



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT

ATREVIA

INFORME DE PROGRESO
2014

GP INFORPRESS SL
C/ Arturo Soria, 99
Madrid

Tabla de Contenidos

01 | Carta de Renovación del Compromiso

02 | Perfil de la Entidad

03 | Metodología

05 | **Análisis**
 Clientes
 Empleados
 Comunidad/Sociedad Civil
 Administración
 Proveedores



CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO

Un año más cumplimos con el compromiso adquirido al unírnos al Pacto Mundial y presentamos nuestro Informe de Progreso de 2014, en el que se recogen las principales iniciativas llevadas a cabo en el ámbito de la RSE durante este año.

2014 ha sido un año de desarrollo y continuación de los proyectos impulsados en 2013. Un año de transición para un 2015 lleno de nuevos retos. Un año en el que hemos decidido que vamos a cambiar de marca en respuesta a nuestro compromiso con los clientes, el equipo y el entorno.

Uno de los hitos más importantes de este 2014 ha sido nuestro crecimiento en Iberoamérica. Hemos abierto en Chile, México, Ecuador, Bruselas y Washington. Ahora estamos presentes en 10 países en Europa y América Latina.

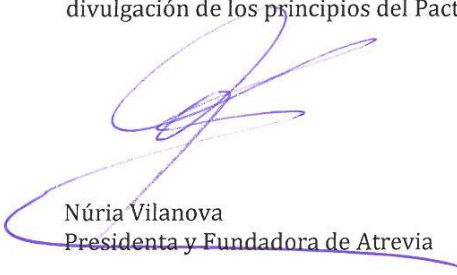
En nuestra voluntad de contribuir al progreso socioeconómico de la región, nos hemos involucrado en el Consejo Empresarial de América Latina (CEAL) en el que soy desde este año presidenta del Capítulo Ibérico de la organización, reforzando aún más los lazos entre las distintas regiones y fuera de ellas, intercambiando conocimientos a través de foros, conferencias y charlas con nuestros grupos de interés.

Hemos continuado promoviendo iniciativas para promover el liderazgo femenino. Ejemplo de ello es nuestra adhesión al Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para aumentar la presencia de mujeres en órganos de dirección y consejos de administración de las empresas y la elaboración con la escuela de negocios IESE, el estudio sobre Las Mujeres en los Consejos del Ibex, 35. Un compromiso que también queda reflejado a nivel interno: en Inforpress (ahora Atrevia) contamos con más de un 70% de mujeres ocupando puestos directivos.

Nuestros empleados son los responsables de impulsar nuestros valores, nuestra cultura empresarial y nuestros ejes estratégicos. La comunicación interna, la formación, la igualdad de oportunidades, la diversidad, las políticas de conciliación y el desarrollo profesional y personal siguen siendo claves para Inforpress (Ahora Atrevia). Me gustaría destacar también nuestra continua apuesta por el desarrollo y generación de oportunidades de crecimiento de nuestros jóvenes, fomentando el espíritu emprendedor de nuestra sociedad. Por todo ello hemos conseguido durante dos años consecutivos ser galardonados con el Premio Best Place To Work en España.

Hemos continuado trabajando en la gestión y mejora de la relación con el cliente, reforzando la aceptación y conocimiento del Código Ético a todo el conjunto de la compañía. Nuestros proveedores son también claves. Es por ello que hemos seguido construyendo y fortaleciendo relaciones sólidas con ellos, fomentando la transparencia y la agilidad y dándoles la opción de crecer con nosotros acompañándonos en otros países en los que estamos presentes. Finalmente me gustaría destacar y agradecer a nuestros colaboradores su pasión por las buenas causas y su espíritu aventurero impulsando acciones solidarias.

2015 será un año de ilusión pero también un año en el que deberemos superarnos en nuestros retos para ser mejores personas y profesionales. Un año en el que seguiremos mejorando en la implementación de los Principios del Pacto Mundial de acuerdo con nuestra nueva estrategia corporativa y apostando por la divulgación de los principios del Pacto Mundial dentro de nuestro ámbito de influencia.



Núria Vilanova
Presidenta y Fundadora de Atrevia



PERFIL DE LA ENTIDAD

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

GP INFORPRESS SL

Tipo de empresa

PYME

Dirección

C/ Arturo Soria, 99

Localidad

Madrid

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

www.atrevia.com

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Nuria Vilanova Giralt

Persona de contacto

Fátima Marina

Número de empleados directos

209

Sector

Servicios profesionales (Consultoría y auditoría)

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Consultoría de Comunicación

Ventas / Ingresos

13619656.79

Ayudas financieras significativas recibidas del gobierno (miles de euros):

No

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

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

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

Medios de Comunicación,

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Los grupos de interés de Inforpress (ahora ATREVIA) se han seleccionado por ser los principales públicos con los que la empresa interactúa al desarrollar su actividad.

Países en los que está presente tu negocio o tiene producción

España, Portugal, Brasil, Colombia, Perú, México, Chile, Ecuador, Estados Unidos de América (Washington) y Bruselas (Bélgica)

Alcance del Informe de Progreso (Países sobre los cuales la empresa reporta información en el Informe de

Progreso) y sus posibles limitaciones, si existen

España y Portugal, principalmente. Las acciones de RSE se están implantando en Brasil, Colombia, Perú, Chile, México y Ecuador de forma progresiva. En Estados Unidos estamos presentes en Washington y en Bélgica, en Bruselas.

