



FORMAZIONE – CONSULENZA - COUNSELLING - COACHING

CODICE ETICO

Per un miglioramento continuo

SOMMARIO

01. CHI SIAMO.....	3
1.1 INTRODUZIONE.....	3
02. MISSION AZIENDALE.....	4
03. VISION AZIENDALE.....	4
04. NORMATIVE DI RIFERIMENTO.....	5
05. DESTINATARI DEL CODICE ETICO.....	5
06. SEZIONE I.....	6
PRINCIPI VALORIALI.....	7
6.1 SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO.....	8
6.2 ESSERE D'AIUTO.....	8
6.3 QUALITA' PERSONALE E PROFESSIONALE.....	9
6.4 ORIENTAMENTO AL CLIENTE.....	9
6.5 GENERARE BENESSERE.....	10
6.6 SVILUPPO DELLE COMPETENZE TRASVERSALI (SOFT SKILLS).....	11
6.7 RELAZIONI UMANE.....	12
6.8 LEGALITA'.....	12
07. SEZIONE II.....	14
PRINCIPI COMPORTAMENTALI.....	15
7.1 AREA BUSINESS.....	16
7.2 AREA COMUNICAZIONE.....	16
7.3 AREA PROGETTAZIONE.....	17
7.4 AREA EROGAZIONE.....	18
7.5 AREA VALUTAZIONE.....	18
7.6 AREA MIGLIORAMENTO.....	19
08. CONOSCENZA DEL CODICE ETICO.....	20
09. SISTEMA SANZIONATORIO.....	21
10. SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO.....	21
APPENDICE- GLOSSARIO GENERALE.....	22
11. GLOSSARIO – SEZIONE I	23
12. GLOSSARIO – SEZIONE II.....	30

0.1 CHI SIAMO

Costituita a Padova il 01/05/1993 dai fratelli Claudio e Damiano Frasson, GRUEMP si occupa di formazione, consulenza, counselling e coaching in tutto il territorio del Nord-Est (Veneto, Lombardia) e altre zone d'Italia; offrendo corsi e servizi aziendali innovativi e personalizzati. Dal novembre del 1997 GRUEMP lavora con un sistema di Gestione della Qualità certificato ISO 9001:2008 (da giugno 2018 secondo l'aggiornamento normativo ISO 9001:2015) impegnandosi a garantire un'elevata qualità sulla base dei propri criteri di lavoro, oltre al perfezionamento e al miglioramento continuo.

1.1 INTRODUZIONE

All'interno di un contesto aziendale, l'introduzione del concetto di etica costituisce un importante elemento per lo sviluppo della qualità e della competitività tra le aziende presenti sul mercato. Per poter ottenere il coinvolgimento delle persone e delle aziende, per garantire delle attività di prevenzione e di controllo alle violazioni delle leggi e delle normative di riferimento, è necessario regolamentare i principi e i comportamenti che vengono adottati durante l'interazione con gli interlocutori. L'introduzione di un Codice Etico all'interno di un contesto aziendale, inteso come la carta dei diritti e dei doveri, ai quali tutti devono prestare la propria osservanza, ha proprio lo scopo di formalizzare e di divulgare l'insieme dei valori e delle responsabilità etiche e sociali dei dirigenti, fornitori, dipendenti verso gli stakeholder durante lo svolgimento della propria attività professionale. Quest'anno GRUEMP, in occasione dell'audit di transizione dalla ISO 9001:2008 alla ISO 9001:2015, ha deciso di stilare un proprio Codice Etico, considerato uno tra gli strumenti principali per l'applicazione della Responsabilità Sociale d'Impresa. Il presente Codice Etico non deve essere inteso come un obbligo da parte dei destinatari, ma al contrario come uno strumento che nel divulgare la visione etica dell'impresa, ne stimola lo sviluppo etico per assumere la responsabilità sociale, delineando accuratamente l'identità dell'impresa, rendendola così originale e differente rispetto ai competitor.

0.2 MISSION AZIENDALE

Da sempre la nostra ispirazione è quella di favorire nelle persone e nelle organizzazioni lo sviluppo del capitale umano, ponendolo al centro di ogni gestione e sviluppo del cambiamento, superando resistenze personali e strutturali, migliorando efficacia ed efficienza, sviluppando soprattutto Soft Skills.

Vogliamo aiutare persone e aziende a cambiare “paradigmi” obsoleti e modalità stereotipate di pensare ed agire, valorizzando la creatività e le potenzialità individuali. L’orientamento è quello di favorire una integrazione nei diversi ambiti di vita, di valori, idee, strategie derivanti dall’approccio e dalla filosofia della qualità manageriale declinata sia in ambito personale-famigliare che in quello lavorativo, aziendale e professionale.



0.3 VISION AZIENDALE



Aiutare le persone e le organizzazioni a migliorare attraverso servizi di Formazione, Consulenza, Coaching, Counselling valorizzando e sviluppando il capitale umano in tempi di cambiamento e trasformazione dei molteplici contesti di vita, lavoro e tempo libero.

0.4 NORMATIVE DI RIFERIMENTO

La realizzazione e la successiva implementazione del Codice Etico di GRUEMP fa riferimento innanzitutto al rispetto di alcune specifiche normative:



- D.lgs. 231/01 che “*Disciplina la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche, delle società e delle associazioni anche prive di responsabilità giuridica, secondo l’art. 11 della legge 29 settembre 2000, n. 300*”;
- Art. 13 del UE N. 679/2016 per il trattamento dei dati personali sia interni che esterni a GRUEMP;
- D.lgs. 81/08 che regola la salute e la sicurezza dei lavoratori sul posto di lavoro;
- D.lgs. 6/09/2005, n. 206 e successive modifiche, codice del consumo a tutela dei consumatori di beni e servizi.

0.5 DESTINATARI DEL CODICE ETICO

L’adozione e l’approvazione del Codice Etico di GRUEMP implica e conferma che all’interno dell’azienda è presente un sistema di regole comportamentali che, come una bussola, orientano il comportamento di tutti coloro i quali, direttamente o indirettamente e costantemente o momentaneamente, operano in nome e per conto di GRUEMP. L’osservanza delle regole è valida non solo per i rapporti con i professionisti con cui l’ente GRUEMP intrattiene principalmente rapporti, ma anche con soggetti esterni che instaurano per brevi periodi relazioni con l’ente.

Nello specifico, il Codice Etico si applica a:

- Direttore e i Responsabili dei settori dell’Azienda, a cui spetta anche il compito di diffondere la conoscenza del documento;
- Dipendenti dell’Azienda;
- Beneficiari, ovvero i soggetti a cui sono rivolti i servizi;
- Qualsiasi persona, o soggetto, terzo che svolga un’attività intrattenendo delle relazioni con l’Azienda.

GRUEMP si impegna a diffondere e far conoscere ad ogni persona il contenuto del presente Codice Etico, rendendo più semplice la sua interpretazione agli altri per ridurre i possibili fraintendimenti con i propri destinatari. Inoltre, avvalendosi di appositi strumenti, GRUEMP predispone delle attività di controllo e di verifica riguardanti l’applicazione del Codice Etico.

