadas y relacionadas también con la actividad de la formación y la consultoría empresarial.

Todas ellas operan bajo la marca comercial "FORMAGRUPPO" bajo las directrices del Director General, contando con fuertes sinergias que apoyan la creación de valor como grupo. Asimismo, comparten en buena parte estructura informática y administrativa a efectos de conseguir un balance de costes de estructura más eficiente.

Hoy en día, además de FORMASTUR, operan bajo esta marca comercial las sociedades:



- **Integral de Prevención 2000, S.L.**, dedicada a la prevención de riesgos, la seguridad y la salud laboral.

- **Formacal, S.L.**, en la comunidad de Castilla y León

- **Formatlántico, S.L.** en la comunidad de Galicia

Todas ellas operan

Por otra parte, FORMASTUR S.A. participa como accionista de la **Facultad de Turismo de Oviedo & HUNI Hotel School**, centro privado adscrito a la Universidad de Oviedo.

Indique si la junta directiva mide el progreso en la implantación de Los 10 Principios mediante indicadores

La Dirección General y el Comité de Dirección de la organización evalúan el progreso en la gestión de la excelencia de la organización mediante indicadores de desempeño económico, social y ambiental que se incluyen en las memorias EFQM.

La mayoría de estos indicadores reflejan cuantitativa o cualitativamente los impactos de la organización sobre sus distintos grupos de interés, así como el avance en el cumplimiento de los compromisos asumidos en relación a los Principios del Pacto Mundial.

Indique la estructura de gobierno y quién o quiénes a nivel directivo llevan a cabo los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de la RSE en línea con los Principios del Pacto Mundial e indique si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.

Existe un Consejo de Accionistas, al que pertenece el Director General de la organización y máximo responsable ejecutivo de la empresa. Entre sus funciones están el establecer las líneas estratégicas, objetivos y planes de acción de la compañía, la estructura organizativa y la representación institucional del grupo.

En dependencia de la Dirección General, está las Direcciones de Organización, Operaciones, Formación, Seguridad y Salud y Desarrollo de Negocio. El Director General y los Directores de área forman el Comité de Dirección, que es el máximo órgano ejecutivo encargado de la implantación y supervisión de los principios del Pacto Mundial.

De la Dirección General también dependen directamente el área de Comunicación y Relaciones con los Medios y la Dirección de Sostenibilidad y RSE, a la cual compete asesorar al DG y al Comité de Dirección en

los procesos de decisión y buen gobierno para la implantación de los Principios del Pacto Mundial.

A la Dirección General reportan en todo momento los Directores de las distintas áreas y responsables de las áreas operativas

Organigrama

[Descargar elemento adjunto](#)

## OBJETIVOS Y TEMÁTICAS DE NACIONES UNIDAS

Indique si la entidad tiene proyectos de colaboración y desarrolla acciones de apoyo en relación a los objetivos y temáticas de Naciones Unidas (UNICEF, UNWOMEN, Objetivos de Desarrollo del Milenio, iniciativas de Global Compact, etc.)

Participamos y colaboramos con distintas iniciativas de la Red Española del Pacto Mundial relacionadas con nuestra actividad, difundiendo entre nuestros grupos de interés los principios del Pacto Mundial y fomentando su adhesión a la Red.

Por otra parte, FORMAGRUPPO ha definido los siguientes ODS y planes de acción alineados con la consecución de la Agenda de Desarrollo Sostenible 2030:

- Implementar nuestro programa de "Empresa Saludable" en nuestra organización y entre nuestros clientes.
- Ampliar nuestros programas de educación y capacitación en RSE y sostenibilidad para contribuir a implementar las conductas responsables y la cultura sobre el desarrollo sostenible entre las empresas y las comunidades locales.
- Participar de acciones de voluntariado y difusión de la cultura de la sostenibilidad en el sector turístico y su cadena de valor.
- Promover el crecimiento ético, sostenido, inclusivo y sostenible de nuestra organización.
- Cooperar mediante alianzas en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles en nuestro ámbito de actividad.
- Participar de programas de cooperación en turismo sostenible y comunitario en países o regiones en vías de desarrollo.

## MÁS INFORMACIÓN

Dirección Web

[www.formagrupo.com](http://www.formagrupo.com)

Facebook

[www.facebook.com/Formagrupo](http://www.facebook.com/Formagrupo)

Twitter [@formagrupo](https://twitter.com/formagrupo)

LinkedIn

[www.linkedin.com/company/formagrupo](http://www.linkedin.com/company/formagrupo)

Otra información relevante

[Descargar elemento adjunto](#)







# METODOLOGÍA

El presente Informe de Progreso está basado en la metodología de reporting por grupos de interés. El concepto de grupo de interés es clave a la hora de entender la RSE. La complejidad y el dinamismo del contexto empresarial actual ha hecho necesario adquirir un compromiso sólido con los distintos grupos de interés, afectados directa o indirectamente por la misión empresarial.

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la implantación integral de la RSE en el seno de cualquier organización. Esto permitirá a las entidades anticipar posibles riesgos u oportunidades y establecer políticas, acciones, herramientas e indicadores de seguimiento como los que se recogen en el presente informe.

La entidad que ha elaborado el siguiente Informe de Progreso ha desarrollado los siguientes pasos:

1. Seleccionar los grupos de interés más relevantes de su entidad.
2. Identificar los desafíos más significativos para los grupos de interés seleccionados
3. Neutralizar estos riesgos o materializar las oportunidades con el establecimiento de:

**Políticas:** documentos formales plasmados por escrito que definen los valores y comunicaciones de la entidad detectados en la identificación de desafíos.

**Acciones/Proyectos:** las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

**Herramientas de seguimiento:** evaluación y control de los resultados obtenidos de las acciones implementadas. Proporcionan las herramientas para controlar el cumplimiento de las políticas y ayuda a detectar fallos en el sistema de gestión para su posterior mejora.

**Indicadores de seguimiento:** datos cualitativos para medir el grado de implantación de las ideas (políticas, acciones/proyectos y herramientas de seguimiento).

El Informe de Progreso está planteado en términos de medición del progreso: no se trata de que se cumpla al 100% el primer año, el objetivo es ir progresando. El Informe de Progreso, es por tanto una demostración importante por parte de los firmantes del compromiso adquirido con el Pacto Mundial y sus Principios.



# ANÁLISIS



**DERECHOS HUMANOS**

**NORMAS LABORALES**

**MEDIOAMBIENTE**

**ANTICORRUPCIÓN**



12

Desafíos u Oportunidades contemplados



2

Desafíos u Oportunidades contemplados



1

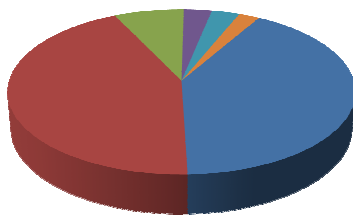
Desafíos u Oportunidades contemplados



2

Desafíos u Oportunidades contemplados

**Políticas aplicadas por grupos de interés**



- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Accionistas
- Administracion
- Comunidad
- ambiente

**CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:**

- Clientes: 56
- Empleados: 59
- Proveedores: 10
- Accionistas: 4
- Administración: 4
- Comunidad: 3
- Medio Ambiente: 1

**CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR**



246

GRUPO DE INTERÉS  
CLIENTES



---

## Valoración negativa de los clientes

Mantener e incrementar la satisfacción de nuestros clientes con nuestros productos y servicios es uno de los principales retos a los que se enfrenta nuestra organización para asegurar unas relaciones comerciales estables, la confianza del mercado y la captación de nuevos clientes y aliados que aseguren la sostenibilidad del negocio.

Ello implica evitar y minimizar cualquier riesgo derivado de valoraciones negativas, para lo cual existe una sistemática de control de calidad y mejora continua implementada en nuestra gestión diaria.

Afortunadamente, en los últimos años no hemos percibido valoraciones negativas de los clientes, al contrario, si bien éste es un desafío permanente en nuestra actividad dentro de un mercado y entorno cada vez más competitivo y exigente.

---

### Política de Calidad - Política

#### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.
- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.
- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría.
- Nº de no conformidades detectadas en las auditorías externas del sistema de gestión de calidad: 0 (2014, 2015)
- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400 + (2014).

#### Comentarios

Siguiendo nuestro sistema de calidad y el modelo de gestión de la excelencia implantado en nuestra organización, en FORMAGRUPPO llevamos a cabo una evaluación continua y estructurada de la satisfacción de los clientes con nuestros servicios, existiendo mecanismos de prevención y resolución de fallos en la prestación de servicios y canales abiertos para la recepción de quejas y reclamaciones de clientes.

#### Objetivos

- Mantener implantado, operativo y actualizado nuestro Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001, renovando la certificación en el presente ejercicio.

- Actualizar el Sistema de Gestión de Calidad a la versión ISO 9001: 2015.

- Mantener como meta el objetivo tendente a 0 de valoraciones negativas en nuestras encuestas de satisfacción.

- Elevar los indicadores de satisfacción de clientes con nuestros servicios respecto al año anterior.

[Descargar documento adjunto](#)

### Código Ético Comercial - Política Indicadores Relacionados

- Nº de clientes a los que se ha comunicado el Código Ético Comercial.

#### Comentarios

La Dirección de Operaciones está trabajando en la elaboración y aprobación de un Código Ético Comercial específico para su conocimiento y aplicación por parte de los directores de área, responsables y gestores de cuentas comerciales, así como partners y distribuidores de nuestros productos y servicios.

#### Objetivos

- Aprobación del Código Ético Comercial por parte de la Dirección General de FORMAGRUPPO.
- Comunicación y capacitación al equipo comercial, responsables de cuenta y distribuidores.
- Difusión del Código Ético entre nuestros principales clientes.
- Integración del Código Ético en los modelos de propuestas comerciales de las distintas áreas.

### Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

#### Indicadores Relacionados

- Nº de quejas/reclamaciones de clientes recibidas a través de los distintos canales de comunicación con el cliente.

#### Observaciones Genéricas

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación con sus clientes:

- Equipo comercial y responsable de área, en interlocución directa.
- Web y blog corporativo.



- Teléfono y correo electrónico
- Reuniones y grupos de trabajo.
- CRM.
- Plataformas activas de teleformación
- Redes sociales

### **Comentarios**

Existen muy distintos canales abiertos con clientes para la recepción de quejas y reclamaciones de clientes: teléfono, correo electrónico, mensajería propia de las plataformas de teleformación, redes sociales, etc. Igualmente, se maneja una herramienta CRM para compartir entre el equipo comercial cualquier incidencia en este sentido y el sistema de calidad dispone de un procedimiento de no conformidades, acciones correctivas y preventivas que contempla la sistemática adecuada para actuar en caso de detectarse cualquier valoración negativa de los clientes.

Por otra parte, la relación con los clientes es continua. Se inicia con el contacto de un Comercial, que tiene asignada esa cuenta durante todo su ciclo de vida. Cuando está activa, la cuenta tiene asignado un gestor que tiene una comunicación muy frecuente con el cliente, alerta en todo momento a la prevención de cualquier valoración negativa.

### **Objetivos**

- Mantener y actualizar los canales de comunicación interna y externa mediante el uso de las TIC

## **Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- Nº de quejas/reclamaciones de clientes recibidas a través del Servicio de Atención al cliente.

### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO mantiene un servicio permanente de atención personalizada a los clientes a través de los gestores comerciales de cuenta, responsables de área, teléfono y correo electrónico disponibles al público en todos nuestros canales de comunicación.

### **Comentarios**

El servicio de atención al cliente está alerta y dispone de un procedimiento para alertar a los gestores de cuentas y al responsable de cada área concreta de cualquier incidencia relacionada con el servicio o proyecto en cuestión, procedimiento que contempla la resolución de éstas en el plazo más corto posible.

### **Objetivos**

- Mantener un objetivo tendente a 0 de incidencias relacionadas con valoraciones negativas de los clientes.

## **Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento**

### **Indicadores Relacionados**

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

### **Comentarios**

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

### **Objetivos**

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

## **Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento**

### **Indicadores Relacionados**

- Nº de incidencias o no conformidades detectadas.

### **Observaciones Genéricas**

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

### **Comentarios**

Este procedimiento contempla como no conformidad cualquier incidencia o comunicación relacionada con una valoración negativa por parte de cualquier cliente con nuestros productos o servicios.

### **Objetivos**

- Minimizar el número de incidencias relacionadas con valoraciones negativas recibidas de clientes en 2016.

---

## Acercar la RSE al consumidor final

Como empresa firmemente comprometida con la responsabilidad social, tenemos muy presente la importancia de extender el conocimiento y aplicación de las prácticas ambiental y socialmente responsables a todos nuestros grupos de interés.

Entre ellos están los consumidores finales de productos y servicios, tanto los centenares de personas que cada año participan de nuestras acciones formativas como los ciudadanos que de algún modo reciben inputs de nuestros proyectos de calidad, sostenibilidad y turismo para distintas administraciones públicas.

Por tanto, sigue siendo para nosotros un reto importante contribuir a la difusión de la RSE y de los valores del desarrollo sostenible a todos los niveles, bien sea en el marco de nuestros propios proyectos y actividades, bien sea a través de nuestros distintos canales de comunicación con la sociedad para promover hábitos de conducta y compra socialmente responsables.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Comentarios

La Dirección General de FORMAGRUPPO aprobó en septiembre 2015 un Código Ético y de Conducta Empresarial, cuyo objetivo es trasladar a todos los grupos de interés y a la sociedad general nuestros compromisos en materia de responsabilidad social.