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

La evaluación de los aspectos más significativos a incluir en el Informe de Progreso se ha establecido teniendo en cuenta la dimensión de la pyme -una compañía de 209 empleados-, su actividad y el impacto de la misma tanto a nivel económico, social y ambiental.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

El informe de Progreso de Inforpress (ahora ATREVIA) está accesible para todos nuestros grupos de interés a través de la web del Pacto Mundial (www.unglobalcompact.org) así como en la propia web de la Compañía (www.atrevia.com). En el marco de nuestro compromiso con el Pacto Mundial, también difundimos nuestro informe en las presentaciones corporativas de la compañía, tanto externas como internas, así como en la *newsletter* y otros canales propios de difusión

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

Notas

Desafíos establecidos con Grupos de Interés propios:

Medios de Comunicación: Grupo Inforpress busca establecer relaciones de colaboración con los Medios de Comunicación que se engloban en 5 líneas de actuación: 1. Tratamiento no excluyente de los medios de comunicación. 2. Generación de valor y conocimiento añadido/sinergias/negocio a dicho grupo de interés. 3. Mantenimiento de relaciones duraderas y estables entre empresa y medios de comunicación. 4. Tratamiento de datos acorde a la legislación vigente. 5. Identificación de sus necesidades informativas y generación de contenido de calidad.

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

Si

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

Si

¿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

Inforpress (ahora ATREVIA) ha establecido un sistema de escucha activa de las inquietudes y necesidades de los grupos y colectivos implicados en su actividad profesional. Esta actitud nos permite identificar riesgos y oportunidades, así como mantener una actitud de diálogo constante. Esta filosofía empresarial se materializa en diversas acciones según el grupo de interés correspondiente, que se concretan a continuación. EMPLEADOS: Dispone de un Comité de Comunicación Interna (CCI), formado por empleados de diferentes departamentos y oficinas, que gestiona

las propuestas e iniciativas de los empleados del Grupo. El CCI pone en marcha las actuaciones innovadoras que fomentan la creatividad y la comunicación en la empresa. En cada una de las oficinas hay una persona responsable de canalizar cualquier sugerencia recibida, de manera que todas las oficinas están en constante comunicación, y alineadas con la estrategia de la compañía. La presidenta de la Compañía anima de manera periódica a todos los empleados y becarios a hacerle llegar, vía e-mail, directamente cualquier sugerencia relacionada con la empresa. La presidenta y la directora general comparten un almuerzo con las personas que se hayan incorporado en el último año, así como un desayuno con todos los becarios de las oficinas. Estas reuniones están orientadas no sólo a la integración, sino también a la canalización de las sugerencias en un ambiente distendido y de colaboración. Las reuniones, tanto de jefes de equipo como de departamento, son periódicas y en ellas surgen iniciativas para incorporar a la estrategia de la empresa. De esta manera, implementa propuestas y fomenta el desarrollo constante a través de sus empleados. Asimismo, se realizan encuestas de clima que ayudan a detectar aquellos puntos en los que la compañía debe mejorar. Los empleados cuentan también con un buzón de sugerencias donde pueden escribir con la garantía de que sus comentarios se hacen llegar directamente a la presidenta de la compañía. CLIENTES: Inforpress (ahora ATREVIA) organiza habitualmente eventos de networking y conferencias a los que asisten clientes y en los que transmiten las tendencias en comunicación y de relación entre grupos de interés. En estos eventos, se presta especial atención a las nuevas necesidades que puedan estar surgiendo y se analizan los cambios que se están produciendo en el entorno empresarial. Además, la planificación de reuniones con clientes permite una dinámica de diálogo empresa-cliente para incorporar mejoras en propuestas y favorecer la relación de los equipos y la Dirección con los mismos. La Compañía, en su compromiso con la transparencia, participa en una evaluación bianual del sector de las

agencias de comunicación realizada por Grupo Consultores a partir de las valoraciones anónimas de clientes. La participación en dicho proceso permite conocer las percepciones y sugerencia de los mismos. PROVEEDORES: La Compañía mantiene un contacto constante con los proveedores habituales. Cualquier sugerencia es valorada por nuestro departamento de Administración. MEDIOS DE COMUNICACIÓN: dada la idiosincrasia de la Compañía, y el contacto constante con los medios de comunicación, Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene una relación de escucha activa y colaboración con los mismos. Del mismo modo, se planifican encuentros en los que se debate y se intercambian percepciones para crear sinergias y adaptarnos a su realidad cambiante.

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA: Desde la Compañía se organizan encuentros y tertulias con la intención de generar intercambios de conocimiento entre el ámbito público y el privado. SOCIEDAD: En Inforpress (ahora ATREVIA) se han establecido sistemas de evaluación y mejora, a través de la puesta en común, de las actuaciones que se desarrollan conjuntamente con diferentes organismos sociales (como pueden ser el Tercer Sector, asociaciones sin ánimo de lucro o asociaciones sectoriales como SERES, DIRSE o Forética), con el objetivo de asumir las propuestas que de ellas se extraen. Este proceso nos permite acercarnos a las necesidades de la realidad social, desarrollar una actitud de aprendizaje constante y adaptarnos a los cambios sociales que se dan en nuestro entorno.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

Está formada por: Presidencia: Núria Vilanova. Comité de Dirección General: Núria Vilanova, Núria Giralt, Asunción Soriano, Isabel Grifoll, Mercè Ribera, Isabel Lara, Ana Margarida Ximenes. Dirección Financiera: Núria Giralt. Dirección de Administración: Elena Castro. Dirección de Recursos Humanos: Luis Hernández. Fundación Inforpress, Presidenta: Núria Vilanova

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

No se han establecido indicadores específicos para medir los 10 Principios, pero sí para medir las iniciativas desarrolladas e implantar los derechos fundamentales que dichos Principios promueven.

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.

En la actualidad, Inforpress (ahora ATREVIA) se encuentra definiendo su estructura de gobierno para la implantación de la RSE. La presidenta y la CEO son las máximas responsables de la política de RSE que se desarrolla en la compañía.

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.)