SEZIONE I

PRINCIPI VALORIALI



GRUEMP è un'azienda che da 25 anni, nonostante i cambiamenti affrontati, ha cercato di esprimere ai suoi clienti, al mercato di riferimento e ai vari competitor, come la sua identità professionale sia ancora oggi ancorata a uno «stile» umanistico basato sulla Centralità della Persona, sul Miglioramento Continuo, sulla Correttezza e Trasparenza nell'adozione dei propri comportamenti. La capacità di GRUEMP di essere riuscita a mantenere salda, nel corso degli anni, l'attenzione nei confronti della Persona e della Qualità fanno di GRUEMP un'azienda molto coerente con i propri valori enunciati nella realizzazione della propria mission aziendale.

L'etica d'impresa di GRUEMP diviene dunque espressa nel momento in cui tutte le persone che operano all'interno dell'azienda adottano e rispettano i principi valoriali e comportamentali di riferimento, considerandoli come la propria bussola di orientamento, una guida per lo svolgimento dell'attività professionale in e con GRUEMP.

6.1 SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

È il valore di fondo che GRUEMP ha cercato di mantenere costante nel corso degli anni. La persona per GRUEMP è il focus principale della sua attività, nonché membro attivo del suo stesso processo di cambiamento. Il team aziendale mette a completa disposizione degli altri le proprie risorse personali, con l'obiettivo di stimolare quelle interne della persona, aiutandola anche a ricercare quanto più possibile la coerenza nelle azioni intraprese. Per ogni esigenza e per ogni persona GRUEMP ha sviluppato una varietà di metodologie in grado di garantire un intervento efficace con differenti approcci, applicabili e validi flessibilmente a seconda delle esigenze e dei contesti a cui si rivolgono.



Le parole chiavi di questo valore sono: **Approccio sistemico, Ricerca della Coerenza, Centralità della Persona e Sviluppo delle Risorse Personali.**

6.2 ESSERE D'AIUTO

“Essere di aiuto è inteso come il saper essere utile agli altri in diverse circostanze formative”

Per la passione e la forte motivazione che GRUEMP mette ogni giorno nel suo lavoro, l'ente si configura come uno strumento efficace che, con metodologie e approcci differenti, è in grado di aiutare e soddisfare i bisogni dei propri clienti. Anche tenendo conto della variabile emozionale, GRUEMP entrando in contatto con le persone e le organizzazioni, favorisce la costruzione di una percezione di sé e della condizione di partenza, con l'obiettivo di offrire un servizio sostenibile, ovvero in grado di produrre il minor stress e il minor disagio possibile alle parti coinvolte. Nell'essere di aiuto GRUEMP si fa garante di un atteggiamento positivo, traducibile negli aspetti di comportamenti di orientamento positivo e di pensiero positivo nell'affrontare scelte e perseguire obiettivi. Nell'esecuzione della sua attività lavorativa, GRUEMP assume un atteggiamento imparziale e meritocratico senza preferire o agevolare persone o parti terze a proprio esclusivo vantaggio.

Le parole chiavi di questo valore sono: **Motivazione, Emozionalità, Sostenibilità, Positività e Imparzialità.**

6.3 QUALITÀ PERSONALE E PROFESSIONALE

“Oltre alla qualità personale sviluppiamo anche quella professionale “

L'attenzione e lo sviluppo della Qualità personale e professionale continua a rappresentare per GRUEMP un valore aggiunto che lo contraddistingue da molti altri enti di formazione, avvalorato maggiormente anche dal possesso, fin dal 1997, della certificazione ISO oggi applicata nella sua revisione 9001:2015. Il mantenimento degli standard qualitativi di GRUEMP è garantito dal miglioramento continuo delle proprie prestazioni, dall'ideazione di propri strumenti per l'apprendimento, dalla creazione continua di nuove esercitazioni e di nuovi contenuti teorici, dando garanzia di innovazione, creatività, crescita, sviluppo e miglioramento per tutti. In ogni servizio offerto, l'obiettivo principale da conseguire è la soddisfazione del cliente, monitorata con diverse tipologie di customer satisfaction per verificare se quanto progettato ed erogato dal team aziendale corrisponda ai criteri di efficacia (raggiungimento di risultati tangibili e operativi) e di efficienza (creazione di valore aggiunto mediante l'adeguato utilizzo delle risorse). Offrire servizi di alto profilo quindi, rappresenta per GRUEMP la capacità di integrare nella propria professione studio, sviluppo delle competenze, ricerca continua, esperienze e il proprio sapere, saper fare, saper essere, per il raggiungimento degli obiettivi prefissati anche attraverso il saper stare assieme ai suoi clienti.

Le parole chiavi di questo valore sono: **Miglioramento continuo, Efficacia, Efficienza e Professionalità.**

6.4 ORIENTAMENTO AL CLIENTE

Ogni persona che intraprende un percorso con GRUEMP prende consapevolezza, mediante il suddetto Codice Etico, dell'impegno di tutto il team di mettersi al servizio del cliente, cercando di far fronte alle criticità latenti con l'ausilio di servizi innovativi e personalizzati, finalizzati a incoraggiare e stimolare la crescita personale del cliente e la sua intraprendenza. Da parte di GRUEMP, ogni persona sarà informata in modo chiaro, trasparente, semplice e comprensibile sul corretto svolgimento e organizzazione delle attività lavorative intraprese con il formatore, consulente, coach, counselor, sulle modulistiche



Pagina 9

GRUEMP snc – Via Mons. G. Fontin 6 – 35128 Padova
Tel. 049.80.25.103 – Fax 049.80.37.049
infoamico@gruemp.it – www.gruemp.it

da compilare e la funzionalità dei contratti. Nell'assicurare tutto questo, GRUEMP, garantisce una concreta collaborazione delle persone interessate dal servizio (clienti, utenti, formandi, committenti) nella realizzazione del processo di crescita personale e lavorativo, facilitando così il poter essere flessibile per trovare le giuste alternative da proporre ai clienti, facendo riferimento sempre al proprio Sistema Qualità. La soddisfazione dei bisogni del cliente e dunque il raggiungimento dei risultati-obiettivi da lui desiderati, costituisce il vero valore per GRUEMP. Ciò permette di attivare anche un processo di divulgazione spontanea fatta dai clienti - persone o aziende - delle proposte formative tramite: Passaparola, Referenza attiva, Testimonianza. Queste tre modalità possono essere fatte sia attraverso relazioni personali dirette, sia con relazioni indirette tramite web e social media. Questa azione di divulgazione, spontanea e gratuita, della clientela tramite Passaparola; è inserita nella politica per la Qualità del nostro sistema Qualità certificato ISO 9001. Negli anni è stato anche oggetto di studio, ricerca, messa a punto; conseguentemente si è giunti alla condivisione con la clientela di alcuni punti di riferimento che favoriscono un approccio divulgativo equilibrato ed etico espresso con una breve linea guida denominata "azioni per una divulgazione etica" e pubblicata nel sito internet aziendale.