#### Objetivos

- Comunicar nuestro Código Ético a través de las redes sociales para acercar al consumidor las buenas prácticas en RSE.

#### Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

##### Indicadores Relacionados

- Nº de comunicaciones en Intranet y redes sociales vinculadas a la RSE.
- Eventos de difusión pública de la RSE en los que participa la compañía

#### Comentarios

Todos los canales de comunicación interna y externa se ponen al servicio de la comunicación a la sociedad de

las cuestiones de actualidad y buenas prácticas relacionadas con la RSE.

#### Objetivos

- Aumentar el número de comunicaciones relacionadas con la RSE.
- Incrementar nuestra presencia en foros y tribunas ciudadanas de difusión de la RSE.
- Monitorizar el impacto de la comunicación sobre RSE en las redes sociales.

#### Proyectos de apoyo a la difusión o implantación de sistemas RSE en empresas o entidades - Acción / Proyecto

##### Indicadores Relacionados

- Nº de jornadas/eventos de difusión de la RSE en el sector público/privado en las que participamos.
- Nº de actividades formativas realizadas sobre RSE.
- Nº de proyectos de consultoría sobre RSE.

#### Comentarios

Como empresa de consultoría y formación empresarial, algunos de nuestros proyectos están relacionados directamente con el ámbito de la sostenibilidad y la RSE

#### Objetivos

- Participar activamente o colaborar con algún proyecto relevante en el ámbito de la difusión o implantación de la gestión de la responsabilidad social.
- Aumentar nuestra oferta formativa e-learning sobre sistemas de gestión de la RSE.

#### Canales de Comunicación - Acción / Proyecto

##### Indicadores Relacionados

- Nº de comunicaciones en blog y redes sociales vinculadas a la RSE.

#### Comentarios

#### Observaciones Genéricas

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes canales de comunicación interna y externa con los consumidores y la sociedad, en particular:

- Web y blog corporativo
- Redes sociales, principalmente Facebook (más de 7.800 seguidores) y Twitter (más de 4.800 seguidores).

Esto nos garantiza un elevado impacto y la capacidad de llegar a un público amplio de consumidores a los que acercar los principios de la responsabilidad social.

### Objetivos

- Realizar una medición del número e impacto de las comunicaciones en redes sociales sobre RSE.

### Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

#### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.
- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.
- Indicador de satisfacción con servicios de consultoría.

#### Comentarios

De forma estructurada se utilizan encuestas de satisfacción, generalmente anuales. Estas están divididas en 7 diferentes: 3 de Formación (entrevista a clientes clave; e-mail a clientes no clave; alumnos) y por otro lado, Consultoría, Contratos de formación y Distribuidores. De esta forma abarcamos el amplio espectro de clientes y usuarios.

Todas ellas integran alguna cuestión que nos permite evaluar la percepción de cada grupo de interés respecto a nuestras políticas de responsabilidad social.

#### Objetivos

- Mejorar el índice de percepción social que se mide en las encuestas de satisfacción.

---

## Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes

El ejercicio transparente de nuestra relación comercial y de trabajo con los clientes es un valor asumido por todo el equipo de FORMAGRUPPO.

Extender este principio de actuación a nuestra cadena de valor sigue siendo un importante desafío para preservar nuestra imagen y reputación corporativa alejada de cualquier conducta no ética, mantener las relaciones de confianza con nuestros clientes y seguir generando ventajas competitivas como empresa caracterizada por una conducta ética y responsable.

---

## Política de Calidad - Política

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.
- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.
- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría.
- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400 + (2014).

### Comentarios

La transparencia en el ejercicio de la actividad empresarial forma parte de nuestro sistema de calidad.

### Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.
- Minimizar el número de incidencias con clientes en 2016.

## Código Ético Comercial - Política

### Indicadores Relacionados

- Nº de clientes a los que se ha comunicado el Código Ético Comercial.

### Comentarios

La Dirección de Operaciones está trabajando en la elaboración y aprobación de un Código Ético Comercial específico para su conocimiento y aplicación por parte de los directores de área, responsables y gestores de cuentas comerciales, así como partners y distribuidores de nuestros productos y servicios.

### Objetivos

- Aprobación del Código Ético Comercial por parte de la Dirección General de FORMAGRUPPO.
- Comunicación y capacitación al equipo comercial, responsables de cuenta y distribuidores.
- Difusión del Código Ético entre nuestros principales clientes.
- Integración del Código Ético en los modelos de propuestas comerciales de las distintas áreas.



## **Código Ético / Conducta - Política**

### **Indicadores Relacionados**

Código de Conducta y Ética Empresarial, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

### **Comentarios**

La satisfacción y fidelidad de nuestros alumnos y clientes (organizaciones que reciben nuestros servicios), así como la orientación de nuestro servicio a sus intereses es el eje central de nuestras políticas y estrategias, por lo cual nos comprometemos con todos ellos a:

- actuar con el máximo respeto, integridad, responsabilidad, y legalidad con todos y cada uno de nuestros alumnos y clientes a lo largo de todo el periodo de duración del servicio.
- dirigir nuestros esfuerzos a lograr la satisfacción de las necesidades de nuestros alumnos y clientes, mediante el desarrollo de una política de calidad y servicio. Periódicamente analizaremos el grado de satisfacción del alumno y cliente, poniendo en marcha las medidas oportunas para la mejora.
- establecer con el alumno y cliente las condiciones contractuales relevantes de prestación de servicio, basadas en la transparencia, y así los documentos que garanticen dicha transacción, de manera que ambas partes sean plenamente conscientes de las responsabilidades que asumen.
- no utilizar la información a la que tengamos acceso por razón de la prestación del servicio, comprometiéndonos a no reproducirla, difundirla o retener copias de la misma más allá de lo necesario, guardando absoluto secreto sobre los datos y demás información a la que tengamos conocimiento durante las relaciones comerciales
- velar por el correcto funcionamiento de nuestro sistema de recogida, tratamiento y respuesta de quejas, de forma que garanticemos la defensa de los derechos legítimos y éticos de los alumnos y clientes.
- realizar las comunicaciones de mercado guiándonos por los principios de veracidad y honestidad, velando por evitar situaciones ambiguas o que se puedan prestar a confusión sobre el mensaje contenido.

## **Objetivos**

- Incluir el Código de Conducta y Ética Empresarial como anexo en las propuestas comerciales a clientes relevantes y en proyectos donde se considere importante subrayar la conducta ética y responsable del equipo de FORMAGRUPPO en el desarrollo de su actividad y la importancia de asegurar la transparencia en la relación con los clientes.

## **Normativa Vigente - Política**

### **Indicadores Relacionados**

- N° de sanciones o multas por incumplimientos legales: 0 (2015).
- N° de no conformidades relacionadas con la identificación y cumplimiento de la legislación en las auditorías realizadas en la empresa: 0 (2015).

### **Comentarios**

El sistema de calidad de FORMAGRUPPO dispone de herramientas y sistemáticas de identificación y evaluación del cumplimiento de la normativa legal aplicable a las actividades, productos y servicios de la empresa.

### **Objetivos**

- Mantener actualizada la normativa legal aplicable a las actividades, productos y servicios de la empresa, asegurando su pleno cumplimiento.
- Establecer un proceso específico de revisión del cumplimiento de todas las cláusulas legales de los contratos que se celebren con clientes.

## **Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- N° de quejas/reclamaciones de clientes recibidas a través de los distintos canales de comunicación con el cliente.

### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación interna y externa con los clientes:

- Web corporativa
- Teléfono y correo electrónico
- Intranet

- Equipo comercial y responsables de área, en interlocución directa con sus grupos de interés.
- Reuniones y grupos de trabajo.
- CRM
- Plataformas activas de teleformación
- Redes sociales

### **Comentarios**

La transparencia en todas las comunicaciones con los clientes es un valor plenamente asumido por la organización. A través de los distintos canales de comunicación interna la Dirección y los responsables de área fomenta en todo momento la transparencia en la relación comercial con los clientes.

### **Objetivos**

- Mantener activos y mejorar en lo posible los canales de comunicación con los clientes.
- Mejorar el índice de percepción social del grupo de interés clientes.

### **Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto**

#### **Indicadores Relacionados**

- Nº de quejas/reclamaciones de clientes recibidas a través del Servicio de Atención al cliente.

#### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO mantiene un servicio permanente de atención personalizada a los clientes a través de los gestores comerciales de cuenta, responsables de área, teléfono y correo electrónico disponibles al público en todos nuestros canales de comunicación.

### **Comentarios**

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

### **Objetivos**

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

### **Visitas a clientes - Herramienta de seguimiento**

#### **Indicadores Relacionados**

- Indicadores de satisfacción de los clientes.

### **Comentarios**

Los responsables comerciales (gestores de cuentas) mantienen en todo momento una comunicación proactiva con los clientes, lo que incluye como mínimo la realización de visitas trimestrales de seguimiento de la relación.

Por tanto, la relación con los clientes es continua. Se inicia con el contacto de un Comercial, que tiene asignada esa cuenta durante toda la vida de esta. Cuando está activa esta cuenta tiene asignado un gestor que tiene una comunicación muy frecuente con el cliente. Los cauces más habituales de comunicación son las visitas a las instalaciones del cliente, teléfono y e-mail.

Las visitas a clientes son coordinadas y supervisadas por la Directora de Operaciones, y son registradas en la herramienta CRM para su seguimiento.

En las encuestas de satisfacción de clientes realizadas a finales de 2014, la pregunta "El equipo técnico de FORMAGRUPPO le asesora bien respecto a las posibilidades de formación que le conviene ejecutar" muestra un 94% de clientes satisfechos y un 100% en clientes clave (en este caso un 73% dicen que este aspecto lo resuelve mejor FORMAGRUPPO que su competencia)

La pregunta "El equipo técnico ha resuelto cualquier duda o imprevisto en modos y plazos razonables" muestra un 100% de satisfacción de clientes.

Estos indicadores son muestra de la efectividad en la implantación de esta herramienta de seguimiento.

### **Objetivos**

- Mantener al menos los mismos valores de satisfacción de los clientes en los diferentes ítems durante el presente ejercicio.

### **Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento**

#### **Indicadores Relacionados**

- Nº de conflictos evaluados por el Comité de ética.

#### **Observaciones Genéricas**

El Comité de Dirección actúa como comisión interna de control del ejercicio ético de los directivos y profesionales que conforman la organización y de las medidas de conciliación laboral y familiar implantadas.

El Comité de ética tiene asignadas las siguientes funciones:

- Vigilar el cumplimiento de las normas éticas recogidas en éste Código y, por lo tanto, exigir la adopción de aquellas medidas encaminadas a este objetivo.
- Actuar de árbitro, analizando y proponiendo soluciones acerca de las denuncias y conflictos que se produzcan por supuestas faltas al Código Ético.
- Interpretar las normas y en su caso, proponer modificaciones.
- Canalizar la comunicación sobre estos temas entre todos los sectores de la Organización para facilitar su accesibilidad, garantizar la comprensión de sus normas e implicar a las partes afectadas en su revisión.
- Proponer, en su caso, a la Dirección una política sancionadora que establezca las responsabilidades y las consecuencias por incumplimiento.

### Comentarios

Durante 2015 no fue necesario realizar ninguna evaluación de conflictos o faltas por parte del Comité de Ética.

### Objetivos

- Mantener la meta "0" de conflictos, quejas o denuncias de incumplimiento del Código Ético.

### Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

#### Indicadores Relacionados

- N° de incidencias o no conformidades detectadas.

#### Observaciones Genéricas

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

### Comentarios

Este procedimiento contempla como no conformidad cualquier incidencia o comunicación relacionada con una valoración negativa por parte de cualquier cliente con nuestros productos o servicios.

### Objetivos

- Minimizar el número de incidencias relacionadas con valoraciones negativas recibidas de clientes en 2016.

### Resultados encuestas de satisfacción clientes - Indicador de Seguimiento

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

### Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

### Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

---

## Satisfacción del cliente

La búsqueda de la excelencia empresarial y la orientación a lograr la mayor satisfacción de los clientes con nuestros servicios son valores muy arraigados en la cultura de FORMAGRUPPO. De forma no estructurada, la información sobre la percepción de los clientes se obtiene de manera rutinaria.

Los responsables y gestores de cuentas comerciales están en contacto continuo con los clientes y hacen seguimiento de su satisfacción con nuestros servicios, cada acción formativa o proyecto ejecutado.

Para evaluar la satisfacción de los clientes de forma estructurada se utilizan modelos de encuestas, generalmente anuales.

Éstas se dividen según a tipología de los clientes: 3 para clientes de Formación (entrevista a clientes clave; e-mail a clientes no clave; alumnos individuales) y por otro lado, encuestas de clientes de Consultoría, Contratos de formación y Distribuidores. De esta forma abarcamos el amplio espectro de clientes y usuarios.

Todos los cuestionarios de satisfacción de clientes son elaborados por nuestro equipo de consultores, que cuenta con varios cientos de horas destinadas específicamente a esta labor, lo que asegura su calidad y el tratamiento y análisis exhaustivo de los datos recabados de percepción de los clientes. La información obtenida es remitida a cada responsable de área para su conocimiento, además de al Comité de Dirección, se

tiene en cuenta en los planes y proyectos de mejora continua y en el diseño de los planes estratégicos.

Algunos datos que avalan nuestra gestión de la mejora continua y la evaluación de los indicadores de satisfacción de clientes son éstos:

- Indicador de satisfacción de clientes con Formagrupo como empresa de formación: 88% muy satisfechos y 12% de clientes satisfechos, total 100% (Memoria EFQM 400+, 2014, últimos datos analizados).