Sí. En el marco de nuestro compromiso con el desarrollo de buenas prácticas y políticas de sostenibilidad corporativa a todos los niveles y con todos los públicos, Inforpress (ahora ATREVIA) colabora en las iniciativas del Global Compact (recopilación de buenas prácticas, mesas cuadradas) y se mantiene una alta actividad relacionada con las temáticas promovidas desde Naciones Unidas y

vinculadas con diferentes ámbitos: - Mujer: La Compañía es empresa firmante del acuerdo impulsado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para aumentar la presencia de mujeres en órganos de dirección y consejos de administración de las empresas. Asimismo ha puesto en marcha el estudio, en colaboración con el IESE, sobre "El peso de las mujeres en los Consejos del IBEX-35" (II edición). Núria Vilanova, su presidenta y fundadora, es miembro del Consejo de Administración de Womenalia, miembro de la Junta Directiva del International Women Fórum España, miembro de IWEC (International Women's Entrepreneurial Challenge) y co-fundadora de Mirada Plural (grupo de mujeres líderes). En cuanto a premios y reconocimientos recibidos destacan el Máster de Oro del Fórum de Alta Dirección (2014); el Premio IWEC 2009 otorgado conjuntamente por las Cámaras de Comercio de Barcelona, Nueva York y la India; el XI Premio FIDEM a la Mujer Emprendedora 2008 y el Premio a la Mujer Empresaria 2007. Asimismo, también forman parte de entidades relacionadas con mujeres otros miembros del comité de dirección general. Es el caso Asunción Soriano, CEO de la Compañía, que es miembro del Consejo de Expertos de Womenalia, y de la Plataforma española de Mujeres Expertas. Además, Inforpress (ahora ATREVIA) es miembro de la Asociación de Mujeres Empresarias de Perú y tiene acuerdos de formación probono en comunicación con WinWin, asociación de mujeres empresarias en Portugal y acompaña las iniciativas de Women's Leaders Fórum, una iniciativa de AESE Business School en Portugal. - Protección del medio ambiente: Núria Vilanova es miembro 1001 WWF Adena. - Emprendimiento: dispone del Sello de Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, concedido por el Ministerio de Trabajo de Empleo y Seguridad Social y tiene un acuerdo con el Club del Emprendimiento (CdE). Asimismo Núria Vilanova es miembro del patronato de Ship2B que fomenta la emprendeduría social. La Compañía apoya la emprendeduría colaborando en acciones probono con asociaciones de start-ups, como la fábrica de

start-ups Portugal. - Relaciones bilaterales con América Latina: Núria Vilanova es desde 2014 presidenta del Capítulo Ibérico del Consejo Empresarial de América Latina, organización que busca espacios donde la empresa privada pueda contribuir al fortalecimiento de vínculos recíprocos y al progreso socio económico de las respectivas naciones. Desde Portugal, colabora con el Instituto de Promocional para el desarrollo de América Latina (IPDAL) con varias iniciativas como encuentros de empresarios y conferencias. - Promoción de los derechos de la infancia: La Compañía se implica de forma activa en este objetivo y, por ejemplo, en Barcelona se sustituyó el tradicional "amigo invisible" de Navidades por una donación de material escolar al

Casal dels Infants del Raval. Asimismo destinó una parte de la lotería de Navidad la Fundación IBO para financiar un centro de asistencia nutricional. Por último, colaboró con la Campaña "Todos Contra la Pobreza Infantil" impulsada por la Fundación Rosa Oriol con la colaboración de la Obra Social "La Caixa".

MÁS INFORMACIÓN

Dirección Web

www.atrevia.com



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



10

Desafíos u Oportunidades contemplados

NORMAS LABORALES



8

Desafíos u Oportunidades contemplados

MEDIOAMBIENTE



1

Desafíos u Oportunidades contemplados

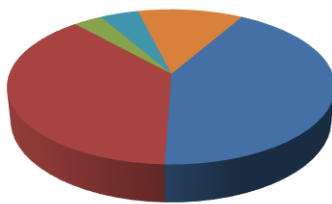
ANTICORRUPCIÓN



3

Desafíos u Oportunidades contemplados

Políticas aplicadas por grupos de interés



- Cientes
- Empleados
- Proveedores
- Accionistas
- Administracion

CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

Cientes: 38
 Empleados: 34
 Proveedores: 3
 Accionistas: 0
 Administración: 4
 Comunidad: 11
 Medio ambiente: 0

CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR



242

GRUPO DE INTERÉS
CLIENTES



Satisfacción del cliente

Inforpress (ahora ATREVIA) trabaja en la gestión y mejora de la relación con el cliente, valorando así en todo momento su grado de satisfacción. Aunque la capacidad para detectar y gestionar este desafío es elevada, supone un riesgo para el conjunto de la Compañía.

Política de Calidad - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

La conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) con sus clientes debe basarse en los principios de ética profesional, honestidad e integridad y debe preservar tanto los intereses legítimos de la empresa como los de sus cliente.

Comentarios

Para implantar este elemento, la Compañía ha definido una Política de Excelencia que regula el comportamiento de todos los colaboradores de la entidad en relación con sus clientes. Recoge, entre otras cuestiones, el Código de Conducta de la compañía o la gestión de gastos.

Objetivos

El objetivo para 2015 es seguir trasladando esta cultura a la totalidad de la plantilla y registrar los logros alcanzados.

Código Ético / Conducta - Política

Indicadores Relacionados

G4-56,G4-58Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

El Código Ético debe ser aceptado y seguido por todos los colaboradores de la empresa, especialmente en lo que atañe a la relación con sus clientes. De modo más concreto, el Código se materializa en este punto a través de dos retos: - Ningún empleado de Inforpress (ahora ATREVIA), especialmente el personal directivo, realizará ni permitirá pagos ni prácticas prohibidas por la ley o que supongan problemas de ética comercial. -

Se evitará cualquier pago a cualquier persona o entidad si se observan razones para pensar que dicho pago pudiera ser utilizado con fines ilícitos.

Objetivos

El objetivo en este apartado es dar continuidad a la aceptación y conocimiento del código por parte del conjunto de toda la Compañía.

Código Ético Comercial - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

El Código de Conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) recoge de forma explícita cómo debe ser la relación empresa cliente en lo que atañe a la ética profesional y/o comercial.