Le parole chiavi di questo valore sono: **Progettualità, Organizzazione, Trasparenza, Intraprendenza, Flessibilità, Servizio e Soddisfazione, Passaparola-Referenza.**

6.5 GENERARE BENESSERE

GRUEMP mira a favorire lo sviluppo di competenze e risorse interiori della persona (Soft Skills, potenzialità, talento), tramite una formazione esperienziale o altri strumenti consulenziali (coaching, counselling, altri). La persona in formazione ha dunque la possibilità di generare un migliore benessere per sé stessa tramite un miglioramento dei suoi apprendimenti, della sua motivazione e della qualità delle sue relazioni personali. Elementi iniziali che una volta esplorati, compresi e rielaborati possono favorire la generazione di un migliore benessere:

- **Eventi problematici:** a fronte di situazioni "di criticità" GRUEMP offre ai suoi clienti gli strumenti necessari per renderli consapevoli di come anche le situazioni negative rappresentino valide opportunità di apprendimento; così da trasformare in positivo gli aspetti negativi e a rivalutarli da altre prospettive. Il momento di temporanea difficoltà diventa così, per il cliente-utente, l'occasione per l'emergere di una esigenza di ambire a maggior consapevolezza e un possibile miglioramento.
- **Esperienza diretta:** usata da GRUEMP come elemento utile a personalizzare il tipo di intervento orientato a generare il benessere specifico che la persona intende ricercare, ottenere e sviluppare. L'importanza dell'esperienza è un valore per GRUEMP tanto che essa stessa "vive di esperienza" e "genera esperienze". Il saper

osservare e riflettere sull'esperienza facilita la comprensione delle motivazioni e delle possibili cause, favorendo l'attivazione di innovazione e cambiamento.

Con consapevolezza e gli strumenti adeguati, ogni persona ha la possibilità di valutare le situazioni in cui si trova, riflettere sulle possibili soluzioni, progettare eventuali cambiamenti o percorsi di miglioramento, puntando sull'autorealizzazione ottenuta attraverso lo sviluppando delle proprie potenzialità. Ispirandosi a questo valore, il formatore GRUEMP aiuterà il cliente ad acquisire un processo di auto-aiuto attraverso le fasi di auto-esplorazione, auto-comprensione, auto-motivazione al fine di migliorare la sua auto-direzione consapevole.

Le parole chiavi di questo valore sono: **Consapevolezza, Resilienza, Esperienza, Autodisciplina e Autorealizzazione.**

6.6 SVILUPPO DELLE COMPETENZE TRASVERSALI (Soft Skills)

GRUEMP interviene professionalmente mediante specifici percorsi formativi o mixando anche diverse altre metodologie integrabili con la formazione, offrendo contributi e stimoli per la crescita personale delle singole persone e dell'organizzazione. Si impegna a sviluppare e allenare le competenze esistenziali degli adulti, soprattutto quelle personali (soft skills) ricorrendo a metodi innovativi ed efficaci, rendendoli chiari e comprensibili a tutti. L'efficacia dei percorsi formativi deriva principalmente dall'aspetto pragmatico ed esperienziale, ovvero dalla costante integrazione tra esperienza concreta, osservazione riflessiva, concettualizzazione astratta, sperimentazione attiva. Per GRUEMP la concretezza rappresenta il giusto mix di concetti teorici e nozioni per poter arrivare con maggiore consapevolezza alla padronanza e capacità di gestione di pensieri, emozioni, comportamenti. Nelle pratiche di sviluppo dell'apprendimento GRUEMP ricerca e stimola alla ricerca del migliore grado di coerenza possibile tra gli aspetti FILOsofici, quelli STRAtegici e quelli Tattici (innovativo sistema di formazione e life-coaching FiloSTraTa ideato da GRUEMP – marchio UE registrato).

Le parole chiavi di questo valore sono: **Concretezza, Formazione, Applicabilità e Comprensibilità.**

6.7 RELAZIONI UMANE

Nel mettere in atto la sua professionalità GRUEMP si focalizza in particolare sulla centralità delle Relazioni Umane sia interne che esterne all'azienda. Ricorrendo all'approccio collaborativo GRUEMP interagisce con le persone per la preparazione e lo svolgimento di ogni tipo di attività interna o esterna, nella consapevolezza che la qualità delle relazioni è fattore di benessere, successo e apprendimento sia nella vita quotidiana che nel contesto lavorativo e sociale.

Anche se lo svolgimento di alcune mansioni avviene in maniera autonoma per i dipendenti, GRUEMP predilige comportamenti collaborativi, quali fonti di confronto (feedback) e di condivisione con gli altri, innescando momenti di consapevolezza e di crescita tra i soggetti coinvolti. In ogni relazione, inoltre, GRUEMP si impegna a garantire il rispetto della soggettività individuale di ogni persona e la consapevolezza della dinamica io-tu-noi come triade relazionale che collega l'individuo, alla coppia, al gruppo e all'organizzazione.



Le parole chiavi di questo valore sono: **Relazioni, Autonomia, Collaborazione, Responsabilità, Rispetto e Condivisione.**

6.8 LEGALITÀ

GRUEMP, garantisce l'adozione da parte di tutto il team interno di comportamenti corretti e legali, respingendo ogni forma di corruzione e di violazione del presente principio di legalità. GRUEMP e i suoi collaboratori non approfittano della propria posizione e del proprio ruolo di riferimento per ottenere privilegi, o vantaggi, piuttosto stimola alla massima osservanza del rispetto delle regole e della legalità anche da parte di tutti coloro che intrattengono rapporti collaborativi con l'azienda o ne sono fruitori di servizi nel ruolo di clienti e/o committenti. Nei confronti del cliente interno (collaboratori) ed esterno (clienti e committenti) è garantita da parte di GRUEMP la sicurezza dei luoghi di lavoro, mediante il monitoraggio, la gestione e la prevenzione dei rischi connessi allo svolgimento dell'attività professionale (D.Lgs.81/08 e successivi adeguamenti legislativi). È garantita anche una sicurezza psicologica nei confronti dell'utente preservandolo, con le dovute informazioni e modalità, durante il percorso intrapreso nella fruizione dei servizi formativi. Inoltre, viene sempre verificata, controllata e perseguita una incolumità fisica, in caso di un ipotetico rischio, a fronte di esercitazioni pratiche con modalità indoor o outdoor, con la presenza di personale

addetto preparato nel primo soccorso. GRUEMP dichiara di tutelare i dati personali dei dipendenti, dei collaboratori e di terzi, secondo quanto previsto dalle legislazioni nazionali e internazionali in materia di privacy e riservatezza (D. Lgs.196/2003, aggiornata in UE N. 679/2016 e successivi adeguamenti legislativi nazionali). GRUEMP stimola anche formandi e clienti dei servizi formativi esperienziali al rispetto di comportamenti di riservatezza, post corso, nei confronti di eventuali informazioni personali condivise, dai partecipanti, durante le situazioni esercitative che adottano criteri formativi e tecniche proprie della narrazione autobiografica.

Le parole chiavi di questo valore sono: **Riservatezza, Privacy, Sicurezza e Correttezza.**

SEZIONE II

PRINCIPI COMPORTAMENTALI



Rispettare sia internamente che esternamente la visione etica di GRUEMP non è solo una necessità per regolare lo svolgimento di una competizione, di un'attività o di una relazione, ma piuttosto una consapevolezza personale, di mentalità, di stile che attingendo alla sfera etica, stimola l'individuo ad agire in maniera rispettosa.

I comportamenti di seguito declinati, rappresentano per GRUEMP una modalità per “farsi leggere” dagli altri, mettendo nero su bianco l'origine, il perché e le finalità dei suoi comportamenti che da 25 anni hanno caratterizzato la sua attività professionale; per il cliente invece l'osservanza di tali comportamenti rappresenta una guida, un punto di riferimento o una garanzia per la soddisfazione dei propri bisogni.