- Indicador de satisfacción de alumnos individuales con Formagrupo en cursos realizados: 3,45/4 (Memoria EFQM 400+, 2013, últimos datos analizados).

- Indicador de satisfacción de clientes con Formagrupo en proyectos de consultoría: 6,73/7 (Memoria EFQM 400+, 2013, últimos datos analizados).

Seguir mejorando estos indicadores de satisfacción de los clientes es otro de los desafíos que anualmente se reflejan tanto en el plan estratégico como en el plan operativo de las distintas áreas de FORMAGRUPPO.

---

## Política de Calidad - Política

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.
- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.
- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría.
- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400 + (2014).

### Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

### Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

## Código Ético Comercial - Política

### Indicadores Relacionados

- N° de clientes a los que se ha comunicado el Código Ético Comercial.

### Comentarios

La Dirección de Operaciones está trabajando en la elaboración y aprobación de un Código Ético Comercial específico para su conocimiento y aplicación por parte de los directores de área, responsables y gestores de cuentas comerciales, así como partners y distribuidores de nuestros productos y servicios.

### Objetivos

- Aprobación del Código Ético Comercial por parte de la Dirección General de FORMAGRUPPO.
- Comunicación y capacitación al equipo comercial, responsables de cuenta y distribuidores.
- Difusión del Código Ético entre nuestros principales clientes.
- Integración del Código Ético en los modelos de propuestas comerciales de las distintas áreas.

## Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- N° de quejas/reclamaciones de clientes recibidas a través de los distintos canales de comunicación con el cliente.

### Observaciones Genéricas

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación interna y externa con los clientes:

- Web corporativa
- Teléfono y correo electrónico
- Intranet
- Equipo comercial y responsables de área, en interlocución directa con sus grupos de interés.
- Reuniones y grupos de trabajo.
- CRM
- Plataformas activas de teleformación
- Redes sociales

### Comentarios

Entendemos que la comunicación con el cliente es esencial para asegurar la calidad y la satisfacción con nuestros servicios.



## Objetivos

- Mantener activos y mejorar en lo posible los canales de comunicación con los clientes.
- Mejorar los indicadores de satisfacción de clientes.

## Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

### Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

### Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

## Visitas a clientes - Herramienta de seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Indicadores de satisfacción de los clientes.

### Comentarios

Los responsables comerciales (gestores de cuentas mantienen en todo momento una comunicación proactiva con los clientes, lo que incluye como mínimo la realización de visitas trimestrales de seguimiento de la relación.

Por tanto, la relación con los clientes es continua. Se inicia con el contacto de un Comercial, que tiene asignada esa cuenta durante toda la vida de esta. Cuando está activa esta cuenta tiene asignado un gestor que tiene una comunicación muy frecuente con el cliente.

Los cauces más habituales de comunicación son las visitas a las instalaciones del cliente, teléfono y e-mail.

Las visitas a clientes son coordinadas y supervisadas por la Directora de Operaciones, y son registradas en la herramienta CRM para su seguimiento.

En las encuestas de satisfacción de clientes realizadas a finales de 2014, la pregunta "El equipo técnico de FORMAGRUPPO le asesora bien respecto a las posibilidades de formación que le conviene ejecutar" muestra un 94% de clientes satisfechos y un 100% en clientes clave (en este caso un 73% dicen que este aspecto lo resuelve mejor FORMAGRUPPO que su competencia)

La pregunta "El equipo técnico ha resuelto cualquier duda o imprevisto en modos y plazos razonables" muestra un 100% de satisfacción de clientes.

Estos indicadores son muestra de la efectividad en la implantación de esta herramienta de seguimiento.

### Objetivos

- Mantener al menos los mismos valores de satisfacción de los clientes en los diferentes ítems durante el presente ejercicio.

## Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Nº de incidencias o no conformidades detectadas.

### Observaciones Genéricas

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

### Comentarios

Este procedimiento contempla como no conformidad cualquier incidencia o comunicación relacionada con una valoración negativa por parte de cualquier cliente con nuestros productos o servicios.

### Objetivos

- Minimizar el número de incidencias relacionadas con valoraciones negativas recibidas de clientes en 2016.

## Resultados encuestas de satisfacción clientes - Indicador de Seguimiento

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

## Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

## Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

---

# Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes (LOPD)

La Dirección Comercial de FORMASTUR mantiene una cartera efectiva en su base de datos integrada de unas 450 cuentas de clientes, tanto del sector privado como público, siendo el sector privado el principal target con aproximadamente el 80% del negocio.

Esta base de datos de clientes se renueva anualmente con nuevas incorporaciones de cuentas en un porcentaje aproximadamente del 10%. Los clientes tienen una dispersión por todo el territorio nacional, siendo el mercado asturiano entre el 50 y el 60% de la cartera, Madrid alrededor de un 15% y el restante porcentaje repartido por las diferentes CC.AA.

Los clientes en el área internacional son muy concretos, generalmente asociaciones empresariales o entidades del sector público, representando apenas un 1% del total de clientes.

Toda esta información acumulada en las bases de datos de clientes supone un importante esfuerzo para prevenir cualquier riesgo de incumplir los compromisos de confidencialidad.

---

## Política de Calidad - Política

### Indicadores Relacionados

- Política de Calidad  
- Nº de no conformidades derivadas de incumplimientos de la LOPD detectadas en auditorías externas: 0 (2015)

### Comentarios

El sistema de gestión de calidad de FORMAGRUPPO integra un procedimiento para el tratamiento adecuado de la gestión de las bases de datos de clientes, asegurando la confidencialidad y el cumplimiento de la LOPD.

## Objetivos

- Mantener el objetivo de 0 no conformidades en relación con la gestión de las bases de datos de clientes.

## Código Ético / Conducta - Política

### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial de FORMAGRUPPO incluye expresamente el compromiso de:

- no utilizar la información a la que tengamos acceso por razón de la prestación del servicio, comprometiéndonos a no reproducirla, difundirla o retener copias de la misma más allá de lo necesario, guardando absoluto secreto sobre los datos y demás información a la que tengamos conocimiento durante el transcurso de las relaciones comerciales

### Objetivos

- Incluir esta cláusula del Código de Conducta y Ética Empresarial en todas las propuestas comerciales a clientes.

## Protección y confidencialidad de datos - Política

### Indicadores Relacionados

- Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes: 0 (2015)

### Comentarios

Proteger la privacidad de los datos de nuestros clientes es un asunto muy importante en nuestra organización. En cumplimiento de la LOPD, FORMASTUR tiene inscritos sus ficheros de datos personales en la Agencia de Protección de Datos y tiene implementadas las sistemáticas de control necesarias para asegurar el adecuado tratamiento de los mismos según se establece en su Manual de Seguridad.

En el año 2012, la empresa implantó un sistema de seguridad de la información (SSI), auditado y certificado según la norma ISO 27001 para el ámbito de "Actividades de formación generadas desde la oficina de Oviedo".

A pesar de que esta certificación no fue renovada en 2014, el SSI se mantiene implantado y operativo en la organización.

### **Objetivos**

- Mantener el objetivo de ausencia de reclamaciones de clientes sobre violación de la privacidad de sus datos.

### **Política de Seguridad de la Información - Política**

#### **Indicadores Relacionados**

- Política de Seguridad de la Información.

#### **Observaciones Genéricas**

En el año 2012, FORMAGRUPPO aprueba una política e incorpora un sistema de seguridad de la información, certificado bajo ISO 27001 para el ámbito de "Actividades de formación generadas desde la oficina de Oviedo".

En paralelo mantiene el sistema de calidad y medio ambiente existente pero limita la certificación a las actividades generadas desde Asturias. En 2014 y 2015 hemos hecho grandes esfuerzos en garantizar la seguridad y disponibilidad de la información. A pesar de no renovar la certificación ISO 27001 por los grandes costes que supuso y muy escaso retorno, se ha mantenido el SGSI y se han dedicado grandes esfuerzos a:

- Sistema Citrix: se ha externalizado, dejando este en manos de expertos con monitorización 24\*7.

La disponibilidad en los 6 primeros meses en uso ha sido de un 99,98% muy superior a la que teníamos anteriormente. Además se ha mejorado la velocidad (ancho de banda de subida es muy superior).

- Sistema NAS internos: aprox. El 30% de la plantilla trabaja fuera de Citrix, por las características de su trabajo. Se ha creado un sistema de NAS en 2 sedes diferentes con un sistema de copias acumulativas mucho más eficaz. La posibilidad de pérdida de datos es mínima.

- Las máquinas alquiladas en 1&1 (moodles, apps, etc.) son copiadas en el NAS Copia.

- Las sistemáticas basadas en Google Drive, Trello e Innopulse está controladas por expertos externos y hay un grado de confiabilidad muy elevado. -

De forma complementaria se ha reforzado el sistema de permisos, para garantizar la ausencia de flujos de información no controlados.

### **Normativa Vigente - Política**

#### **Indicadores Relacionados**

- Nº de sanciones o multas por incumplimientos de la LOPD: 0 (2015).

- Nº de no conformidades relacionadas con la identificación y cumplimiento de la LOPD en las auditorías realizadas en la empresa: 0 (2015).

#### **Comentarios**

El sistema de calidad de FORMAGRUPPO dispone de herramientas y sistemáticas de identificación y evaluación del cumplimiento de la normativa legal aplicable a protección de datos de los clientes.

#### **Objetivos**

- Mantener actualizada la normativa legal relacionada con la LOPD, asegurando su pleno cumplimiento.

- Establecer un proceso específico de revisión del cumplimiento de todas las cláusulas legales de los contratos que se celebren con clientes.

### **Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto**

#### **Indicadores Relacionados**

- Nº de quejas/reclamaciones de clientes sobre violación de la privacidad de los datos recibidas a través del Servicio de Atención al cliente: 0 (2015).

#### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO mantiene un servicio permanente de atención personalizada a los clientes a través de los gestores comerciales de cuenta, responsables de área, teléfono y correo electrónico disponibles al público en todos nuestros canales de comunicación.

#### **Comentarios**

El servicio de atención al cliente está alerta y dispone de un procedimiento para alertar a los gestores de cuentas y al responsable de cada área concreta de cualquier incidencia relacionada con el servicio o proyecto en cuestión, procedimiento que contempla la resolución de éstas en el plazo más corto posible.

#### **Objetivos**

- Mantener un objetivo tendente a 0 de incidencias relacionadas con reclamaciones de los clientes.

## Manual LOPD - Herramienta de seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Manual y procedimientos de seguridad de la información y cumplimiento de la LOPD.

### Comentarios

A pesar de no renovar la certificación ISO 27001 por los grandes costes que supuso y muy escaso retorno, se ha mantenido el SGSI y se mantiene operativos estos procedimientos.

### Objetivos

- Revisar y actualizar el manual y procedimientos de seguridad de la información para adecuarlos a las nuevas herramientas y TIC implantadas en la empresa.

## Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Nº de incidencias o no conformidades detectadas.

### Observaciones Genéricas

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

### Comentarios

Este procedimiento contempla como no conformidad cualquier incidencia o comunicación relacionada con reclamaciones por parte de cualquier cliente en relación a la gestión de sus datos.

### Objetivos

- Minimizar el número de incidencias relacionadas con reclamaciones recibidas de clientes en 2016.

---

## Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles

La mejora continua de la calidad en la prestación de los servicios y la excelencia en la gestión a todos los niveles dentro de nuestra organización es uno de nuestros principales retos, y como tal forma parte de nuestras políticas, estrategias y valores compartidos.

Si bien durante toda nuestra trayectoria empresarial, hemos sido reconocidos por una gestión de calidad orientada a resultados y al impacto positivo en los

clientes y en la sociedad, esa mejora continua de nuestros procesos de gestión y prestación de servicios es un desafío permanente como atributo diferencial frente a la competencia.

---

## Política de Calidad - Política

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.

- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.

- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría.

- Nº de no conformidades detectadas en las auditorías externas del sistema de gestión de calidad: 0 (2014, 2015)

- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400 + (2014).

### Comentarios

El sistema de calidad y el modelo de gestión de la excelencia implantado en nuestra organización, en FORMAGRUPPO fomentan la calidad en la prestación de servicios a todos los niveles.

### Objetivos

- Renovar la certificación de excelencia en el Modelo EFQM 400+ en 2016, aumentando la puntuación en la auditoría externa respecto a la realizada en 2014.

## Sistemas de Gestión de Calidad - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación.

- Indicador de satisfacción general de alumnos de formación.

- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría.

- Nº de no conformidades detectadas en las auditorías externas del sistema de gestión de calidad: 0 (2014, 2015)

- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400 + (2014).



## Comentarios

FORMAGRUPPO mantiene implantado y operativo desde 1999 un sistema de gestión de calidad según la norma ISO 9001 que se ha venido actualizando y renovando constantemente hasta la actualidad.

## Objetivos

- Actualizar el Sistema de Gestión de Calidad a la versión ISO 9001: 2015.
- Mantener implantado, operativo y actualizado nuestro Sistema de Gestión de Calidad según ISO 9001, renovando la certificación en el presente ejercicio.

## Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

## Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

## Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes

## Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- N° de incidencias o no conformidades detectadas.

### Observaciones Genéricas

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

## Comentarios

Este procedimiento contempla como no conformidad cualquier incidencia o comunicación relacionada con una valoración negativa por parte de cualquier cliente con nuestros productos o servicios.