Comentarios

Dentro del Código Ético de la Compañía, existe una cláusula explícita al comportamiento comercial de nuestros consultores. Dice así: "Ningún empleado, especialmente el personal directivo, realizará ni permitirá pagos ni prácticas prohibidas por la ley o que supongan problemas de ética comercial. Se evitará cualquier pago a cualquier persona o entidad si se observan razones para pensar que dicho pago pudiera ser utilizado con fines ilícitos".

Objetivos

En este sentido, Inforpress (ahora ATREVIA) se marca el objetivo de dar continuidad al cumplimiento de este apartado.

Política RSE - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) apuesta por la mejora del entorno a través de la comunicación y el liderazgo. La promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adquiere, en este sentido, una gran importancia y, de hecho, es una de las líneas de trabajo a impulsar y consolidar en 2015-2016.

Comentarios

En lo relativo a la satisfacción del cliente, Inforpress (ahora ATREVIA) trabaja en el impulso de la RSE mediante: - Promoción de la RSE e iniciativas de acción social a través de la propia implicación de la Compañía en entidades de este tipo (Forética, DIRSE, Red Pacto Mundial España...) y con fundaciones/ONG y de asesoría en este terreno. - Colaboración con varios clientes para implantar acciones de RSE dentro de sus propias entidades.

Objetivos

El principal objetivo para este elemento es implantarlo dentro de la estrategia global de la Compañía.

Canales de Comunicación - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Mantener una comunicación constante y fluida con sus clientes es un elemento esencial para la actividad de Inforpress (ahora ATREVIA). La reputación es el reconocimiento que los grupos de interés de una compañía hacen de su comportamiento corporativo .

Comentarios

Este elemento, esencial para la actividad de la Compañía, se materializa en: - Seguimiento a través del equipo de la cuenta, el jefe de equipo y el director de la oficina de cada uno de los proyectos. - Reuniones periódicas con los clientes para incentivar una comunicación bidireccional. - Realización de informes de acciones y resultados. - Llamadas de seguimiento e intercambio de correos electrónicos para favorecer el progreso diario de cada uno de los proyectos. - Call conferences. - Invitación a eventos relacionales - Envío de newsletter mensual por sectores y ámbitos de interés. - Soportes de comunicación corporativos: el Blog de Núria Vilanova (www.nuriavilanova.com), la sede web de la compañía (www.inforpress.es ahora www.atrevia.com), el blog de formación (www.audentia.es/blog) y los perfiles de Facebook, LinkedIn y Twitter (@inforpress ahora @atrevia) y el canal de Youtube

Objetivos

El objetivo en este área es continuar con las herramientas y mecanismos ya implantados.

Formación - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) opera en un entorno muy cambiante. La rapidez de adaptación al cambio que este medio exige que la formación sea una herramienta imprescindible para proporcionar un servicio innovador y basado en la excelencia.

Comentarios

La formación es una herramienta básica para la divulgación del conocimiento y liderazgo en comunicación. Somos referentes en habilidades directivas, de esta forma, con una visión de 360º, investigamos, apoyamos, asesoramos y explicamos

nuestro core business a nuestros clientes para que éstos consigan resultados objetivos ligados al negocio de su propia organización y capitalicen al máximo el servicio contratado. Además, creemos firmemente que la formación crea un gran valor añadido al transmitir conocimientos, metodologías y herramientas para afrontar los retos actuales con una gestión empresarial diferente e innovadora. También apostamos por la transmisión de la formación en el lugar de trabajo como impulso positivo para aumentar y reforzar las competencias de los profesionales. Nuestro desafío lo materializamos en: - charlas de innovación bajo el lema Foro Participa - cursos de formación in Company que abarcan desde las Habilidades de Comunicación para ejecutivos y directivos en la gestión de: Habilidades directivas, Reputación e Influencia, Liderazgo e inteligencia emocional, Portavoces ante los medios, Técnicas teatrales para hablar en público, Storytelling, Empowerment, Gamificación, Tendencias 2.0, Reputación on line, Branding interno y Comunicación interna, entre otros. - Eventos, conferencias, foros y encuentros en los que buscamos la participación de nuestros clientes con best-practices, una importante herramienta de intercambio de perspectivas, mejora continua e identificación de nuevas tendencias. - Eventos como plataforma relacional y de networking.

Objetivos

Como objetivo, Inforpress (ahora ATREVIA) se plantea aumentar el número de clientes que acuden a estas sesiones formativas y relacionales y crear anualmente nuevos cursos adaptándose a sus necesidades y realidades de ellos.

Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

El departamento de formación de la Compañía (Audentia Formación) dispone de encuestas propias de evaluación cuantitativa y cualitativa de ponentes y formadores por parte de los participantes en los programas que organiza.

Objetivos

Se considera que es una herramienta que aporta un gran valor al departamento.

Auditorías - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El control por parte de un tercero es una garantía de los estándares de calidad que Inforpress (ahora ATREVIA) proporciona. Por ello, la Compañía se somete a auditorías externas con el fin de alcanzar la excelencia en su servicio.

Comentarios

La Compañía participa en la evaluación del sector de las agencias de comunicación, que realiza Grupo Consultores. La auditoría PRScope es una evaluación bial de la percepción de las consultoras por parte de los clientes y otras empresas.

Objetivos

Para este elemento, se definen los siguientes objetivos: - Participación en la próxima edición de la auditoría, - Mantener/Mejorar la posición de Inforpress (ahora ATREVIA) en el ranking. - Ampliar el área de influencia de este tipo de auditoría a todos los países en los que la Compañía tiene sede.

Informe comercial - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El reporte continuo a los clientes sobre el estado de proyectos y los logros conseguidos suponen una herramienta efectiva para mejorar la relación con los clientes.

Comentarios

Este desafío se implanta a través de los siguientes protocolos: - Seguimiento a través del equipo de la cuenta, el jefe de equipo y el director de la oficina de cada uno de los proyectos. - Reuniones periódicas para incentivar una comunicación bidireccional. - Realización de informes de acciones y resultados.