7.1 AREA BUSINESS

All'interno di questa area il personale addetto GRUEMP mette in atto una serie di comportamenti commerciali di specificazione e chiarificazione sia per l'organizzazione che per il cliente. A livello organizzativo GRUEMP si occupa di curare nel dettaglio la relazione con la persona, cliente o con l'azienda committente, rivolgendo ad essi le migliori attenzioni professionali possibili che da sempre hanno diversificato l'ente dalla concorrenza. Trattando con persone e aziende diverse, il team GRUEMP cerca sempre di effettuare azioni commerciali chiare, sia per la persona, che per l'ente; redige contratti trasparenti a norma di legge, gestisce il cliente, gestisce le esercitazioni, informa sempre il cliente dei suoi movimenti e delle sue intenzioni, avvalendosi, fin dal 1998, anche di un utilissimo strumento informativo come il proprio sito online www.gruemp.it. GRUEMP si occupa di innovare i servizi per mantenersi sempre al passo con i tempi, garantendo ai suoi clienti servizi e/o varianti nuove e stimolanti, fa proposte commerciali utili e soprattutto chiare, definisce i ruoli e si occupa anche di gestire i processi organizzativi interni ed esterni, relativi ai rapporti con le strutture ospitanti durante i corsi (fornitori, alberghi ecc.). Ogni attività commerciale, analisi dei bisogni, offerta-proposta preventiva, contratti di fornitura, viene gestita con fasi di gestione chiare; dove necessario vengono previste anche clausole contrattuali e/o di partecipazioni trasparenti nel rispetto di quanto previsto dalle leggi vigenti a tutela del consumatore (D.Lgs.6/09/2005, n. 206 e successive modifiche). Inoltre, oggi, con l'adozione di strumenti digitali "SMART" (video-chiamate, colloqui online, blog aziendale, piattaforme e-learning, presenza con propri account nei principali social media, siti web personali dei formatori) GRUEMP dimostra, anche in questi tempi di cambiamento digitale, la sua attenzione al cliente, ammortizzando le distanze e facilitando il lavoro a distanza mediante l'utilizzo di strumenti tecnologici adeguati alle esigenze sia di GRUEMP che dei suoi clienti.

Le parole chiavi dell'Area Business sono: ***Sviluppare Azioni Commerciali, Redigere Contratti con criterio, Studiare e fare proposte commerciali chiare e complete, Definire ruoli specifici, Innovare i servizi, Gestire processi organizzativi interni/esterni e Adottare modalità SMART.***

7.2 AREA COMUNICAZIONE

GRUEMP ricorre a tutte le conoscenze sviluppate negli anni per comunicare, stimolare, ascoltare, informare con chiarezza e gestire l'interazione con il cliente nel migliore dei modi. L'ente adotta comportamenti chiari e trasparenti per capire e farsi capire dagli altri, gettando così le basi per costruire un rapporto relazionale il più possibile privo di

Pagina 16

GRUEMP snc – Via Mons. G. Fontin 6 – 35128 Padova
Tel. 049.80.25.103 – Fax 049.80.37.049
infoamico@gruemp.it – www.gruemp.it



incomprensioni; si occupa di gestire l'interazione con il cliente in qualsiasi momento, prestando attenzione e ascoltando attivamente ciò che il cliente vuole richiedere ed esprimere al professionista. GRUEMP mira ad una comunicazione efficace, assertiva e strategica con i suoi clienti, riuscendo a trovare il giusto mix di combinazioni che le permettono di individuare un collegamento e di sintonizzarsi con ogni interlocutore a livello personale, e con i contenuti a livello organizzativo. Ogni persona viene stimolata a sviluppare la propria riflessività e consapevolezza, considerata quest'ultima, come un aspetto importante della comunicazione interpersonale.

Le parole chiave dell'Area Comunicazione sono: **Comunicare efficacemente, Stimolare la riflessività, Ascoltare attivamente, Gestire l'interazione e Informare con chiarezza.**

7.3 AREA PROGETTAZIONE

La suddetta area è caratterizzata nell'esplicitare tutti quegli aspetti che permettono di realizzare un percorso adatto alla persona. L'area in questione è divisibile in due parti, nella prima fase di progettazione GRUEMP si assicura di individuare nuovi contenuti e di renderli comprensibili al cliente, anche utilizzando immagini o esercitazioni metaforiche per aiutare a comprendere il collegamento tra l'assunto teorico e quello pratico. Contestualmente i responsabili della progettazione individuano anche le metodologie più adeguate. Rifacendosi alle teorie tipiche della formazione esperienziale, il team GRUEMP predispone strumenti di apprendimento e/o consulenza appropriati, o meglio ad hoc per i propri clienti, li personalizza il più possibile per rispondere ai diversi bisogni, ne consegue che la progettazione verrà così trasferita dentro il momento di erogazione, lasciando poi al formatore/consulente la possibilità di personalizzare in itinere la struttura progettata, in base alla sua esperienza e competenza, ciò che ritiene utile e necessario. Ogni strumento concettuale o esercitativo diviene così funzionale e innovativo per la persona in apprendimento. Nella seconda parte invece GRUEMP pianifica, ovvero cerca di calcolare tempi, scadenze, risorse e mezzi di cui deve disporre per realizzare i servizi, avendo cura di non tralasciare nessun dato per la buona riuscita del corso. GRUEMP presta molta attenzione anche alla scelta del setting per la formazione, consulenza, coaching e counselling dedicando tempo, prima dei corsi, nel controllare la funzionalità dei luoghi, la presenza dei materiali necessari, gli strumenti tecnologici da utilizzare e la sistemazione del setting complessivo per evitare situazioni di imprevisti e/o di forte criticità.

Le parole chiavi dell'Area Progettazione sono: ***Progettare con cura, Pianificare in modo sistematico, Scegliere metodi adeguati e Costruire strumenti e setting per l'apprendimento.***

7.4 AREA EROGAZIONE

Nell'area dell'Erogazione GRUEMP garantisce ai propri clienti di adottare comportamenti validi per realizzare gli obiettivi previsti dall'azienda stessa. Tutto il team, con l'ausilio delle proprie risorse, cerca di stimolare e di mobilitare quelle del cliente, di valorizzarne delle altre al fine di far acquisire maggiore consapevolezza personale e capacità di applicazione. GRUEMP sviluppa una vera partnership non solo con le persone, ma anche con le strutture ospitanti, necessarie per l'attuazione dei corsi e la realizzazione degli eventi che rappresentano un valido punto di incontro tra il cliente e l'ente. Un ulteriore rapporto di partnership è siglato anche con l'Università degli studi di Padova infatti, ormai dal 1997, l'ente ospita al suo interno tirocinanti e stagisti, ciò attesta quella che viene chiamata CSR (Corporate Social Responsibility) da parte di GRUEMP, ovvero il proprio contributo al benessere sociale attraverso l'opportunità formativa data a tirocinanti e stagisti di sperimentare e applicare quanto appreso nei percorsi di studio in particolare di Scienze dell'Educazione e della Formazione. Viene infatti data anche l'opportunità di sviluppare specifici percorsi di ricerca, presso GRUEMP o presso i propri clienti, inerenti alle materie di studio degli stagisti e/o tirocinanti. Di fronte a situazioni complesse, ma anche nella quotidianità, GRUEMP desidera essere pronta a gestire in itinere il cambiamento e a offrire servizi per raggiungere il proprio miglioramento. Per questo motivo oltre ad un Team di professionisti che opera stabilmente in azienda, la Direzione aziendale ha strutturato un proprio qualificato network e una ampia rete di relazioni con altri professionisti che coordina e supervisiona. Questi altri profili professionali operano in sintonia con i criteri generali di qualità e con i valori espressi da GRUEMP e permettono un'integrazione con i servizi offerti da GRUEMP rispondendo così anche ad altre esigenze della propria clientela o di altri utenti.