## Objetivos

- Minimizar el número de incidencias relacionadas con valoraciones negativas recibidas de clientes en 2016.

## Resultados encuestas de satisfacción clientes - Indicador de Seguimiento

- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de formación.
- Indicadores de satisfacción de alumnos individuales.
- Indicadores de satisfacción de clientes con servicios de consultoría.

## Comentarios

El análisis de las encuestas de satisfacción permite detectar cualquier valoración negativa de los clientes y actuar en consecuencia según los procedimientos establecidos.

## Objetivos

- Incrementar el valor de los distintos indicadores de satisfacción de clientes.

## Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- % de empleados formados en prácticas de calidad en la gestión y el servicio en su puesto de trabajo: 100%

## Comentarios

La responsable de sistemas de gestión realiza anualmente capacitaciones específicas a todos los empleados en relación al desempeño de la calidad en cada puesto de trabajo.

El Manual de Acogida también contempla una capacitación básica en calidad para los nuevos empleados y personal en prácticas.

## Objetivos

- Analizar las necesidades formativas de los empleados de la organización en relación a los cambios en el entorno legal, el mercado, las necesidades de los clientes y la adaptación a los requisitos de la nueva versión de la norma ISO 9001.

---

## Relación duradera con los clientes

La gestión de una relación duradera con nuestros clientes y la creación de valor compartido es un desafío importante para nuestra organización, a la vez que representa una oportunidad de generar negocio sostenible.

Forman parte de nuestros valores, conocidos y asumidos por toda la organización, la integridad y coherencia en nuestros comportamientos y el compromiso de mantener en todo momento una conducta ética y responsable hacia nuestros clientes.

---

### **Política de Calidad - Política**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Código Ético / Conducta - Política**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Sistemas de Gestión de Calidad - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Visitas a clientes - Herramienta de seguimiento**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento**

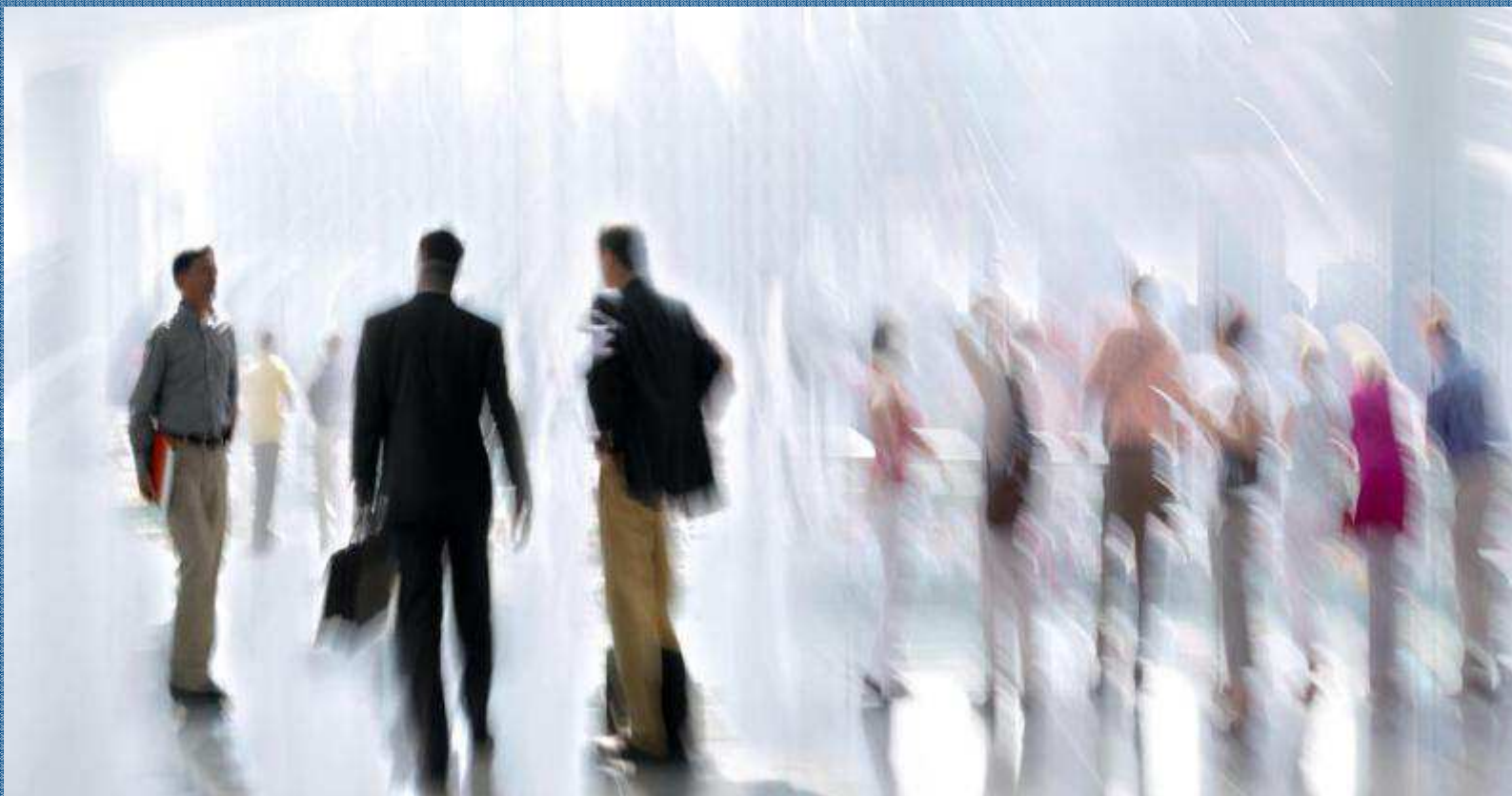
Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

## Resultados encuestas de satisfacción clientes - Indicador de Seguimiento

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.



GRUPO DE INTERÉS  
EMPLEADOS



---

## Identificación del empleado con la entidad

FORMAGRUPPO realiza grandes esfuerzos por fomentar una cultura de pertenencia a la organización alineada con su misión, visión y valores. La comunicación interna que emana de la Dirección General y se despliega a través de los Directores de área a todos los niveles fomenta esta cultura.

La encuesta de clima laboral y las evaluaciones de desempeño permiten medir el compromiso e involucración de los empleados.

Como consecuencia de la necesidad de aplicar medidas de ajuste y reorganización internas derivadas del contexto de crisis y competitividad de nuestro sector, estos indicadores han experimentado un ligero descenso en los últimos 2 años, por lo que supone para nosotros un desafío importante el volver a mejorar el clima laboral y la plena identificación y compromiso de nuestros empleados con nuestros valores corporativos.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, aprobado en 2015, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

- % de empleados que han recibido capacitación en el Código Ético.

#### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial de FORMAGRUPPO incluye entre sus compromisos en la relación con sus empleados los que se enumeran a continuación para fomentar su identificación con la entidad.

Todas las personas que trabajan en Formagrupo que en un momento determinado trabajen en nombre de ella, deben, durante el tiempo que estén ejerciendo su desempeño profesional, seguir las siguientes pautas de conducta:

· actuar con espíritu de colaboración, poniendo a disposición de los demás los conocimientos o recursos

que puedan facilitar la consecución de los objetivos e intereses de la empresa, facilitando a sus compañeros y superiores información veraz, completa y puntual acerca de la marcha de las actividades de su área de competencia cuando sea necesario para el adecuado desempeño de las funciones de éstos

· cumplir las normas de protección de salud y seguridad en el trabajo y velar por la seguridad propia, de otros empleados, de alumnos, clientes, proveedores, colaboradores y, en general, de todas las personas que pudieran verse afectadas por el desarrollo de sus actividades.

· tratar de forma justa y respetuosa a sus compañeros, a sus superiores y a sus subordinados, propiciando un entorno de trabajo agradable, saludable y seguro, sin ejercer ningún tipo de discriminación o intromisión en la intimidad.

#### Objetivos

- Diseñar píldoras formativas para la capacitación en el Código Ético a través de la Intranet de empleados.

- Integrar estos compromisos del Código Ético en el manual de acogida para nuevos empleados.

### Política de Igualdad - Política

#### Indicadores Relacionados

- Nº de reclamaciones de empleados por incumplimientos de la Política de Igualdad en la organización: 0 (2015).

- Composición de la plantilla de empleados.

- % de hombres y mujeres que ocupan puestos de responsabilidad a nivel directivo.

- Indicadores relacionados de la encuesta de clima laboral.

#### Comentarios

La igualdad efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres es y ha sido en FORMAGRUPPO una prioridad dentro de su estrategia y uno de los valores de la organización. Es por ello por lo que en el año 2007 FORMAGRUPPO ya participó en el proyecto eQi, en el marco del cual se realizó un autodiagnóstico de la organización y una evaluación por parte del equipo técnico del proyecto sobre la situación en materia de Igual de Oportunidades entre mujeres y hombres.

A raíz de los resultados de este diagnóstico se puso en marcha un plan de acción para la implantación de medidas correctoras cuya exitosa implantación supuso



el reconocimiento a la organización.

En ese mismo año, se constituyó un Comité para la prevención del acoso sexual en la empresa, compuesto por mujeres y hombres de FORMAGRUPPO, entre ellos dos miembros del Comité de Dirección de la Empresa.

Ya en el año 2011, se aprobó y publicó por parte de la Dirección General, un "Decálogo de recomendaciones para fomentar un entorno directivo integrador para mujeres y hombres en Formastur". El objeto de dicho Decálogo, es garantizar la igualdad de oportunidades efectiva entre mujeres y hombres en la empresa.

Todas estas políticas siguen vigentes en la empresa en la actualidad.

La propia composición del Comité de Dirección, o el porcentaje de trabajadoras o el mismo desconocimiento de las tendencias personales en política, creencias, etc. de nuestro personal, es muestra de la política existente en la empresa y de la garantía de esta no discriminación. Toda esta información es pública.

#### **Objetivos**

- Mantener las políticas de igualdad en la organización y actualizarla.

#### **Protocolo de Prevención del Acoso Laboral - Política**

##### **Indicadores Relacionados**

- Nº de reclamaciones de empleados o conflictos por acoso laboral en la organización: 0 (2015)

#### **Comentarios**

FORMAGRUPPO mantiene implementados protocolos efectivos de prevención del acoso laboral, no registrando históricamente hasta la fecha ningún conflicto en este sentido.

#### **Objetivos**

- Mantener operativos los protocolos de prevención del acoso laboral.

- Realizar un análisis y revisión en su caso de los protocolos por parte del Comité de Ética.

#### **PRL - Política**

##### **Indicadores Relacionados**

- Nº de incidentes/accidentes en el puesto de trabajo: 0 (2015).

#### **Comentarios**

FORMAGRUPPO. se asegura de que el desarrollo de sus actividades se realiza al amparo de las normativas nacionales e internacionales, asegurando igualmente la formación de nuestros empleados en prevención de riesgos laborales.

A través de su empresa INTEGRAL DE PREVENCIÓN, en FORMAGRUPPO se mantienen implantadas políticas y procedimientos de prevención de los riesgos laborales en cada puesto de trabajo, realizando un análisis y seguimiento anual de su efectividad

#### **Objetivos**

- Mantener la meta de 0 accidentes laborales

- Realizar capacitaciones en PRL al equipo de colaboradores externos de FORMAGRUPPO.

#### **Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto**

##### **Indicadores Relacionados**

- Indicador de uso de la Intranet.

- Indicadores de seguidores de las redes sociales de FORMAGRUPPO.

- Indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO de la Encuesta de Clima Laboral.

#### **Comentarios**

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación interna con sus empleados, preferentemente se utiliza la Intranet y los servicios internos de mensajería, además de las reuniones grupales y de equipo.

Por otra parte, la comunicación activa en redes sociales, en la que participan activamente varios empleados, tiene entre sus objetivos fomentar el sentido de pertenencia y la identificación de las personas con la organización.

La Encuesta de Clima Laboral que se realiza anualmente permite realizar el seguimiento y medición de los empleados con las herramientas de comunicación implantadas.

Los últimos datos (2014) de esta encuesta reflejan un porcentaje del 78% de empleados muy satisfechos o satisfechos con la comunicación interna y externa de la organización.

Ç

## Objetivos

- Mejorar el indicador de satisfacción de los empleados con la comunicación en FORMAGRUPPO.

## Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO de la Encuesta de Clima Laboral.

### Comentarios

Todos los empleados son informados de nuestros principios éticos (Misión, visión y valores) a través de los canales de comunicación interna existentes, como es la Intranet corporativa, las reuniones y sesiones de sensibilización llevadas a cabo por la Dirección y en el proceso anual de evaluación de desempeño mediante entrevistas personales de los empleados con sus respectivos Directores de área.

Las reuniones de equipos de trabajo, coordinadas por los responsables de cada área, están sistematizadas y se realizan de modo continuo.

## Objetivos

- Mejorar el indicador de satisfacción de los empleados con la comunicación en FORMAGRUPPO.

## Encuesta Clima Laboral - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con la organización.

- Indicador de satisfacción con el liderazgo dentro la organización.

- Indicador de satisfacción con el compañerismo en la organización.

- Indicador de satisfacción con el tipo de trabajo realizado en FORMAGRUPPO.

- Indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO.

### Comentarios

Anualmente se realizan encuestas de clima laboral a todos los empleados que permiten realizar el seguimiento y medición de estos indicadores. Los resultados de la encuesta de clima laboral son analizados por el Comité de Dirección y son un importante elemento de entrada en la elaboración del plan estratégico.