Objetivos

El objetivo definido para esta herramienta es dar continuidad a la política de reporte de acciones a los clientes de toda la Compañía.

Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El establecimiento de una política de gestión de incidencias es una herramienta clave para que Inforpress (ahora ATREVIA) asegure una comunicación clara y bidireccional con sus grupos de interés.

Comentarios

La Compañía no cuenta en la actualidad con una política para la gestión de incidencias definida. No obstante, la comunicación con sus clientes es fluida y periódica. Esta relación contribuye a detectar posibles inquietudes y problemáticas, si bien se realiza en un contexto informal.

Objetivos

En la actualidad, el mayor reto al que Inforpress (ahora ATREVIA) se enfrenta para implantar este elemento pasa por desarrollar una política específica que englobe y formalice los procesos de incidencias que ya se contemplan en la gestión de proyectos con clientes.

Desinformación de los clientes

Inforpress (ahora ATREVIA) evoluciona constantemente adaptándose a las necesidades de la realidad en la que opera. Este constante movimiento a veces conlleva que los clientes ignoren todos estos cambios en tiempo real, por lo que puede haber cierto desconocimiento sobre qué servicios se gestionan desde determinados departamentos, la ampliación de los mismos o la gestión de nuevas áreas de conocimiento

Política de Calidad - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

La conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) con sus clientes debe basarse en los principios de ética profesional, honestidad e integridad y debe preservar tanto los intereses legítimos de la empresa como los de sus cliente.

Comentarios

La Compañía cuenta con una Política de Excelencia definida que regula el comportamiento de los colaboradores en relación a su trato directo con los clientes. Por ejemplo, en lo que a la gestión de los gastos se refiere, éstos son sometidos a la aprobación del cliente, supervisión y posterior control.

Objetivos

El objetivo es seguir implementando políticas de calidad que nos permitan estrechar aún más la relación con nuestros clientes para que conozcan la evolución del negocio de Inforpress (ahora ATREVIA).

Código Ético Comercial - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

El Código de Conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) recoge de forma explícita cómo debe ser la relación empresa cliente en lo que atañe a la ética profesional y/o comercial.

Comentarios

Ningún empleado, especialmente el personal directivo, realizará ni permitirá pagos ni prácticas prohibidas por la ley o que supongan problemas de ética comercial. Se evitará cualquier pago a cualquier persona o entidad si se observan razones para pensar que dicho pago pudiera ser utilizado con fines ilícitos.

Objetivos

El desafío definido es el establecimiento de indicadores concretos para el seguimiento de este desafío.

Formación - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) opera en un entorno muy cambiante. La rapidez de adaptación al cambio que este medio exige hace que la formación sea una herramienta imprescindible para proporcionar un servicio innovador y basado en la excelencia.

Comentarios

La formación es en la Compañía una herramienta básica para la divulgación del conocimiento y liderazgo en comunicación. Somos referentes en habilidades directivas, de esta forma, con una visión de 360° investigamos, apoyamos, asesoramos y explicamos nuestro core business a nuestros clientes para que éstos consigan resultados objetivos ligados al negocio de su propia organización y capitalicen al máximo el servicio contratado. Además, creemos firmemente que la formación crea un gran valor añadido al transmitir conocimientos, metodologías y herramientas para afrontar los retos actuales con una gestión empresarial diferente e innovadora. También apostamos por la transmisión de la formación en el lugar de trabajo como impulso positivo para aumentar y reforzar las competencias de los profesionales. Nuestro desafío lo materializamos en: - charlas de innovación bajo el lema Foro Participa - cursos de formación in Company que abarcan desde las Habilidades de Comunicación para ejecutivos y

directivos en la gestión de: Habilidades directivas, Reputación e Influencia, Liderazgo e inteligencia emocional, Portavoces ante los medios, Técnicas teatrales para hablar en público, Storytelling, Empowerment, Gamificación, Tendencias 2.0, Reputación on line, Branding interno y Comunicación interna, entre otros. - Eventos, conferencias, foros y encuentros en los que buscamos la participación de nuestros clientes con best-practices, una importante herramienta de intercambio de perspectivas, mejora continua e identificación de nuevas tendencias. - Eventos como plataforma relacional y de networking

Objetivos

Como objetivo, Inforpress (ahora ATREVIA) se plantea aumentar el número de clientes que acuden a estas sesiones formativas y relacionales y crear anualmente nuevos cursos adaptándose a las necesidades y realidades de ellos

Canales de Comunicación - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Mantener una comunicación constante y fluida con sus clientes es un elemento esencial para la actividad de Inforpress (ahora ATREVIA). La reputación es el reconocimiento que los grupos de interés de una compañía hacen de su comportamiento corporativo.

Comentarios

Aunque la Compañía carece de un protocolo de actuación que regule los canales de comunicación con sus clientes, se sirve de una serie de herramientas que ayudan a agilizar este proceso: Este elemento, esencial para la actividad del Grupo, se materializa en: - Seguimiento a través del equipo de la cuenta, el jefe de equipo y el director de la oficina de cada uno de los proyectos. - Reuniones periódicas con los clientes para incentivar una comunicación bidireccional. - Realización de informes de acciones y resultados. - Llamadas de seguimiento e intercambio de correos electrónicos para favorecer el progreso diario de cada uno de los proyectos. - Call conferences. - Invitación a eventos relacionales como, por ejemplo, el Foro Participa. - Envío de newsletter mensual por sectores y ámbitos de interés.

Objetivos

El objetivo definido es establecer un canal de comunicación propio encaminado a canalizar las peticiones, sugerencias, inquietudes y reclamaciones de los clientes.

Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Aunque Inforpress (ahora ATREVIA) ya hace uso de encuestas de satisfacción entre sus clientes para medir la calidad de la formación que imparte, no lo hace de forma regular ni protocolizada.