Le parole chiavi dell'Area Erogazione sono: ***Mobilitare le risorse, Allenare le Competenze, Sviluppare Partnership, Realizzare obiettivi previsti, Gestire in itinere il cambiamento e Orientare al miglioramento.***

7.5 AREA VALUTAZIONE

Dall'analisi delle informazioni, si può notare come GRUEMP metta in atto comportamenti valutativi sia riferiti a sé, rivolti al cliente e anche rispetto al proprio mercato di riferimento.

Nell'Area Valutazione GRUEMP si occupa di rilevare-analizzare e valutare bisogni-aspettative e motivazione del cliente, committente, e/o formandi utenti (ex ante), cercando di comprendere fin dall'inizio quali bisogni vorrebbero soddisfare, con quali aspettative e soprattutto quanta motivazione hanno per avviare un processo di cambiamento.

L'ente deve essere in grado di analizzare, valutare e soprattutto prevenire i rischi, individuando a priori quei fattori che potrebbero ostacolare la buona riuscita del corso, avendo cura di rimuoverli e di valorizzarne degli altri.

Anche attraverso un coinvolgimento diretto ed empatico, GRUEMP cerca di entrare in contatto con l'altra persona, ricercando un feedback concreto e sviluppando così una percezione iniziale del profilo del cliente su cui poter lavorare insieme, evidenziando i bisogni e obiettivi che desidera raggiungere. GRUEMP effettua anche valutazioni in itinere sia con le persone che con l'azienda cliente coinvolgendoli direttamente in queste fasi, così facendo la consapevolezza maturata riguardo al cambiamento in atto sarà utile sia a GRUEMP che al cliente. L'ultimo comportamento da inserire all'interno dell'Area comportamentale è quello che conclude l'iter di valutazione: Monitorare e Valutare processi, risultati, benefici e ricadute (ex post) che sono quelle a lungo termine. Anche in questo caso la persona o l'azienda, in qualità di clienti, svolgono un compito fondamentale; tramite le customer satisfaction, infatti, il cliente valuta con parametri quantitativi e qualitativi, i materiali, il coinvolgimento e la preparazione del formatore, offrendo dei feedback istruttivi e correttivi che una volta metabolizzati, miglioreranno i servizi di GRUEMP. Inoltre, sono previsti altri strumenti che indagano e definiscono risultati e grado di raggiungimento degli obiettivi previsti.

Le parole chiave dell'Area Valutazione sono: ***Rilevare, Analizzare, Valutare bisogni-aspettative e motivazioni, Analizzare, Valutare e Prevenire i rischi, Monitorare e Valutare processi, risultati, benefici e ricadute.***

7.6 AREA MIGLIORAMENTO

GRUEMP riserva quest'area comportamentale esplicitamente a tutto il suo team a cui prescrive costanti periodi di aggiornamento professionale, intesa come una strategia di miglioramento, per poter far fronte alle esigenze dei clienti con creatività e innovazione. Il formatore, nel ruolo di educatore e di manager, prima per sé stesso e poi per gli altri, si impegna a migliorare le proprie competenze, aggiornandosi sulle innovazioni, metodologie, strumenti e conoscenze collegate ai processi di GRUEMP.

L'aggiornamento in questione può essere inteso come partecipare a corsi formali, informali e non formali, a meeting, convegni, strutture di studio che con le conoscenze

necessarie attuano dei processi di cambiamento nei formatori, orientandoli a migliorarsi sempre di più. Anche se l'aggiornamento sarebbe responsabilità esclusiva del team, l'Ente si preoccupa di informare i clienti dei progressi compiuti, delle certificazioni e dei riscontri di competenze avuti, rendendoli così partecipi dei risultati raggiunti.

Periodicamente il team GRUEMP si riunisce, prevalentemente in gruppo, per riesaminare le attività. Ne scaturisce un confronto, un momento di condivisione con gli altri in cui poter esprimere le proprie idee, dare dei feedback, ascoltare e apprendere il punto di vista dei colleghi proiettandosi sempre nell'ottica del miglioramento continuo. Ogni collaboratore fa periodicamente anche una verifica individuale dei suoi progressi e si prefigge obiettivi di miglioramento che poi condivide con la Direzione aziendale. L'orientamento al miglioramento continuo è garantito anche dal mantenimento delle attività previste dal Sistema Qualità certificato ISO 9001:2015 che ogni profilo aziendale segue per svolgere la propria attività professionale.

Le parole chiavi dell'Area Miglioramento sono: **Mantenere l'aggiornamento professionale, Fare attività di ricerca e sviluppo, Riesaminare periodicamente le attività e Mantenere un sistema certificativo ISO 9001.**

08. CONOSCENZA DEL CODICE ETICO

In GRUEMP il compito di diffondere la conoscenza e la successiva comprensione del presente Codice Etico oltre che monitorarne l'effettiva attivazione ed eventualmente gestire delle segnalazioni, è affidata all'Alta Direzione in collaborazione con il Responsabile Sistema Gestione Qualità (RSGQ) che ricopre anche il ruolo di Rappresentante dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS). Ogni destinatario dovrà premurarsi di conoscere il presente documento il prima possibile, il quale potrà essere diffuso anche mediante differenti attività come convegni, avvisi, attività didattiche, post sui principali social network utilizzati dall'ente e anche attraverso la pubblicazione sul sito internet dell'Azienda (www.gruemp.it).

Inoltre, con l'ottenimento della certificazione ISO 9001:2015 si conferisce maggiore risalto e importanza al presente Codice Etico e grazie all'audit di transizione da parte di RINA è stato superato il principio di "verifica" che precedentemente era di carattere formale e documentale.



09. SISTEMA SANZIONATORIO

Se l'osservanza del Codice Etico rappresenta per GRUEMP un valido documento in cui poter rendere chiaro la propria identità professionale, il rispetto di esso non dovrebbe essere un obbligo per i destinatari, ma più una consapevolezza personale di quanto riportato all'interno del Codice Etico stesso.

Tuttavia, in caso di violazione di principi valoriali e comportamentali del Codice Etico di GRUEMP, le principali problematicità si riverserebbero sui rapporti fiduciari stipulati tra l'Ente e i propri collaboratori, fornitori etc. Invece, se l'osservanza del Codice Etico dovesse venire meno, l'azienda di fronte una violazione seguirà i seguenti criteri:

- Quanto previsto dal contratto nazionale del lavoro nel commercio (CCNL 1/02/2017);
- Quanto previsto dalle leggi cogenti in merito alla tipologia di violazione;
- Quanto previsto dai contratti di outsourcing e fornitura con fornitori e collaboratori;
- Quanto previsto dalle carte deontologiche professionali sottoscritte dai formatori;
- Apertura di Reclami seguendo i criteri stabiliti dal proprio sistema di gestione qualità;
- Apertura di procedura di gestione di Non Conformità e conseguenti Azioni Correttive.

10. SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO

A tutti i destinatari del Codice Etico, GRUEMP dichiara di mantenere un adeguato sistema di controllo interno, caratterizzato dall'insieme di tutti gli strumenti utili per indirizzare, gestire, monitorare e verificare le attività dell'azienda con le finalità di assicurare e controllare l'osservanza del Codice Etico, il rispetto delle leggi e delle procedure aziendali. GRUEMP rende noto a tutti i componenti aziendali la presenza e l'accessibilità dei vari strumenti validi ed efficaci adottati e adottabili per effettuare controlli periodici.