Los últimos datos de la encuesta de clima laboral, realizada en 2014 e incluidos en la Memoria EFQM 400+, reflejan los siguientes datos cuantitativos:

- Indicador de satisfacción general con la organización: 84% de empleados satisfechos frente a sólo un 4% de insatisfechos.

- Indicador de satisfacción con el liderazgo dentro la organización: 86% de empleados satisfechos frente a sólo un 9% de insatisfechos.

- Indicador de satisfacción con el compañerismo en la organización: 83% de empleados satisfechos frente a sólo un 6% de insatisfechos.

- Indicador de satisfacción con el tipo de trabajo realizado en FORMAGRUPPO: 81% de empleados satisfechos frente a sólo un 8% de insatisfechos.

- Indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO: 78% de empleados satisfechos frente a un 12% de insatisfechos.

## Objetivos

- Implementar planes de acción específicos para cada uno de estos ítems con el fin de mejorar todos los indicadores de la encuesta de clima laboral en 2016.

## Intranet - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de uso de la Intranet.

- Indicador de uso del gestor de tareas de la Intranet.

### Comentarios

Durante 2015 se implementó una nueva Intranet para mejorar la comunicación interna con un componente más social de interactividad entre los empleados. Integra distintas secciones, un gestor de tareas para equipos y destaca la posibilidad de crear grupos de trabajo específicos para proyectos concretos.

## Objetivos

- Incrementar el uso proactivo de la Intranet y el aprovechamiento de todas sus posibilidades de comunicación y trabajo cooperativo por parte de los empleados.

## **Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- Indicador de consumo de energía eléctrica.
- Indicador de consumo de papel.
- Indicador de generación de residuos de tóner de impresión.

### **Comentarios**

Uno de nuestros principales valores es el compromiso con la protección y la gestión eficiente del medio ambiente. Por ello, de acuerdo a los principios de nuestra política ambiental, intentamos en todo momento desarrollar nuestra actividad diaria con el máximo respeto por el medio ambiente, gestionando eficazmente los recursos y minimizando en lo posible el impacto ambiental de nuestros servicios.

FORMAGRUPPO considera imprescindible el que todos sus empleados, y cualquier persona que pueda trabajar en su nombre, estén sensibilizados respecto a la problemática ambiental de la empresa. Para ello, se han diseñado unas buenas prácticas ambientales que están disponibles para su consulta en la intranet de la organización.

A través de la Intranet, pero también de las redes sociales (Facebook, Twitter), se promueve de modo continuo la información y sensibilización en temas medioambientales para fomentar unos valores y cultura pro-ambientales

### **Objetivos**

- Mejorar los indicadores de desempeño ambiental.
- Actualizar el catálogo de buenas prácticas ambientales.
- Ampliar la comunicación en redes sociales sobre cuestiones de actualidad referidas a la problemática ambiental.

## **Manual de Bienvenida - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- % de nuevos empleados o personal en prácticas que reciben capacitación a través del Manual de Bienvenida: 100% (2015)

### **Comentarios**

El Manual de Acogida, implantado hace muchos años en la organización, y que se renueva y actualiza periódicamente, es una herramienta imprescindible para

fomentar el sentido de pertenencia y el conocimiento de la organización por parte de los nuevos empleados o personas en prácticas en la empresa.

### **Objetivos**

- Integrar los compromisos establecidos en el Código Ético y de Conducta en el manual de acogida para nuevos empleados.
- Nº de conflictos evaluados por el Comité de Ética.

## **Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento**

### **Observaciones Genéricas**

El Comité de Dirección actúa como comisión interna de control del ejercicio ético de los directivos y profesionales que conforman la organización y de las medidas de conciliación laboral y familiar implantadas. El Comité de ética tiene asignadas las siguientes funciones:

- Vigilar el cumplimiento de las normas éticas recogidas en éste Código y, por lo tanto, exigir la adopción de aquellas medidas encaminadas a este objetivo.
- Actuar de árbitro, analizando y proponiendo soluciones acerca de las denuncias y conflictos que se produzcan por supuestas faltas al Código Ético.
- Interpretar las normas y en su caso, proponer modificaciones.
- Canalizar la comunicación sobre estos temas entre todos los sectores de la Organización para facilitar su accesibilidad, garantizar la comprensión de sus normas e implicar a las partes afectadas en su revisión.
- Proponer, en su caso, a la Dirección una política sancionadora que establezca las responsabilidades y las consecuencias por incumplimiento.

### **Comentarios**

Durante 2015 no fue necesario realizar ninguna evaluación de conflictos o faltas por parte del Comité de Ética.

### **Objetivos**

- Mantener la meta "0" de conflictos, quejas o denuncias e incumplimiento del Código Ético.

---

## Conciliación familiar y laboral

En FORMAGRUPO existen planes y medidas de flexibilidad y conciliación de la vida personal familiar desde hace más de 10 años, que son reconocidas y valoradas por los empleados (horarios flexibles, jornadas reducidas de verano o en días a elección por el personal, teletrabajo en casos concretos gracias al uso de los nuevos sistemas TIC implantados y otras).

Este tipo de medidas nos permite asegurar una mayor disponibilidad hacia nuestros clientes, orientación al servicio y satisfacción de los empleados.

En el escenario de ajuste y competitividad actual de nuestro sector, y con el objetivo de seguir manteniendo el buen clima laboral y la implicación de los empleados con los valores compartidos dentro de nuestra organización, es un desafío importante no sólo preservar las medidas de conciliación adoptadas desde hace años, sino plantear nuevas medidas innovadoras que incrementen la productividad a la vez que faciliten el desarrollo de las personas y su calidad de vida.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, aprobado en 2015, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

- % de empleados que han recibido capacitación en el Código Ético.

#### Comentarios

Este Código establece como un compromiso de la organización hacia las personas que trabajan en FORMAGRUPO el considerar importante el desarrollo integral de la persona, por lo que se facilitará en todo momento el necesario equilibrio entre la vida profesional y vida personal

#### Objetivos

- Evaluación anual por parte del Comité de Ética del cumplimiento de los compromisos sobre conciliación establecidos en este Código.

### Política de Conciliación - Política

#### Indicadores Relacionados

- N° de reclamaciones de empleados por incumplimientos de la Política de Conciliación en la organización: 0 (2015).

- Indicadores relacionados de la encuesta de clima laboral.

#### Comentarios

A fin de garantizar la conciliación de la vida profesional, familiar y laboral y minimizar el potencial impacto que en las personas de nuestra organización pudiesen ocasionar los riesgos anteriores, la Dirección de la organización ha definido e implantado un Catálogo de Medidas de Conciliación de la vida laboral y profesional que es revisado periódicamente para adaptarlo a las necesidades de nuestras personas.

Este Catálogo, que recoge las medidas de conciliación existentes en la organización, tiene como objetivo además lograr una completa difusión de dichas medidas entre las personas que componen nuestra empresa y dotarlas de total transparencia.

Entre las medidas recogidas en el Catálogo destacan:

- Cómputo vacacional de 23 días laborables.
- Jornada continua julio, agosto, viernes de junio y septiembre y un día mensual el resto del año.
- Horario flexible de entrada y salida.
- Reducción de jornada el día del cumpleaños, 24 y 31 de diciembre y 5 de enero.
- Adaptación de la jornada por guarda legal.
- Flexibilidad en periodo de lactancia.
- Posibilidad de ausentarse para acudir a tutorías de colegios, pediatra...
- Complemento a las prestaciones de la seguridad social por enfermedad hasta el 100%
- Reparto de beneficios.
- Claridad en los conceptos retributivos.
- Formación dentro del horario laboral
- Bolsa de horas de formación

#### Objetivos

- Mantener activas las medidas de conciliación implantadas y analizar la posibilidad de aplicar nuevas

medidas de conciliación, en particular con el teletrabajo en determinados puestos.

## **Política de Igualdad - Política**

### **Indicadores Relacionados**

- N° de reclamaciones de empleados por incumplimientos de la Política de Igualdad en la organización: 0 (2015).
- Composición de la plantilla de empleados.
- % de hombres y mujeres que ocupan puestos de responsabilidad a nivel directivo.
- Indicadores relacionados de la encuesta de clima laboral.

### **Comentarios**

La igualdad efectiva de oportunidades entre mujeres y hombres es y ha sido en FORMAGRUPPO una prioridad dentro de su estrategia y uno de los valores de la organización. Es por ello por lo que en el año 2007 FORMAGRUPPO ya participó en el proyecto eQi, en el marco del cual se realizó un autodiagnóstico de la organización y una evaluación por parte del equipo técnico del proyecto sobre la situación en materia de Igual de Oportunidades entre mujeres y hombres.

A raíz de los resultados de este diagnóstico se puso en marcha un plan de acción para la implantación de medidas correctoras cuya exitosa implantación supuso el reconocimiento a la organización.

En ese mismo año, se constituyó un Comité para la prevención del acoso sexual en la empresa, compuesto por mujeres y hombres de FORMAGRUPPO, entre ellos dos miembros del Comité de Dirección de la Empresa.

Ya en el año 2011, se aprobó y publicó por parte de la Dirección General, un "Decálogo de recomendaciones para fomentar un entorno directivo integrador para mujeres y hombres en Formastur". El objeto de dicho Decálogo, es garantizar la igualdad de oportunidades efectiva entre mujeres y hombres en la empresa.

Todas estas políticas siguen vigentes en la empresa en la actualidad.

La propia composición del Comité de Dirección, o el porcentaje de trabajadoras o el mismo desconocimiento de las tendencias personales en política, creencias, etc. de nuestro personal, es muestra de la política existente en la empresa y de la garantía de esta no discriminación. Toda esta información es pública.

## **Objetivos**

- Mantener las políticas de igualdad en la organización y actualizarla

## **Medidas de conciliación (Horario flexible, teletrabajo, etc.) - Acción / Proyecto**

### **Observaciones Genéricas**

En FORMAGRUPPO existen medidas estructuradas de conciliación desde hace más de 10 años.

Hoy en día las principales tienen que ver con el horario flexible, que se ha reconocido como la más eficaz y valorada. También se aplican medidas relevantes como jornada de verano o la adopción de días de vacaciones sin necesidad de agrupar días (23 días).

Este tipo de medidas nos permiten la mayor disponibilidad hacia nuestros clientes, orientación al servicio y satisfacción de las personas al mismo tiempo.

En ciertos momentos y casos hemos podido aplicar teletrabajo, lo cual técnicamente está facilitado por la implantación de Citrix, mejorada en 2014. Según los datos de la última encuesta de clima laboral (2014), el 81% de los empleados está satisfecho con cómo puede compatibilizar la vida laboral y personal en FORMAGRUPPO.

Ver indicadores, comentarios y objetivos de apartados anteriores.

## **Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento**

### **Indicadores Relacionados**

- N° de conflictos evaluados por el Comité de Ética.

### **Observaciones Genéricas**

El Comité de Dirección actúa como comisión interna de control del ejercicio ético de los directivos y profesionales que conforman la organización y de las medidas de conciliación laboral y familiar implantadas.

El Comité de ética tiene asignadas las siguientes funciones:

- Vigilar el cumplimiento de las normas éticas recogidas en éste Código y, por lo tanto, exigir la adopción de aquellas medidas encaminadas a este objetivo.
- Actuar de árbitro, analizando y proponiendo soluciones acerca de las denuncias y conflictos que se produzcan por supuestas faltas al Código Ético.



- Interpretar las normas y en su caso, proponer modificaciones.
- Canalizar la comunicación sobre estos temas entre todos los sectores de la Organización para facilitar su accesibilidad, garantizar la comprensión de sus normas e implicar a las partes afectadas en su revisión.
- Proponer, en su caso, a la Dirección una política sancionadora que establezca las responsabilidades y las consecuencias por incumplimiento.

### Comentarios

Durante 2015 no fue necesario realizar ninguna evaluación de conflictos o faltas por parte del Comité de Ética.

### Objetivos

- Mantener la meta "0" de conflictos, quejas o denuncias de incumplimiento del Código Ético.

**Porcentaje de empleados sobre el total que disfrutaban de las medidas de conciliación (Flexibilidad horaria % Jornada reducida % Teletrabajo % Flexibilidad en los días de vacaciones o días de permiso % Otros (especificar) %) - Indicador de Seguimiento**

### Indicadores Relacionados

- %de empleados que disfrutaban de medidas de conciliación: 100% (2015).
- Indicadores relacionados de la encuesta de clima laboral.

### Comentarios

- 100%de los empleados disfrutaban de medidas de flexibilidad horaria.
- 100%de los empleados disfrutaban de flexibilidad en los días de vacaciones.
- 10%de los empleados disfrutaban de jornada reducida
- El porcentaje de empleados que disfrutaban de teletrabajo es muy variable, atendiendo a las necesidades operativas de la empresa.

### Objetivos

- Mantener activas las medidas de conciliación implantadas y analizar la posibilidad de aplicar nuevas medidas de conciliación, en particular con el teletrabajo en determinados puestos.

## Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

Todos los empleados muestran un elevado grado de sensibilización y concienciación hacia el respeto y conservación del medio ambiente, para lo cual se realizan desde hace años distintas iniciativas de capacitación y comunicación entre los empleados, tanto mediante el desarrollo de materiales informativos, como a través de la Intranet y redes sociales.

Sigue siendo un reto ser percibidos como una referencia de buenas prácticas ambientales y de extensión de la responsabilidad ambiental a todos nuestros grupos de interés, tanto en nuestras acciones formativas como a través de los distintos canales de comunicación y relación con la sociedad.