Objetivos

Realizar encuestas de satisfacción en eventos más informales, como eventos de networking o conferencias

Creación de Canal de Denuncias - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

G4-58

Observaciones Genéricas

Aunque Inforpress (ahora ATREVIA) no cuenta en la actualidad con un protocolo que gestione las denuncias de sus grupos de interés, el continuo flujo comunicativo que se da entre ambas partes contribuye a fomentar una actitud de escucha activa.

Comentarios

Objetivos

El principal objetivo aquí es crear un protocolo que contribuya a gestionar las inquietudes no resueltas de los clientes.

Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El establecimiento de una política de gestión de incidencias es una herramienta clave para que Inforpress (ahora ATREVIA) asegure una comunicación clara y bidireccional con sus grupos de interés.

Comentarios

La Compañía no cuenta en la actualidad con una política para la gestión de incidencias definida. No obstante, la comunicación con sus clientes es fluida y periódica. Esta relación contribuye a detectar posibles inquietudes y problemáticas, si bien se realiza en un contexto informal.

Objetivos

Así pues, una meta urgente es el desarrollo de una

política de excelencia en la gestión del cliente como una política específica que englobe y formalice los procesos que ya se contemplan en la gestión de proyectos con clientes.

Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles

La calidad de servicio y la satisfacción del cliente están relacionados. Este desafío se gestiona a través de la capacidad de los empleados para ajustarse al servicio que el cliente demanda con la finalidad de resolver sus necesidades. Del mismo modo, la calidad también tiene su reflejo en todos los eventos, conferencias y foros que organiza Inforpress (ahora ATREVIA) para fomentar el networking, una importante herramienta de intercambio de perspectivas, mejora continua e identificación de nuevas tendencias.

Política de Calidad - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

La conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) con sus clientes debe basarse en los principios de ética profesional, honestidad e integridad y debe preservar tanto los intereses legítimos de la empresa como los de sus cliente.

Comentarios

La Compañía cuenta con una Política de Excelencia definida que regula el comportamiento de los colaboradores en relación a su trato directo con los clientes. Por ejemplo, en lo que a la gestión de los gastos se refiere, estos son sometidos a la aprobación del cliente, supervisión y posterior control.

Objetivos

Por ello es importante que Inforpress (ahora ATREVIA) dé continuidad a las acciones recogidas en esta política y asegure su cumplimiento por parte de todos sus colaboradores. Solo así será capaz de brindar el servicio que sus clientes demandan.

Política RSE - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) apuesta por la mejora del entorno a través de la comunicación y el liderazgo. La promoción de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adquiere, en este sentido, una gran importancia y, de hecho, es una de las líneas de trabajo a impulsar y consolidar en 2015-2016.

Comentarios

Aunque en 2014 la Compañía no tiene una política de RSE claramente definida, se evidencia la necesidad de impulsarla y consolidarla como parte de la estrategia global. Además, lleva a cabo una promoción activa de la RSE y organiza iniciativas de acción social a través de la propia implicación de la Compañía en entidades de este tipo (Forética, DIRSE, Red de Pacto Mundial...) y con fundaciones y otro tipo de entidades y de asesoría en este terreno. También se ha colaborado con varios clientes para la implantación de acciones de este tipo dentro de su propia organización.

Objetivos

Por ello, se marca el objetivo de dar los primeros pasos para implantar este elemento y formalizar una política.

Código Ético / Conducta - Política

Indicadores Relacionados

G4-56, G4-58 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

Tanto el personal como aquellos grupos de interés con los que se relaciona la Compañía deben conocer, y asumir cuando les afecte, el Código de Conducta, que se da a conocer al comenzar una relación laboral con la empresa y está accesible en la intranet.

Objetivos

Así pues, el objetivo establecido es dar continuidad a la promoción y seguimiento del Código.

Políticas Internas de Gestión - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha establecido políticas de gestión para la totalidad de su actividad se rija bajo los mismos principios.

Comentarios

La Compañía cuenta con una Política de Excelencia, que regula las políticas de gestión de gastos (sometidos a la aprobación del cliente, supervisión y posterior control) y la prevención de favoritismos (control de horas de trabajo y aceptación de regalos).

Objetivos

La meta establecida es continuar con la implantación de esta política, de modo que la relación con los clientes se base en el rigor y la ética profesional.

Formación - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) opera en un entorno muy cambiante. La rapidez de adaptación al cambio que este medio exige hace que la formación sea una herramienta imprescindible para proporcionar un servicio innovador y basado en la excelencia.

Comentarios

La formación es una herramienta básica para la divulgación del conocimiento y liderazgo en comunicación. Somos referentes en habilidades directivas, de esta forma, con una visión de 360° investigamos, apoyamos, asesoramos y explicamos nuestro core business a nuestros clientes para que éstos consigan resultados objetivos ligados al negocio de su propia organización y capitalicen al máximo el servicio contratado. Además, creemos firmemente que la formación crea un gran valor añadido al transmitir conocimientos, metodologías y herramientas para afrontar los retos actuales con una gestión empresarial diferente e innovadora. También apostamos por la transmisión de la formación en el lugar de trabajo como impulso positivo para aumentar y reforzar las competencias de los profesionales. Nuestro desafío lo materializamos en: - charlas de innovación bajo el lema Foro Participa - cursos de formación in Company que abarcan desde las Habilidades de Comunicación para ejecutivos y directivos en la gestión de: Habilidades directivas, Reputación e Influencia, Liderazgo e inteligencia emocional, Portavoces ante los medios, Técnicas teatrales para hablar en público, Storytelling, Empowerment, Gamificación, Tendencias 2.0, Reputación on line, Branding interno y Comunicación interna, entre otros. - Eventos, conferencias, foros y encuentros en los que buscamos la participación de nuestros clientes con best-practices, una importante herramienta de intercambio de perspectivas, mejora

continua e identificación de nuevas tendencias. -
Eventos como plataforma relacional y de networking

Objetivos

Como objetivo, Inforpress (ahora ATREVIA) se plantea aumentar el número de clientes que acuden a estas sesiones formativas y relacionales y crear anualmente nuevos cursos adaptándose a las necesidades y realidades de ellos.

Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

En la consultoría de comunicación, actividad de la Compañía, es imprescindible que todos los colaboradores que intervienen en un proyecto estén alineados en un mismo objetivo. Para ello es necesario establecer un protocolo de comunicación constante y riguroso tanto entre los miembros del equipo como con los diferentes grupos de interés.

Comentarios

La gestión de los proyectos conlleva la participación de un equipo especializado en función de las características del proyecto, con la coordinación de un director de departamento y la supervisión de la dirección de la oficina. Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con una estructura poco jerárquica y en la que se promueve la participación del cliente en diferentes actividades de networking de la empresa, lo que facilita la relación con varios responsables dentro de la estructura.

Objetivos

Los buenos resultados arrojados por esta mecánica llevan a que la Compañía se proponga continuar con el procedimiento establecido.

Auditorías - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El control por parte de un tercero es una garantía de los estándares de calidad que Inforpress (ahora ATREVIA) proporciona. Por ello, la Compañía se somete a auditorías externas con el fin de alcanzar la excelencia en su servicio.

Comentarios

Los clientes de Inforpress (ahora ATREVIA) evalúan la calidad de la consultora gracias a su participación anónima en PRScope, una auditoría que Grupo Consultores realiza cada dos años para medir la calidad del servicio proporcionado por el sector.

Objetivos

Como objetivo, la Compañía se marca seguir participando en esta iniciativa.

Evaluación del departamento de compras - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Esta política es aplicable a todas las personas que trabajen para Inforpress (ahora ATREVIA), tanto empleados como becarios o colaboradores en general, y en todos los países en los que tiene presencia la empresa.

Comentarios

La Compañía cuenta con una política definida que recoge las normas y procedimientos que regulan los gastos y compras en los que los colaboradores pueden incurrir por motivo de su actividad profesional en la empresa. Cada director y responsable de departamento es responsable de que los colaboradores que dependan de él conozcan el contenido completo de esta política y, de forma muy especial, de los criterios de conveniencia, necesidad y moderación que deben seguirse. Además, se han establecido una serie de niveles de aprobación de gastos.

Objetivos

En este sentido, Inforpress (ahora ATREVIA) se marca el objetivo de dar continuidad al conocimiento y aplicación de la política ya definida.

Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El establecimiento de una política de gestión de incidencias es una herramienta clave para que Inforpress (ahora ATREVIA) asegure una comunicación clara y bidireccional con sus grupos de interés.

Comentarios

La Compañía no cuenta en la actualidad con una política para la gestión de incidencias definida. No obstante, la comunicación con sus clientes es fluida y periódica. Esta relación contribuye a detectar posibles inquietudes y problemáticas, si bien se realiza en un contexto informal.

Objetivos

Como objetivo principal, Inforpress (ahora ATREVIA) se plantea el desarrollo de una política de excelencia en la gestión del cliente como una política específica que

englobe y formalice los procesos que ya se contemplan en la gestión de proyectos con clientes.

Relación duradera con los clientes

Inforpress (ahora ATREVIA) considera clave y prioritario desarrollar una comunicación transparente y fluida para generar un vínculo de confianza sostenible y duradera con los clientes. Además, la Compañía está constantemente adaptándose a sus necesidades a través de, por ejemplo, la creación de nuevos servicios. No obstante, en el establecimiento de una relación a largo plazo entran en juego otros factores como, por ejemplo, el coste o la competencia.

Política de Calidad - Política Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

La conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) con sus clientes debe basarse en los principios de ética profesional, honestidad e integridad y debe preservar tanto los intereses legítimos de la empresa como los de sus cliente.

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con una Política de Excelencia que establece sistemas de gestión de gastos (sometidos a la aprobación del cliente, supervisor y posterior control) o mecanismos de prevención de favoritismos (control de horas de trabajo y aceptación de regalos), entre otros.

Objetivos

Esta política se ha confirmado como la acertada, por lo que la Compañía propone continuar con el procedimiento ya asimilado.

Código Ético / Conducta - Política Indicadores Relacionados

G4-56, G4-58 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la

Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

El Código de Conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) regula la relación existente entre todos los colaboradores de la Compañía y sus clientes. De este modo, asegura que las gestiones se realizan de forma transparente e íntegra, sin poner en peligro a ninguna de las dos partes.

Objetivos

El objetivo definido para este elemento es continuar con la difusión del Código Ético entre los colaboradores, para que de este modo los clientes tengan la certeza de que se está operando bajo unos parámetros óptimos.

Canales de Comunicación - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Mantener una comunicación constante y fluida con sus clientes es un elemento esencial para la actividad de Inforpress (ahora ATREVIA). La reputación es el reconocimiento que los grupos de interés de una compañía hacen de su comportamiento corporativo.

Comentarios

La Compañía cuenta con un mecanismo de comunicación fluida con sus clientes. El hecho de que Inforpress (ahora ATREVIA) cuente con una estructura poco jerárquica facilita el acceso y la relación directa con varios responsables dentro de la estructura. Por otro lado, aunque la Compañía carece de un protocolo de actuación que regule los canales de comunicación con sus clientes, se sirve de una serie de herramientas que ayudan a agilizar este proceso: Este elemento, esencial para la actividad del Grupo, se materializa en: - Seguimiento a través del equipo de la cuenta, el jefe de equipo y el director de la oficina de cada uno de los proyectos. - Reuniones periódicas con los clientes para incentivar una comunicación bidireccional. - Realización de informes de acciones y resultados. - Llamadas de seguimiento e intercambio de correos electrónicos para favorecer el progreso diario de cada uno de los proyectos. - Call conferences. - Invitación a eventos relacionales - Envío de newsletter mensual por sectores y ámbitos de interés.