In sintesi, un sistema di controllo garantisce:

- Il rispetto e l'osservanza del Codice Etico;
- Il rispetto delle strategie aziendali;
- Efficacia ed efficienza della gestione;
- Informazioni attendibili in merito ai controlli effettuati.

11. GLOSSARIO – SEZIONE I

VALORE	DEFINIZIONE
APPLICABILITÀ	Qualità di un servizio o di un prodotto che fa sì che possa essere fruito od utilizzato dal Cliente in modo semplice, concreto ed efficace nei specifici contesti per cui è stato progettato e realizzato.
APPROCCIO SISTEMICO	Aiutare la persona e le aziende, all'interno di diversi contesti, ricorrendo ad una pluralità di approcci che seppur con metodologie differenti sono adeguate alle circostanze e tengono conto delle complessità e delle interconnessioni e dei rapporti di interdipendenza fra tutti gli stakeholder coinvolti nei servizi erogati.
AUTODISCIPLINA	Il controllo dei propri impulsi e la direzione delle proprie facoltà secondo una regola che il soggetto stesso si impone e liberamente riconosce.
AUTONOMIA	Capacità di darsi dei metodi di lavoro e di organizzare e condurre il proprio lavoro in maniera indipendente e svincolata. Sapersi auto-attivare senza la necessità di stimoli o controlli esterni.
AUTOREALIZZAZIONE	Il bisogno presente in ciascuna persona di realizzare sé stesso, nei termini delle proprie capacità, conoscenze, potenzialità; sia dal punto di vista della maturazione interiore, psichica ed emotiva, sia da quello del comportamento esteriore e di accettare sé stesso e la propria natura umana.
CENTRALITÀ DELLA	Intende sviluppare il valore di ogni persona, rispettandone l'integrità fisica, culturale e morale, così come il diritto di interagire ed associarsi con altri. Si pone attenzione a tutti gli aspetti inerenti alla vita delle persone, poiché è la vita umana ad ispirare tutte le attività della

PERSONA	società, offrendo eguali opportunità per lo sviluppo delle persone.
COLLABORAZIONE	Capacità di sentirsi parte del sistema organizzativo, contribuendo insieme a colleghi, collaboratori, gruppi di lavoro, altre strutture e propri responsabili alla realizzazione degli obiettivi comuni con disponibilità e spirito di collaborazione.
COMPRENSIBILITÀ	Capacità di scomporre i problemi e di esaminare i dati e le informazioni facendone prima una lettura articolata e completa, poi operando una sintesi critica, dimostrando un orientamento alla semplificazione e alla risoluzione.
CONCRETEZZA	Capacità di agire di fronte a situazioni problematiche o impreviste privilegiando le soluzioni pratiche e misurabili, e il raggiungimento di risultati concreti, ovvero facilmente applicabili alla realtà circostante.
CONDIVISIONE	Inteso come la partecipazione comune ad un progetto, una tensione d'insieme, un essere d'accordo, un'esperienza che affratella ed è vissuta a un tempo da più punti di vista diversi e perciò più ricca, fertile di discernimento, di emozione comunicante.
CONSAPEVOLEZZA	Intesa come la capacità di avere piena coscienza nel riconoscere la realtà in ogni situazione e aspetto della vita. Avere consapevolezza di sé, del mondo, delle situazioni di vita e lavoro e delle relazioni sociali può divenire così fattore di intimo successo.
CORRETTEZZA	Capacità di rispettare le regole e le norme di comportamento prescritte da specifici contesti di lavoro e dettati dai propri valori professionali, sia nell'attività di lavoro che nella relazione con gli altri.
EFFICIENZA EFFICACIA	L'efficienza si riferisce alla quantità di risorse impiegate per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione; l'efficacia è un termine più generale, che indica il livello di raggiungimento

	degli obiettivi di un'organizzazione.
EMOZIONALITÀ	Capacità di riconoscere, utilizzare, comprendere e gestire in modo consapevole le proprie ed altrui emozioni. È una fonte inesauribile di feedback per la percezione che abbiamo di noi stessi, degli altri, del mondo, della vita e del lavoro.
ESPERIENZA	Conoscenza personale e diretta di una situazione; fa riferimento a qualsiasi forma di conoscenza derivante dalla partecipazione personale a una situazione di tipo fisico o psicologico.
FLESSIBILITÀ	Capacità di comprendere e valorizzare i punti di vista differenti, di applicare le regole-procedure in modo flessibile tenendo conto della peculiarità della situazione e non, per poter raggiungere gli esiti attesi.
FORMAZIONE	La formazione è un processo di apprendimento che porta un individuo o un gruppo di persone a generare, condividere, assimilare presupposti, contenuti, modalità e soluzioni di cambiamento e movimento in un'organizzazione. Il cambiamento è finalizzato a un miglioramento e il movimento è condizione del suo perpetuarsi e del suo sviluppo.
IMPARZIALITÀ	Seguire unicamente un criterio di giustizia, senza favorire per interesse o per simpatia più gli uni che gli altri. La persona nel giudicare si mostra obiettiva e spassionata.
INTRAPRENDEZA	Capacità di cogliere le opportunità e sviluppare idee e soluzioni creative capaci di generare valore per l'organizzazione, avendo in mente obiettivi di crescita e sviluppo facendo, se necessario e opportuno, più di quanto richiesto dal proprio ruolo.

<p>MIGLIORAMENTO CONTINUO</p>	<p>Capacità di recepire e sfruttare gli stimoli all'innovazione e le occasioni di apprendimento provenienti dal contesto di lavoro e dall'esterno per garantire un risultato d'eccellenza. Alla base di questa capacità c'è la convinzione profonda che innovazione e apprendimento consentono realmente di migliorare sé stessi e la propria organizzazione.</p>
<p>MOTIVAZIONE</p>	<p>Capacità di guidare, coinvolgere e motivare le persone in maniera efficace per il raggiungimento degli obiettivi assegnati, considerandoli come valore e risorsa in sé, ottenendo il meglio da ciascuno di loro.</p>
<p>ORGANIZZAZIONE</p>	<p>Capacità di strutturare efficacemente le attività proprie e degli altri, le risorse possedute, il tempo disponibile per il raggiungimento di un obiettivo organizzativo comune, non necessariamente coincidente con il proprio.</p>
<p>PASSAPAROLA</p>	<p>Coinvolgimento della clientela nel dare informazioni generali dirette tramite relazione personale e/o indirette tramite l'utilizzo degli strumenti social.</p>
<p>POSITIVITÀ</p>	<p>Capacità di far fronte a situazioni impreviste e difficili adottando un approccio possibilista e prefigurandosi esiti vantaggiosi e favorevoli.</p>
<p>PRIVACY</p>	<p>La vita personale e privata dell'individuo o della famiglia, in quanto costituisce un diritto e va perciò rispettata e tutelata.</p>
<p>PROFESSIONALITÀ</p>	<p>Il soggetto in ogni situazione, anche in quelle più complesse, è in grado di comprendere la valenza e l'utilità del patrimonio delle approfondite conoscenze teoriche possedute e di renderle concrete attraverso la sua applicazione pratica, ampliando i propri orizzonti e imparando tecniche e metodologie nuove.</p>