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, aprobado en 2015, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

- % de empleados que han recibido capacitación en el Código Ético.

#### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial incluye expresamente los siguientes compromisos en relación

- minimizar el consumo de recursos naturales, evitando el despilfarro y controlando los impactos generados en el desarrollo de nuestras actividades
  - controlar y reducir, cuando es viable, el volumen de generación de residuos, haciendo especial hincapié en los residuos peligrosos y apostando por el reciclaje.
  - fomentar el respeto por el medio ambiente entre aquellos grupos y personas en los que tenemos influencia.
  - implicar a las personas de nuestra organización en la mejora continua de nuestro comportamiento ambiental.
  - apostar por la utilización de tecnologías digitales como vía para reducir el consumo de papel en nuestras actividades.

## Objetivos

- Diseñar acciones específicas de capacitación al personal en 2016 sobre cada uno de estos compromisos del Código Ético.

## Conjunto de buenas prácticas para reducir el consumo de papel - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de consumo de papel  
- Indicador de generación de residuos de tóner de impresión.

### Comentarios

Aunque en febrero de 2014 la organización decidió, en el marco de su política de ajuste de gasto, prescindir de la certificación ISO 14001, el Sistema de Gestión Ambiental de la organización continúa implantado y mantenido al día, realizándose una medición de su desempeño ambiental.

Uno de los principales aspectos ambientales de la organización es el consumo de papel, fundamentalmente el ocasionado por la producción de unidades didácticas para la formación a distancia. Así, por lo que respecta al consumo de papel y de tóner, se han definido objetivos encaminados a impulsar la formación a distancia en formato e-learning (ampliación del catálogo e-learning mediante el traspaso de cursos en papel a dicho formato, el desarrollo de nuevos cursos y la incorporación de cursos de proveedores) potenciando la misma frente a la formación a distancia en formato papel.

## Objetivos

- Aumentar la oferta de cursos e-learning en detrimento del formato en papel  
- Reducir el indicador de consumo de papel y tóner.

## Intranet - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de uso de la Intranet.

### Comentarios

A través de la Intranet se fomenta la aplicación de buenas prácticas ambientales para reducir el consumo de papel.

## Objetivos

- Diseñar píldoras de sensibilización ambiental específicas para su comunicación a través de la Intranet.

## Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicador de consumo de papel.  
- Indicador de generación de residuos de tóner de impresión.

### Comentarios

Uno de nuestros principales valores es el compromiso con la protección y la gestión eficiente del medio ambiente. Por ello, de acuerdo a los principios de nuestra política ambiental, intentamos en todo momento desarrollar nuestra actividad diaria con el máximo respeto por el medio ambiente, gestionando eficazmente los recursos y minimizando en lo posible el impacto ambiental de nuestros servicios.

FORMAGRUPPO considera imprescindible el que todos sus empleados, y cualquier persona que pueda trabajar en su nombre, estén sensibilizados respecto a la problemática ambiental de la empresa. Para ello, se han diseñado unas buenas prácticas ambientales que están disponibles para su consulta en la intranet de la organización.

A través de la Intranet, pero también de las redes sociales (Facebook, Twitter), se promueve de modo continuo la información y sensibilización en temas medioambientales para fomentar unos valores y cultura pro-ambientales

## Objetivos

- Mejorar los indicadores de desempeño ambiental.  
- Actualizar el catálogo de buenas prácticas ambientales.  
- Ampliar la comunicación en redes sociales sobre cuestiones de actualidad referidas a la problemática ambiental.

## Difusión de la Política - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Política Ambiental

### Observaciones Genéricas

Las políticas de calidad y medio ambiente se difunden activamente a todos los grupos de interés a través de

los diferentes canales de comunicación interna y externa de la compañía.

### Comentarios

La Política Ambiental incluye entre los compromisos expresos de la empresa: - El desarrollo de acciones de formación y sensibilización que contribuyan a fomentar el respeto por el medio ambiente entre nuestros clientes y en la sociedad en general.

[Descargar documento adjunto](#)

## Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- % de empleados que han recibido formación en temas ambientales relacionados con su puesto de trabajo: 1005 (2015)

### Comentarios

- 100% de los empleados han recibido sensibilización y formación en buenas prácticas ambientales.

---

## Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

Mejorar la formación continua de nuestros técnicos, consultores y formadores, incrementar sus habilidades, es siempre un reto para una empresa que se basa en la prestación de servicios profesionales de capacitación y consultoría de las personas para las personas.

Las evaluaciones de competencias y desempeño profesional de los empleados y colaboradores que se llevan a cabo muestran muy buenos índices en este sentido, y así son reconocidos por nuestros clientes.

No obstante, dada la rápida evolución del entorno social, empresarial y productivo, seguimos manteniendo el reto de asegurar el reciclaje continuo en los nuevos conocimientos y tecnologías por parte de todos nuestros empleados y colaboradores con el fin de asegurar la sostenibilidad y la adecuación a los cambios de nuestra oferta de productos y servicios.

---

## Política de Igualdad - Política

### Indicadores Relacionados

- Composición por sexos de la plantilla de empleados.
- % de hombres y mujeres que ocupan puestos de responsabilidad a nivel directivo.
- Indicadores de desempeño segmentados por sexos.
- Indicadores relacionados de la encuesta de clima laboral.

### Comentarios

Ver comentarios y objetivos anteriormente referidos.

## PRL - Política

### Indicadores Relacionados

- N° de incidentes/accidentes en el puesto de trabajo: 0 (2015).

### Comentarios

FORMAGRUPPO se asegura de que el desarrollo de sus actividades se realiza al amparo de las normativas nacionales e internacionales, asegurando igualmente la formación de nuestros empleados en prevención de riesgos laborales.

A través de su empresa INTEGRAL DE PREVENCIÓN, en FORMAGRUPPO se mantienen implantadas políticas y procedimientos de prevención de los riesgos laborales en cada puesto de trabajo, realizando un análisis y seguimiento anual de su efectividad

### Objetivos

- Mantener la meta de 0 accidentes laborales
- Realizar capacitaciones en PRL al equipo de empleados, vinculadas a actualizaciones de la normativa vigente en materia de seguridad y salud laboral.
- Realizar capacitaciones en PRL al equipo de colaboradores externos de FORMAGRUPPO.

## Formación - Política

### Indicadores Relacionados

- Cumplimiento general del nivel competencial por áreas (Dirección y Responsables, Comercial, Técnicos y áreas de apoyo tecnológico y administrativo).
- Nivel competencial de Dirección y Responsables evaluado según competencias clave.
- Nivel competencial de Comerciales evaluado según competencias clave.

- Nivel competencial de Técnicos evaluado según competencias clave.

- Indicador de satisfacción con el tipo de trabajo realizado en FORMAGRUPPO.

### **Comentarios**

La encuesta de clima laboral y la evaluación de desempeño son elementos clave a tener en cuenta para el establecimiento de objetivos relacionados con las personas en el Plan Operativo Anual que se despliega anualmente del Plan Estratégico.

Se ha realizado evaluación de desempeño desde el año 2005. Se ha pasado por diferentes experiencias y con diferentes expertos, externos e internos. En 2014 hemos partido del último método existente y mediante aprendizaje de la metodología usada por otras empresas de 400+ y 500+ hemos reenfocado el método haciéndolo más simple y usable. El resultado ha sido muy satisfactorio y se ha evaluado al 100% de la plantilla estable de FORMAGRUPPO.

Creemos en las acciones de capacitación más allá de la formación "tradicional". En línea con nuestro método "ObsFor", primero debemos observar las necesidades concretas, después buscar la persona que mejor puede resolver esas necesidades, interna o externa y tras llevar a cabo una capacitación muy a medida, verificar in situ la eficacia. La mayor parte de las acciones de los últimos años han sido en esta línea, muy ligadas a la incorporación de nuevas metodologías de trabajo.

### **Objetivos**

- Alcanzar un incremento mínimo del 10% en la evaluación de las competencias clave en la próxima evaluación de desempeño (2016).

### **Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto**

#### **Indicadores Relacionados**

- Indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO.

#### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación interna y externa con sus empleados.

### **Comentarios**

Todos los canales de comunicación están al servicio de la capacitación interna de los empleados en línea con

innovadores métodos de formación que aplicamos en nuestros clientes.

### **Objetivos**

- Mejorar el indicador de satisfacción con la comunicación en FORMAGRUPPO.

- Desarrollar acciones formativas innovadoras y que optimicen el uso de las TIC a través de nuestros canales de comunicación interna y externa, que favorezcan el reciclaje y la mejora de las competencias de nuestro equipo de personas de modo compatible con el aprovechamiento de la jornada laboral y la conciliación familiar.

### **Intranet - Acción / Proyecto**

#### **Indicadores Relacionados**

- Indicador de uso de la Intranet.

- Indicador de uso del gestor de tareas de la Intranet.

### **Comentarios**

La Intranet se utiliza habitualmente como herramienta de formación y mejora de las competencias de los empleados.

### **Objetivos**

- Diseñar píldoras de formación específicas en nuevas temáticas de interés para el negocio (legislación, cambios laborales, TIC, sostenibilidad, etc.) para su implantación a través de la Intranet.

### **Salud mejor y más accesible - Acción / Proyecto**

#### **Indicadores Relacionados**

- % de empleados que han participado del Programa "Empresa Saludable" de FORMAGRUPPO: 100% (2015).

### **Comentarios**

En el año 2015, el área de Innovación y Desarrollo de FORMAGRUPPO desarrolló el proyecto "Empresa Saludable" para promover internamente en la organización una cultura, clima y prácticas a favor de un entorno que promueva la salud y el bienestar de los empleados así como la efectividad empresarial.

Los objetivos de este proyecto eran:

- Mejorar la calidad de vida de las personas que integran FORMAGRUPPO

- Prevenir o minimizar el riesgo de aparición de enfermedades no transmisibles.

- Hacer a la organización más productiva al reducir el absentismo laboral, reducir el presentismo, desarrollar la resiliencia de las personas y generar un ambiente más satisfactorio de trabajo para fomentar la motivación, incrementar el sentido de pertenencia, contribuir a retener el talento y mejorar el clima laboral

- Potenciar la responsabilidad social de la empresa transmitiendo una imagen comprometida con las personas y la sociedad

El proyecto fue presentado públicamente en la Jornada "Empresa saludable: la rentabilidad de la Salud", celebrada en julio de 2015 en el Instituto Asturiano de Prevención de Riesgos Laborales.

En esta jornada, además del Director General y el Director de Seguridad y Salud de FORMAGRUPPO, participaron:

- El doctor Nicolás Terrados, director de la Unidad Regional de Medicina Deportiva del Principado
- Mónica Montoza González, jefa de la Unidad de Vigilancia de la Salud Noroeste del Grupo Gas Natural Fenosa.
- Juan Lucas García González, director de la Delegación de AENOR en Asturias
- Miryam Hernández Fernández, directora del Instituto Asturiano de Prevención de Riesgos Laborales.
- Antonio González Hernández, director general de Trabajo del Principado de Asturias.

Todo ellos coincidieron en destacar los beneficios que reporta a las empresas impulsar políticas activas de salud y vida saludable en el ámbito de sus Recursos Humanos.

El Programa "Empresa Saludable" se estructura en 4 fases: diagnóstico, sensibilización, gamificación y seguimiento. Durante el 2º semestre de 2015, este programa fue testado e implementado con éxito entre los empleados de FORMAGRUPPO.

Este éxito del Programa y su impacto positivo interno en la organización motivó a la Dirección General a difundir la iniciativa y ponerla a disposición de nuestros clientes y otros grupos de interés como un método eficaz e innovador de promover hábitos de trabajo saludables en sus organizaciones.

Para ello, se creó el microsite [www.empresaysalud.com](http://www.empresaysalud.com), donde está disponible la información acerca del Programa.

## Objetivos

- Implantar una 2ª fase del Programa Empresa Saludable en la organización.
- Realizar nuevas acciones de difusión de la iniciativa.
- Convertir el Programa Empresa Saludable en una propuesta de creación de valor en seguridad y salud laboral para nuestros clientes.

## Porcentaje de empleados sobre el total que han recibido formación - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- % de empleados que han recibido formación en conocimientos y habilidades necesarias para su puesto de trabajo: 100%

## Evaluación de la Formación - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- Cumplimiento general del nivel competencial por áreas (Dirección y Responsables, Comercial, Técnicos y áreas de apoyo tecnológico y administrativo).
- Nivel competencial de Dirección y Responsables evaluado según competencias clave.
- Nivel competencial de Comerciales evaluado según competencias clave.
- Nivel competencial de Técnicos evaluado según competencias clave.
- Indicador de satisfacción con el tipo de trabajo realizado en FORMAGRUPPO.

## Comentarios

Como se mencionó anteriormente, la evaluación de la formación se realiza a través de las evaluaciones de desempeño en base a competencias de las distintas personas que conforman la organización.

Igualmente, se realiza un seguimiento de su eficacia a través de las revisiones por la Dirección del sistema de gestión de calidad y en el proceso de reflexión y análisis estratégico.

La encuesta de clima laboral nos permite medir la satisfacción de los empleados con la formación recibida por parte de la empresa.

## Objetivos

- Alcanzar un incremento mínimo del 10% en la evaluación de las competencias clave en la próxima evaluación de desempeño (2016).

- Mejorar el indicador de satisfacción con la formación recibida en FORMAGRUPPO en la Encuesta de Clima Laboral.

## Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

### Indicadores Relacionados

- N° de incidencias o no conformidades detectadas en el sistema de calidad.

### Observaciones Genéricas

El Sistema de Gestión de Calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento actualizado y auditado de gestión de incidencias y no conformidades que prevé la realización de acciones correctivas y preventivas en caso de que éstas se produzcan.

### Comentarios

La detección de no conformidades en la prestación del servicio es un buen método de evaluación y seguimiento de la efectividad de la formación impartida en la empresa.

El escaso número de NC detectadas, prácticamente 0, es una garantía de la eficacia de las acciones formativas desarrolladas en FORMAGRUPPO.

### Objetivos

- Minimizar el número de no conformidades cuyo análisis de causa esté relacionado con la falta de cualificación o competencias del personal.

---

## Buen ambiente laboral

FORMAGRUPPO realiza desde hace 10 años encuestas de clima laboral de forma bienal. Los resultados de estas encuestas son la base para establecer un plan de acción para asegurar y mejorar el clima laboral, donde se contemplan las medidas de flexibilidad y otras que buscan combinar la mejora de la calidad de vida de sus empleados y la conciliación de la vida familiar y laboral con la mejora continua de la satisfacción de sus clientes.

En 2012, el porcentaje de empleados satisfechos o muy satisfechos con el clima laboral era de un 97% con un 3% de indecisos.

Sin embargo, los resultados de la última encuesta de clima (2014) arrojan un descenso negativo en este indicador de recursos humanos, con un 84% de empleados satisfechos o muy satisfechos, un 12% de indecisos y un 4% de empleados insatisfechos. Estos

resultados se deben con toda probabilidad a las medidas temporales de ajuste de salarios y reducción de costes laborales que fue necesario implementar estos últimos años para la sostenibilidad del negocio en un escenario de contracción económica.

Las encuestas de clima laboral analizan otros indicadores de satisfacción de los empleados (liderazgo, comunicación interna, compañerismo, trabajo realizado, etc.) que se analizan y gestionan de acuerdo a planes de acción específicos.

Por tanto, como comentábamos anteriormente, mantener y mejorar el ambiente laboral como empresa que somos de personas para las personas y como factor crítico de éxito y calidad en nuestros servicios.

---

### Política de Igualdad - Política

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### Protocolo de Prevención del Acoso Laboral - Política

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### PRL - Política

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### Código Ético / Conducta - Política

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### Encuesta Clima Laboral - Acción / Proyecto

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.



### **Intranet - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Canales de Comunicación - Acción / Proyecto**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

### **Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento**

Ver indicadores, comentarios y objetivos en relación a este grupo de interés referidos en los apartados anteriores.

GRUPO DE INTERÉS

# PROVEEDORES



---

## Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE

La extensión de la responsabilidad ambiental y social hacia atrás en nuestra cadena de valor está integrada en nuestras políticas de calidad y medio ambiente.

No obstante, el objetivo es proseguir en esta línea, de acuerdo a los principios de nuestro Código Ético y de Conducta, incorporando nuevos requisitos en materia de RSE a los proveedores más relevantes y aumentando la proporción total de proveedores que cumplan con unos criterios básicos de conducta ética y responsable.

---

### Política de Calidad - Política

#### Indicadores Relacionados

- Indicadores de percepción de los proveedores clave.

#### Comentarios

Los proveedores y partners clave para FORMAGRUP0 son:

- Colaboradores clave: aquellos externos que nos representan un gran volumen de horas y/o de los que tenemos gran dependencia para prestar nuestro servicio. Se trata de formadores, redactores y consultores.

- Otro tipo de colaboradores clave son las personas que nos asisten al desarrollo de aplicaciones y de e-learning. Tenemos una relación con ellos de forma que no sólo ejecutan trabajos, sino que están al día de las tendencias de su especialidad y nos asesoran de forma proactiva

Con todos ellos tenemos acuerdos marco o contratos, donde quedan claras las expectativas mutuas y tenemos reuniones periódicas para profundizar en ellas y ver el grado de rendimiento alcanzado.

Para los proveedores clave, en el tipo de contrato clarificamos el comportamiento ético que deben tener como representantes nuestros.

Bienalmente se realiza una medición de su percepción en base a entrevistas y se actúa en función de los resultados.

#### Objetivos

- Mejorar los indicadores de percepción de los proveedores y colaboradores clave.

## Envío de comunicaciones a proveedores sobre la adhesión de su empresa a la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas - Acción / Proyecto

#### Indicadores Relacionados

- % de proveedores relevantes a los que se la enviado información sobre la adhesión al Pacto Mundial.

- % de colaboradores (consultores, formadores y técnicos externos) a los que se la enviado información sobre la adhesión al Pacto Mundial.

- N° de proveedores clave firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

#### Comentarios

La información relativa a nuestra adhesión al Pacto Mundial es pública en nuestra web y se realizan comunicaciones periódicas en las que se hace mención específica a ello en nuestras redes sociales (Facebook, Twitter).

#### Objetivos

- Diseñar una comunicación de impacto sobre la adhesión de FORMAGRUP0 al Pacto Mundial para el envío en 2016 a todos los proveedores y colaboradores clave, fomentando entre este grupo de interés tan relevante su interés y adhesión a la iniciativa.

## Sistemas de Gestión de Calidad - Acción / Proyecto

#### Indicadores Relacionados

- % de proveedores actuales homologados en el sistema de calidad en base a requisitos de calidad y ambientales.

- % de de colaboradores (consultores, formadores y técnicos externos) homologados en el sistema de calidad en base a requisitos de calidad y ambientales.

#### Objetivos

- Revisar e incluir criterios de compra responsable y requisitos evaluables específicos de RSE a los proveedores en el sistema de calidad.

## Difusión del Código Ético entre los proveedores - Acción / Proyecto

#### Indicadores Relacionados

- % de proveedores clave a los que se ha difundido el Código de Conducta y Ética.

- % de colaboradores clave a los que se ha difundido el Código de Conducta y Ética.

## Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial fue aprobado por la Dirección General el último trimestre de 2015, por lo que aún no podido ser difundido a todos los proveedores y colaboradores clave.

## Objetivos

- Comunicar el Código de Conducta y Ética Empresarial a todos los proveedores y colaboradores clave durante 2016.

## Canales de Comunicación - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Indicadores de percepción de los proveedores clave.

## Comentarios

Con los formadores y consultores se trabaja con un estrecho seguimiento por parte del gestor de cada cuenta de cliente (Hasta octubre de 2014 la información quedaba registrada en el sistema de alta de contratos SAC y desde 2015 en la herramienta tecnológica Innopulse).

A partir de ahora pretendemos que la nueva Intranet también genere espacios de colaboración y comunicación con los colaboradores clave. También usamos un grupo cerrado en la red social LinkedIn como fuente de colaboradores.

Los colaboradores de desarrollo (apps, e-learning, etc.) son gestionados mediante proyectos con la herramienta Trello, para una perfecta coordinación y seguimiento de los trabajos realizados.

## Objetivos

- Revisar la eficacia y mejorar el uso de los canales de comunicación con los proveedores clave.

## Homologación de proveedores - Herramienta de seguimiento

### Indicadores Relacionados

- % de proveedores actuales homologados en el sistema de calidad en base a requisitos de calidad y ambientales.

- % de de colaboradores (consultores, formadores y técnicos externos) homologados en el sistema de calidad en base a requisitos de calidad y ambientales.

## Comentarios

El sistema de gestión de calidad de FORMAGRUPPO incluye un procedimiento contrastado de identificación, evaluación y homologación de proveedores en base a requisitos de calidad de servicio y cuestiones ambientales.

## Objetivos

- Homologar al menos a un 75% de los proveedores clave según criterios de compra responsable y requisitos evaluables específicos de RSE.

---

## Mejorar el conocimiento de los proveedores en materia de RSE

En línea con el desafío anterior, y aún más como empresa de formación y consultoría que somos, tenemos claro que debemos ejercer un rol protagonista y capacitador de nuestros proveedores en la difusión y la mejora del conocimiento de lo que es e implica ser una empresa socialmente más responsable.

Por eso, nos hemos marcado como objetivo desarrollar reuniones y grupos de trabajo con nuestros proveedores más relevantes para poder orientarles y ayudarles en este sentido si así lo requieren.

---

## Envío de comunicaciones a proveedores sobre la adhesión de su empresa a la iniciativa de Pacto Mundial de Naciones Unidas - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- % de proveedores relevantes a los que se la enviado información sobre la adhesión al Pacto Mundial.

- % de colaboradores (consultores, formadores y técnicos externos) a los que se la enviado información sobre la adhesión al Pacto Mundial.

- Nº de proveedores clave firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

## Comentarios

La información relativa a nuestra adhesión al Pacto Mundial es pública en nuestra web y se realizan comunicaciones periódicas en las que se hace mención específica a ello en nuestras redes sociales (Facebook, Twitter).

## Objetivos

- Diseñar una comunicación de impacto sobre la adhesión de FORMAGRUPPO al Pacto Mundial para el envío en 2016 a todos los proveedores y colaboradores clave, fomentando entre este grupo de interés tan relevante el conocimiento, interés y a ser posible su adhesión a la iniciativa.

## Difusión del Código Ético entre los proveedores - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- % de proveedores relevantes a los que se le ha enviado el Código de Conducta y Ética.
- % de colaboradores (consultores, formadores y técnicos externos) a los que se le ha enviado y han suscrito el Código de Conducta y Ética.

### Comentarios

Se promoverá la distribución del de Conducta y Ética a todas las personas que trabajan en la empresa o en nombre de ella, siendo, al mismo tiempo, un documento que podrá difundirse forma pública a toda la sociedad, a través de nuestra página web o cualquier otro medio de comunicación que se considere. A su vez la página web será el medio por el cual cualquier interesado puede consultar dudas o remitir información acerca del Código Ético.

## Objetivos

- Comunicar el Código de Conducta y Ética Empresarial a todos los proveedores y colaboradores clave durante 2016.

## Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- N° de comunicaciones en Intranet relativas a temas de RSE y proveedores.
- N° de publicaciones en el blog corporativo sobre temas de responsabilidad social.
- N° de publicaciones en Facebook sobre temas de responsabilidad social.
- Indicador de percepción social de proveedores.

### Observaciones Genéricas

FORMAGRUPPO tiene implementadas diferentes herramientas y canales de comunicación interna y externa con sus diferentes grupos de interés:

- Web y blog corporativo.
- Teléfono y correo electrónico
- Intranet
- Equipo comercial y responsables de área, en interlocución directa con sus grupos de interés.
- Reuniones y grupos de trabajo.
- CRM
- Plataformas activas de teleformación
- Redes sociales

### Comentarios

La comunicación sobre distintas cuestiones de actualidad e iniciativas sobre responsabilidad social es bastante asidua tanto en la comunicación interna (Intranet), como en particular en los medios principales de comunicación externa (blog, redes sociales).

## Objetivos

- Realizar una medición del número e impacto de las comunicaciones en redes sociales sobre RSE.

GRUPO DE INTERÉS

# SOCIOS





---

## Satisfacción de expectativas

A pesar de unos últimos años de contracción del mercado que implicaron la reducción de los beneficios empresariales, nuestra compañía sigue contando con el firme compromiso y la confianza en nuestro modelo de negocio por parte de los socios.

Una confianza a la que contribuye sin ninguna duda un gobierno corporativo basado en la ética y en la conducta socialmente responsable.

Como uno de nuestros de interés más relevantes, seguir manteniendo cada año el compromiso y la confianza de las personas que aportan solvencia y recursos económicos a la empresa, satisfacer sus expectativas de rentabilidad y sostenibilidad del modelo de negocio, es siempre uno de los mayores retos de FORMAGRUPPO.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

#### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial de FORMAGRUPPO incluye entre sus compromisos en la relación con sus socios propietarios:

- Basar las relaciones con los propietarios en los principios de confianza y honestidad, cumpliendo con sus obligaciones de información y gestión con lealtad, diálogo y espíritu de cooperación.
- Conservar, proteger y aumentará los bienes de los propietarios, buscando la maximización de los beneficios y el valor del inversor, siempre desde el respeto a la legalidad vigente y el cumplimiento de los principios y normas recogidos en el Código.
- Ante situaciones que puedan implicar un conflicto de intereses entre la dirección de la organización y los propietarios, siempre se antepondrán los intereses legítimos de la organización a los intereses particulares de cualquiera de ellos.

### Objetivos

- Cumplimiento estricto de los compromisos asumidos en el Código de Conducta y Ética Empresarial con los socios.

### Plan de negocio - Política

#### Indicadores Relacionados

- Volumen de facturación.
- Volumen de facturación segmentado por mercados nacionales e internacionales.
- Rentabilidad.
- Evolución de fondos propios.

#### Comentarios

A inicios de cada año, para la elaboración del Plan Operativo Anual (POA, nuestro plan de negocio), los responsables de las diferentes áreas de negocio realizan una revisión de sus productos y servicios con la Dirección de la organización para identificar las necesidades de incorporar nuevos productos y servicios a la cartera o tomar decisiones sobre la retirada de la misma de alguno de ellos.