<p>PROGETTUALITÀ</p>	<p>Relazione tra il soggetto e la tematica, cioè la dimensione interna del progettista; è la sua relazione con la tematica con cui affronta il progetto e questo rapporto con la problematica influenza la stesura del progetto. Come noi ci immaginiamo quella tematica, è la nostra esperienza al riguardo. Questa dimensione esiste già nel progettista, in base alla sua esperienza e preparazione in rapporto alla problematica.</p>
<p>REFERENZA ATTIVA</p>	<p>Coinvolgimento della clientela nel dare informazioni gratuitamente, dettagliate utili a referenziare l'esperienza di Corsa Nella Luce anche tramite propri benefici e risultati ottenuti. Disponibilità a favorire un contatto diretto con GRUEMP.</p>
<p>RESILIENZA</p>	<p>Capacità di far fronte in maniera positiva a eventi traumatici, di riorganizzare positivamente la propria vita dinanzi alle difficoltà, di ricostruirsi restando sensibili alle opportunità positive che la vita offre, senza alienare la propria identità.</p>
<p>RESPONSABILITÀ</p>	<p>Capacità di assumersi le responsabilità connesse al proprio lavoro, alle azioni da realizzare e ai risultati raggiunti, dimostrando attenzione alle esigenze raggiunte.</p>
<p>RICERCA DELLA COERENZA</p>	<p>Ogni azione e comportamento derivano dalle cose che credo vere, da ciò che reputo fondamentale, dai principi che scelgo di seguire. Per quanto possiamo avere più livelli di coerenza, essere coerenti è sostanzialmente vivere i principi che diciamo di seguire, fare le cose che consigli, agire come pensi giusto, mettere in pratica i principi che ritieni corretti, quelli che dici di seguire e che, a parole di solito, difendi.</p>
<p>RISERVATEZZA</p>	<p>Mantenere riservate le notizie e le informazioni apprese nell'esercizio delle proprie funzioni in conformità alla legge e ai regolamenti.</p>

RISORSE PERSONALI	<p>Si riferisce alle risorse personali interne ad ogni individuo che se ben utilizzate aiutano a sviluppare e a stimolare quelle degli altri.</p>
RISPETTO	<p>Il rispetto è la considerazione speciale che si dà a qualcuno o a qualcosa, si riconosce come valore sociale e speciale. Molte forme di rispetto si basano nella relazione di reciprocità (rispetto mutuo, visita mutua, etc.), ciò nonostante, quando ci riferiamo al rispetto delle persone per oggetti, abitudini e istituti sociali, si basa su altri concetti differenti dalla reciprocità (che viene usata solamente quando si parla di rispetto tra esseri umani). Il rispetto nelle relazioni interpersonali comincia nell'individuo, nel riconoscimento dello stesso come entità unica, che necessita e vuole comprendere l'altro (persona). Consiste in sapere valutare gli interessi e necessità di un altro individuo, per esempio in una riunione.</p>
SERVIZIO	<p>Porsi al servizio delle persone, rispondendo alle criticità manifeste o latenti del cliente al fine di stimolarlo per la propria crescita personale.</p>
SICUREZZA	<p>Garantisce condizioni di lavoro rispettose della dignità individuale ed ambienti di lavoro sicuri e salubri, nel rispetto della normativa antinfortunistica vigente. Essa promuove la diffusione di una cultura della sicurezza e della consapevolezza dei rischi connessi alle attività lavorative svolte, richiedendo a tutti, ad ogni livello, comportamenti responsabili e rispettosi del sistema di sicurezza adottato e delle procedure aziendali al fine di contribuire al mantenimento della sicurezza propria e degli altri.</p>
SODDISFAZIONE	<p>Soddisfare i bisogni del cliente con standard elevati.</p>

<p>SOSTENIBILITÀ</p>	<p>Presentare/ offrire un servizio in grado di produrre il minor stress e il minor disagio possibile, in quanto sostenibile da parte della persona o dell'azienda o del cliente.</p>
<p>TESTIMONIAL</p>	<p>Coinvolgimento della clientela nel dare informazioni dettagliate utili a referenziare l'esperienza di Corsa Nella Luce attraverso relazioni personali e utilizzo di strumenti di divulgazione (video testimonianze, interviste, presentazioni) presso i propri contesti di riferimento personali e/o professionali.</p>
<p>TRASPARENZA</p>	<p>Informare in modo semplice, chiaro, comprensibile e trasparente i propri utenti rispetto al corretto svolgimento ed organizzazione dell'attività lavorativa intrapresa. In modo che le persone possano essere protagoniste, con il supporto dei formatori, del processo di crescita personale e lavorativo.</p>

12. GLOSSARIO – SEZIONE II

COMPORAMENTO	DEFINIZIONE
ADOTTARE MODALITÀ S.M.A.R.T	Digitalizzazione di processi (messaggistica WhatsApp, social media, blog, piattaforme e-learning, Skype) che garantiscano flessibilità, versatilità, duttilità ma soprattutto efficienza.
ALLENARE LE COMPETENZE	Attività volta allo sviluppo delle competenze personali e professionali attraverso acquisizioni di nuovi saperi pratici e teorici, acquisizione o perfezionamento di specifiche abilità, il tutto consolidato da esercitazioni pratiche ed esperienze mirate. Tale processo viene infine completato attraverso la cura degli aspetti motivazionali interni alla persona e degli elementi catalizzatori e facilitanti del contesto/ambiente di sviluppo ed applicazione delle competenze. Il tutto in una logica continuativa e reiterata
ANALIZZARE, VALUTARE E PREVENIRE I RISCHI	Essere in grado di prevenire i probabili fattori di rischio per la persona e saperli trasformare in opportunità di apprendimento. Valutare tutti i rischi significa elaborare un progetto completo di sicurezza integrata, capace di soddisfare i reali bisogni dell'utente, scegliendo difese e impianti adatti e facili da gestire e, soprattutto, senza fargli spendere somme inutili.
ASCOLTARE ATTIVAMENTE	Abilità di orientarsi all'interlocutore durante il processo comunicativo con la curiosità di comprendere bene, analizzando sia il linguaggio verbale che quello non verbale, quanto l'altro sta trasferendo.

<p>COMUNICARE EFFICACEMENTE</p>	<p>Saper utilizzare efficacemente il linguaggio verbale e non verbale al fine di instaurare rapporti interpersonali costruttivi e proficui, dimostrando disponibilità al confronto e al dialogo anche attraverso la capacità di ascoltare in modo attivo e di comprendere le emozioni e i bisogni degli altri.</p>
<p>COSTRUIRE STRUMENTI-SETTING PER L'APPRENDIMENTO</p>	<p>Progettare e costruire strumenti innovativi per il cliente con l'obiettivo di stimolare le proprie risorse interne personali o di gruppo.</p>
<p>DEFINIRE RUOLI SPECIFICI</p>	<p>Individuazione precisa e contestualizzata delle funzioni che uno o più soggetti sono chiamati a svolgere all'interno di un'organizzazione al fine di garantire da una parte il mantenimento e lo sviluppo del sistema di relazioni e dall'altra la produzione di beni con valore aggiunto destinati ai clienti interni ed esterni all'organizzazione</p>
<p>FARE ATTIVITÀ DI RICERCA E SVILUPPO</p>	<p>Mettere in atto un insieme di azioni coordinate finalizzate all'ideazione di nuovi prodotti e/o servizi e/o azioni volte a innovare significativamente i processi di lavoro o introdurne di nuovi in aggiunta o sostituzione di altri già presenti rispondendo ai criteri di efficacia ed efficienza.</p>
<p>GESTIRE IN ITINERE IL CAMBIAMENTO</p>	<p>Agire in modo adattivo alle contingenze senza precludere eventuali ulteriori sviluppi successivi. Accettazione della ciclicità e ricorsività del cambiamento vedendolo come l'espressione di una nuova opportunità di miglioramento.</p>
<p>GESTIRE L'INTERAZIONE</p>	<p>Relazionarsi con gli altri in modo positivo e costruttivo secondo un principio di interdipendenza. Disponibilità a sostare nella relazione anche se conflittuale; al fine di comprendere le cause degli atteggiamenti e dei modelli di</p>

	comportamento attuati dai soggetti coinvolti.
GESTIRE PROCESSI ORGANIZZATIVI INTERNI/ESTERNI	Attivare, monitorare, verificare, valutare, modificare gli aspetti riguardanti i flussi di comunicazione, le dinamiche di decisione, la distribuzione dei ruoli, la definizione di metodi e procedure di lavoro, il mantenimento di relazioni positive e lo sviluppo e maturazione dei singoli e dei gruppi. Il tutto collocato nel sistema che vede come attori tutti gli stakeholders interni ed esterni all'organizzazione.
INFORMARE CON CHIAREZZA	Modulare il linguaggio scritto, verbale, non verbale e para-verbale; scegliere opportunamente i canali ed i mezzi di comunicazione (vis a vis, e-mail, brochure, cartellonistica, social, sito web, ecc) al fine di trasmettere i contenuti in modo che possano essere pienamente compresi ed interpretati dall'interlocutore.
INNOVARE I SERVIZI	Cambia il sistema o i metodi di lavoro per migliorare la performance nel suo insieme (far meglio, più velocemente, a costi inferiori, in modo più efficace; migliorare la qualità dei servizi e accrescere la soddisfazione dei "clienti"). Mette in discussione abitudini di lavoro consolidate e intraprende iniziative volte a individuare nuove e più efficienti modalità di utilizzazione delle risorse.
MANTENERE L'AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE	Partecipare a corsi formali, informali, attività non formali, meeting, convegni, corsi strutturati.
MANTENERE UN SISTEMA DI QUALITÀ CERTIFICATO ISO 9001	Sottoporsi ad audit di rinnovamento e di transizione per il mantenimento della certificazione per il Sistema Gestione Qualità ISO 9001.

<p>MOBILITARE TUTTE LE RISORSE</p>	<p>Attivare le molteplici risorse delle singole persone e delle organizzazioni a livello razionale; emozionale; comunicativo-relazionale; sociale; organizzativo; sistemico.</p>
<p>MONITORARE E VALUTARE PROCESSI, RISULTATI, BENEFICI E RICADUTE</p>	<p>La valutazione dei servizi di formazione è un aspetto particolarmente importante e utile. Si può eseguire sia ex ante (prima della formazione), che in itinere (durante l'erogazione) che ex post (dopo la formazione). Possono essere usate diverse metodologie come, colloqui, test, questionari di gradimento, osservazione diretta sul campo, interviste, focus group, verifiche di apprendimento, altri. Queste valutazioni possono coinvolgere soltanto alcuni o tutti gli attori della formazione, formatori docenti, progettisti, clienti, formandi, committente, altri. L'obbiettivo sarà quello di monitorare, identificare, verificare adeguatezza dei contenuti, raggiungimento degli obbiettivi, qualità e quantità dei processi organizzativi e formativi.</p>
<p>ORIENTARE AL MIGLIORAMENTO</p>	<p>Far comprendere importanza ed utilità di un reiterato processo di revisione e conseguente sviluppo migliorativo dei propri pensieri ed azioni al fine di un più efficace ed efficiente raggiungimento degli obiettivi ed innalzamento dello standard della qualità nei risultati ottenuti.</p>
<p>PIANIFICARE IN MODO SISTEMATICO</p>	<p>Pianificare efficacemente l'attività propria e degli altri, le risorse possedute, il tempo disponibile per il raggiungimento degli obiettivi o per la realizzazione di progetti complessi assumendone la responsabilità.</p>
<p>PROGETTARE CON</p>	<p>Processo logico volto a realizzare un prodotto che soddisfi in modo ottimale requisiti espliciti (relativi a obiettivi e a vincoli tecnologici, di costo, tempo, qualità) vigenti nell'intero ciclo di vita del prodotto,</p>

<p>CURA</p>	<p>mediante una sequenza di scelte, qualitative e quantitative, basate sulla tecnologia disponibile. La progettazione si svolge in settori legati alla realizzazione e gestione di strutture organizzative (anche in ambiti non tecnologici), alla pianificazione economica o delle attività, alla gestione di risorse economiche, umane, fisiche, naturali, informative, di tempo.</p>
<p>REDIGERE CONTRATTI CON CRITERI</p>	<p>Redigere contratti a norma di legge, chiarendo ogni dubbio al cliente.</p>
<p>RIESAMINARE PERIODICAMENTE LE ATTIVITÀ</p>	<p>I membri discutono come hanno raggiunto i loro risultati, come hanno realizzato l'attività, se hanno raggiunto i loro obiettivi, se le relazioni tra loro nel lavoro sono state efficaci ed utili. La revisione permette il miglioramento continuo dei processi di apprendimento, poiché attiva le pratiche metacognitive dell'imparare ad imparare. Inoltre, permette un'analisi attenta di come i membri stanno lavorando insieme e come essi possono aumentare l'efficacia del gruppo.</p>
<p>RILEVARE, ANALIZZARE, VALUTARE BISOGNI-ASPETTATIVE E MOTIVAZIONI</p>	<p>Rilevare, analizzare e valutare quali bisogni il cliente necessita soddisfare, quali aspettative e quanta motivazione ha per intraprendere un percorso di cambiamento.</p>
<p>SCEGLIERE METODI ADEGUATI</p>	<p>Capire e comprendere l'insieme di strumenti e tecniche e la relativa logica che li integra e li rende coerenti è più adeguato a una persona a differenza di un altro.</p>
<p>STIMOLARE LA RIFLESSIVITÀ</p>	<p>In primo piano è il valore attribuito all'esperienza la quale rappresenta il luogo privilegiato da cui partire per costruire attraverso momenti di problematizzazione, confronto nuovi saperi e nuovi scenari di cambiamento per il sé e il contesto in cui</p>

	opera.
STUDIARE E FARE PROPOSTE COMMERCIALI CHIARE E COMPRENSIBILI	Fare proposte commerciali chiare, trasparenti e comprensibili al cliente, spiegando nei dettagli tutto l'iter contrattualistico da realizzare, specificando fasi, tempi e scadenze.
SVILUPPARE AZIONI COMMERCIALI EFFICACE	Indica la partecipazione attiva, cioè l'azione sul mercato stesso da parte delle imprese e comprende quindi tutte le azioni aziendali riferibili al mercato destinate alla vendita di prodotti o servizi, considerando come finalità maggiore profitto e come causalità la possibilità di avere prodotti capaci di realizzare tale operazione finanziaria.
SVILUPPARE PARTNERSHIP	Nuove alleanze con altre organizzazioni rappresenta la chiave di successo per lo sviluppo internazionale di un'azienda in espansione. La scelta di partnership strategiche è vitale per la crescita del business in un nuovo ambiente. è un patto tra parti diverse (soggetti pubblici o privati, forze economiche e sociali) per la realizzazione di interventi finalizzati allo sviluppo economico, allo sviluppo del territorio e all'integrazione sociale.