Esta revisión y el establecimiento de los objetivos anuales de facturación y rentabilidad de negocio, totales y por área, se realiza en base a:

- El análisis de la rentabilidad de los diferentes productos y servicios y su impacto sobre los resultados de la organización.
- El análisis de las tendencias del mercado y los cambios culturales. Así, por ejemplo, en el último año, se ha incorporado a la cartera de productos y servicios aspectos relacionados con la internacionalización y la gestión del cambio cultural en las organizaciones.
- El feed-back recibido de nuestros clientes en relación a su satisfacción con la cartera de productos y servicios y a sus nuevas necesidades.
- Sugerencias recibidas por colaboradores, incluyendo formulario de detección de necesidades formativas que los formadores deben cumplimentar una vez finalizada la misma.
- Novedades legislativas, por ejemplo formación de la TPC o eliminación de determinadas ayudas económicas relacionados con la ejecución de los mismos.

- El análisis de la cartera de productos y servicios de la competencia.

Una vez definido el POA, éste se comunica a los socios y se aprueba en Junta de Accionistas para su entrada en vigor.

### **Objetivos**

- Incrementar la facturación y rentabilidad para los socios en el presente ejercicio

## **Transparencia en la gestión - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- Indicador de percepción de la gestión de la organización en base a entrevista de necesidades y expectativas que se realiza con los socios anualmente para elaborar el plan estratégico.

### **Comentarios**

El sustento del Código de Conducta y Ética Empresarial está basado en la honestidad, la dignidad, el respeto, la lealtad, la dedicación, la eficacia, la transparencia y la conciencia para orientar los comportamientos de quienes forman parte de la transparencia y la conciencia para orientar los comportamientos de quienes forman parte de la compañía.

La transparencia en el ejercicio de la información y comunicación hacia los socios es coherente por tanto con el valor de la transparencia en la conducta empresarial

### **Objetivos**

- Mantener el status quo actual de buena relación y ausencia de conflictos con los socios de la compañía.

## **Canales de comunicación - Herramienta de seguimiento**

### **Comentarios**

Existen distintos canales abiertos de carácter informal con los socios, comunicaciones que son canalizadas a través del Director General. Los canales de comunicación formal son las distintas Juntas de Accionistas, que se realizan con carácter mensual, convocadas por el Director General.

### **Objetivos**

- Mantener el status quo actual de buena relación y ausencia de conflictos con los socios de la compañía.



GRUPO DE INTERÉS

# ADMINISTRACIÓN



---

## Contratos transparentes con la administración pública

Si bien el volumen principal de negocio de FORMAGRUPPO es con empresas del sector privado, aproximadamente un 15% de la facturación total proviene de contratos y proyectos ejecutados para distintas administraciones o sociedades públicas (Consejerías y Direcciones Regionales, Entidades Locales, Grupos de Desarrollo Local, organismos públicos de promoción económica y empleo, autoridades portuarias y otras empresas públicas).

La mayor parte de estos contratos son resultantes de procesos de licitación, petición de ofertas y/o concurso público que aseguran una plena transparencia y respeto a la legalidad por todas las partes implicadas.

En todo caso, y en previsión de incrementar este volumen de negocio y actividad con muy distintas administraciones u organizaciones del sector público, nos planteamos como reto el control del cumplimiento estricto de nuestro Código Ético y de Conducta para alejar cualquier sombra de conducta no ética o ilegalidad en el futuro.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

- Indicador de percepción social de que actuamos de acuerdo a valores y principios éticos: 70 % muy de acuerdo y 30% de acuerdo para clientes de AA.PP. (2015)

#### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial de FORMAGRUPPO incluye entre sus compromisos en la relación con las distintas Administraciones públicas:

- Establecer relaciones leales y con espíritu de cooperación basadas en la buena fe con la Administración, así como en los órganos consultivos y asesores del sector, creando vínculos que favorezcan la información y colaboración y actuando con responsabilidad y poniendo nuestra influencia, experiencia y conocimiento al servicio del bien común.
- Evitar toda actuación que busque influir en las

decisiones de los funcionarios mediante prebendas de cualquier tipo.

#### Objetivos

- Incluir el Código de Conducta y Ética Empresarial como anexo en todos aquellos contratos que se celebren con la Administración Pública.

#### Normativa Vigente - Política

##### Indicadores Relacionados

- Nº de sanciones o multas por incumplimientos legales: 0 (2015).

- Nº de no conformidades relacionadas con la identificación y cumplimiento de la legislación en las auditorías realizadas en la empresa: 0 (2015).

#### Comentarios

Un porcentaje de aproximadamente el 15% de la facturación total de FORMAGRUPPO tiene su origen en la prestación de servicios para distintas Administraciones o empresas públicas, tanto en Asturias como a nivel nacional o internacional.

#### Objetivos

- Mantener actualizada la normativa legal aplicable a las actividades, productos y servicios de la empresa, asegurando su pleno cumplimiento.

- Establecer un proceso específico de revisión del cumplimiento de todas las cláusulas legales de los contratos que se celebren con las Administraciones Públicas.

#### Política de Calidad - Política

##### Indicadores Relacionados

- Indicador de satisfacción general con servicios de formación prestados para Administraciones públicas.

- Indicador de satisfacción general con servicios de consultoría prestados para Administraciones públicas...

- Nº de no conformidades detectadas en las auditorías externas del sistema de gestión de calidad: 0 (2014, 2015)

- Nivel de puntuación en las evaluaciones de excelencia según el Modelo EFQM: 400+ (2014).

#### Comentarios

Siguiendo nuestro sistema de calidad y el modelo de gestión de la excelencia implantado en nuestra

organización, en FORMAGRUPPO llevamos a cabo una evaluación continua y estructurada de la satisfacción de los clientes de las distintas Administraciones públicas con nuestros servicios.

### **Objetivos**

- Medir los indicadores específicos de satisfacción general con servicios de formación y consultoría en contratos con las Administraciones Públicas.

## **Servicios de atención al cliente - Acción / Proyecto**

### **Indicadores Relacionados**

- Nº de quejas o reclamaciones recibidas a través del Servicio de Atención al Cliente en contratos prestados para Administraciones Públicas: 0 (2015)

### **Observaciones Genéricas**

FORMAGRUPPO mantiene un servicio permanente de atención personalizada a los clientes a través de los gestores comerciales de cuenta, responsables de área, teléfono y correo electrónico disponibles al público en todos nuestros canales de comunicación.

### **Comentarios**

En todos los contratos prestados para Administraciones Públicas se especifica un responsable dentro de la organización que actúa como interlocutor directo y representante de la empresa ante el cliente, con la capacidad de resolver cualquier reclamación o queja del mismo.

Igualmente, se comunican efectivamente a los representantes y contrapartes técnicas de la Administración las vías existentes en la empresa para canalizar las comunicaciones de atención al cliente.

No se ha registrado ninguna incidencia en este sentido durante los últimos años.

### **Objetivos**

Mantener la meta de 0 quejas o reclamaciones recibidas a través del Servicio de Atención al Cliente en contratos prestados para Administraciones Públicas.





# GRUPO DE INTERÉS COMUNIDAD



---

## Alianzas entre asociaciones y empresas

Desde hace muchos años, FORMAGRUPPO pertenece y participa activamente, incluso a nivel directivo, de distintas asociaciones empresariales donde la sostenibilidad, la RSE y el cumplimiento de los principios del Pacto Mundial forman parte de la agenda de trabajo y de distintos proyectos e iniciativas: Federación Asturiana de Empresarios, Club Asturiano de Calidad, Confederación Española de Empresas de Formación (CECAP), Mesa de Turismo del Principado de Asturias, entre otras.

Además, en el contexto internacional, mantenemos estrechos lazos y alianzas con importantes asociaciones de empresas del sector turístico para el desarrollo de proyectos de cooperación en turismo sostenible, como es el caso de la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT) de Argentina o la Confederación de Empresas Turísticas de Colombia (CONFETUR).

Nuestro objetivo para 2016 sigue siendo continuar con esta filosofía, tanto en España como en América Latina, de tejer y consolidar redes de colaboración en proyectos para impulsar la capacitación y la difusión de la responsabilidad social, tanto en el sector público como privado, trabajando en alianzas para la implementación y consecución de los ODS de la Agenda 2030, con un foco principal de atención sobre las PYMES y la industria de la hospitalidad y el turismo.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Indicadores Relacionados

Código de Conducta y Ética Empresarial, que tiene por objeto transmitir a las personas que trabajan en FORMAGRUPPO, así como a nuestros alumnos, clientes, colaboradores y a la Sociedad en general, nuestros compromisos hacia todos ellos, que deben sostenerse en un comportamiento ético intachable.

- Indicador de percepción social.

#### Comentarios

El Código de Conducta y Ética Empresarial de FORMAGRUPPO incluye entre sus compromisos propiciar las relaciones de tolerancia y respeto mutuo con las restantes empresas del sector, favoreciendo las asociaciones y los foros profesionales entre tales empresas.

### Objetivos

- Comunicar el Código de Conducta y Ética Empresarial a los representantes de todas aquellas asociaciones empresariales con las cuales mantenemos alianzas y promover entre las mismas la aplicación de los mismos valores.

### Colaboración con Universidades - Acción / Proyecto

#### Indicadores Relacionados

- N° de convenios de colaboración con Universidades  
- Proyectos activos de cooperación con Universidades en materia de RSE  
- N° de conferencias/ponencias técnicas en Universidades sobre sostenibilidad y RSE

#### Comentarios

Como socios de la Facultad de Turismo de Oviedo & HUNI Hotel School, centro privado adscrito a la Universidad de Oviedo, del que nuestro Director General ostenta el cargo del Presidente del Patronato, mantenemos una presencia y colaboración activa en distintos proyectos en el ámbito académico y educativo, incluyendo varios máster y posgrados, con un claro foco en la promoción de un turismo sostenible. A través de la Facultad de Turismo, de algún modo participamos en convenios de cooperación con las siguientes Universidades: University College Birmingham (Reino Unido), Università di Macerata (Italia).

Colaboramos igualmente con el Máster de Sistemas Integrados de Gestión de la Universidad de Oviedo, donde nuestro Director de Sostenibilidad imparte el seminario "Herramientas de gestión sostenible para entidades locales".

En América Latina hemos impartido sin ningún tipo de remuneración diversas conferencias sobre turismo sostenible en las siguientes Universidades:

- Universidad Argentina de la Empresa (UADE).  
- Universidad de Quilmes.  
- Universidad de Ezeiza.  
- Universidad de Morón.

### Objetivos

- Alcanzar convenios de colaboración con Universidades para el desarrollo de actividades académicas y formativas.  
- Aumentar nuestra participación en distintos foros universitarios vinculados a la sostenibilidad y la RSE.

## Colaboración mutua - Acción / Proyecto

### Indicadores Relacionados

- Nº de asociaciones/organizaciones empresariales de las que formamos parte a nivel directivo: 5 (2015).
- Nº de alianzas o convenios con asociaciones empresariales en vigor para el desarrollo de proyectos de sostenibilidad: 3 (2015).
- Nº de proyectos en cooperación con asociaciones empresariales en el ámbito de la sostenibilidad y la RSE: 3 (2015).
- Participación como expertos en distintos foros sobre sostenibilidad y RSE en España y América Latina: +10 (2015).

### Comentarios

**FORMAGRUPO**, a través de su Director General, participa a nivel directivo de las siguientes asociaciones empresariales:

- Junta directiva de la Federación de Empresarios de Asturias (FADE).
- Junta directiva de la Cámara de Comercio de Oviedo y Presidente de la Comisión de Formación
- Vicepresidente del Club Asturiano de Calidad.
- Presidente de CECAP Asturias, vocal de la Junta Directiva Nacional y miembro de la comisión de expertos en materia de formación.

La Directora de Operaciones ostenta la vicepresidencia de la Junta Directiva de la Federación de Empresarias y Directivas de Asturias (FEDA).

El Director de Sostenibilidad de Turismo es miembro del Global Sustainable Tourism Council (GSTC) y desde 2012 el Presidente del Jurado del Concurso "Hoteles+Verdes", organizado por la Asociación de Hoteles de Turismo (AHT) y la Federación Empresaria Hotelera de la República Argentina (FEHGRA).

Además de esta participación activa en distintas organizaciones y foros muy vinculados al desarrollo de la RSE en el ámbito empresarial, FORMAGRUPO mantiene activos convenios de cooperación para el desarrollo de proyectos en el ámbito de la sostenibilidad con:

- Club Asturiano de Calidad, con quienes hemos colaborado en los proyectos Integra-RSE para la integración de la responsabilidad social en las PYMES (2010-2011) y participado en 2015 en distintas

actividades de difusión y capacitación sobre RSE.

- Asociación de Hoteles de Turismo (de la República Argentina (AHT), en el marco del Programa de Hotelería Sustentable, desde 2010.
- Confederación de Empresas Turísticas de Colombia (CONFETUR), desde 2014.

### Objetivos

- Consolidar las alianzas actuales y proseguir en la búsqueda de nuevas alianzas de cooperación con asociaciones empresariales de PYMES y del sector turístico, tanto en España como en América Latina, para la creación de valor compartido y la propuesta de proyectos y acciones en materia de sostenibilidad.
- Aumentar nuestra participación como expertos en los foros y eventos empresariales relacionados con la responsabilidad social.
- Incrementar nuestra participación activa como socios y la colaboración en las distintas iniciativas de la Red Española del Pacto Mundial.



Red Pacto Mundial España  
WE SUPPORT



- MUSIC  
- CINEMA  
- BUSINESS/FINANCE  
- WORLD NEWS

- INTERNET  
- LIVE CHAT  
- MEDIA  
- PHOTOS  
- VIDEOS  
- MUSIC

10100001101010110

- VIDEO  
- MUSIC  
- FILMS  
- SEARCH  
- CONTACTS  
- MESSAGES



# Formagrupo

creando valor