Objetivos

Para continuar con la senda iniciada, se hace preciso mantener los canales ya establecidos y la periodicidad en su recurso.

Relación mutua de confianza con los clientes - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

La confianza es un factor clave en la relación cliente-empresa. Inforpress (ahora ATREVIA) la alimenta día a día a través de la rigurosidad en el trabajo y la cercanía en el trato.

Comentarios

Este desafío se materializa en el establecimiento de una política de confidencialidad que recoge que el colaborador está obligado a no revelar a terceros, tanto durante el período de duración de su colaboración, como después de su finalización, información respecto a la estructura del negocio, metodología, procedimiento, clientes, proyectos y cualquier otro tema que hubiera tenido acceso por razón de su cargo o función. De igual forma tampoco podrá publicar ni divulgar información confidencial de la empresa. El colaborador tiene y asume la obligación de guardar el secreto y confidencialidad de toda la información de la empresa a la que tenga acceso, especialmente la información relativa a personas físicas recogida en ficheros de datos personales.

Objetivos

Para mantener esta confianza mutua, es necesario velar por el cumplimiento de este acuerdo de confidencialidad.

Comunicación Interna y Externa - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) es una compañía en constante evolución. Un de las decisiones principales de este año ha sido el cambio de nombre de marca que tendrá lugar en 2015. Si a ello se añade que opera en un entorno muy cambiante, nos encontramos ante una situación que impide comunicar en ocasiones las transformaciones dentro de la organización, como la creación de nuevos departamentos o la especialización en nuevas áreas de conocimiento. Para ayudar a solventar esta problemática, se ha diseñado un folleto de transición que recoge los pilares de la compañía y se ha establecido un sistema de comunicación en cascada. Además se han sistematizado diferentes herramientas de

comunicación interna para compartir conocimiento sobre clientes dentro de la organización (casos de éxito, buenas prácticas, proyectos novedosos y creativos...). Así, podemos destacar el uso de la intranet, la realización de actas internas, el blog y la newsletter interna.

Objetivos

Se marca el objetivo de desarrollar en 2015 el plan de lanzamiento externo así como el desarrollo e implantación de los nuevos materiales corporativos para su difusión entre los clientes

Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El establecimiento de una política de gestión de incidencias es una herramienta clave para que Inforpress (ahora ATREVIA) asegure una comunicación clara y bidireccional con sus grupos de interés.

Comentarios

La Compañía no cuenta en la actualidad con una política para la gestión de incidencias definida. No obstante, la comunicación con sus clientes es fluida y periódica. Esta relación contribuye a detectar posibles inquietudes y problemáticas, si bien se realiza en un contexto informal.

Objetivos

Por ello, se evidencia la necesidad de desarrollar de una política específica que englobe y formalice los procesos que ya se contemplan en la gestión de proyectos con clientes.

Número de auditorías llevadas a cabo - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Las auditorías en las que los clientes evalúan a la empresa suponen un procedimiento muy eficaz para medir su nivel de satisfacción. Pueden arrojar luz sobre aquellos puntos con capacidad de mejora y, por ello, proporciona a la Compañía información sobre aquellos aspectos en los que tiene que insistir con especial énfasis para sentar las bases de una relación duradera.

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) se somete a una auditoría bial realizada por Grupo Consultores en la que sus clientes evalúan su imagen y la calidad de su servicio.

Objetivos

Seguir sometiéndose a auditorías como la de Grupo Consultores para conocer aquellos puntos con capacidad de mejora para sentar las bases de una relación duradera con sus clientes.

Acercar la RSE al consumidor final

Inforpress (ahora ATREVIA) promociona la RSE a través de ponencias y conferencias. Lleva a cabo investigaciones y estudios de tendencias sobre Responsabilidad Social Empresarial junto con escuelas de negocio, con el objetivo de formar a los profesionales en el diálogo multistakeholders que garantice la sostenibilidad ambiental, social y de buen gobierno de las empresas. También fomenta debates de promoción de la RSE, la acción social y el conocimiento. Por otro lado, colabora con diversas ONGs mediante proyectos pro bono o en proyectos de voluntariado.

Canales de Comunicación - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Mantener una comunicación constante y fluida con sus clientes es un elemento esencial para la actividad de Inforpress (ahora ATREVIA). La reputación es el reconocimiento que los grupos de interés de una compañía hacen de su comportamiento corporativo.

Comentarios

Aplicado al acercamiento de la RSE al consumidor final, es necesario que Inforpress (ahora ATREVIA) sepa comunicar su compromiso con los entornos en los que opera a través de varios canales. De modo más concreto, los canales de comunicación a través de los que se difunde la RSE son: - conferencias y sesiones informativas en el ámbito académico y empresarial. - Organización de eventos de networking con sus clientes y otras organizaciones sociales en torno a esta temática - Comunicación de sus acciones de RSE a través de medios especializados, su sede web, su intranet y otros canales - Promulgar políticas y estrategias de RSE entre sus clientes - Colaboraciones con entidades de RSE como Forética o DIRSE.

Objetivos

En este sentido, la Compañía se marca el objetivo de seguir con las acciones ya establecidas.

Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes

En Inforpress (ahora ATREVIA) se fomenta la transparencia para generar confianza y fortalecer la relación con sus clientes. Una transparencia que empieza con los contratos firmados cuyas condiciones de la relación laboral quedan recogidas en él de forma previa al inicio de la actividad. Además, la Compañía cuenta con una serie de mecanismos que aseguran que la relación con sus clientes se lleva a cabo bajo criterios óptimos y transparentes.

Código Ético / Conducta - Política Indicadores Relacionados

G4-56,G4-58 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

Este documento recoge unas reglas básicas de actuación que todos los colaboradores de Inforpress (ahora ATREVIA) deben hacer propias para estar en consonancia con el nivel de confianza que los clientes depositan en la empresa y con su reputación en el más amplio sentido de la palabra. La conducta a seguir por los empleados debe basarse en los principios de ética profesional, honestidad e integridad y debe preservar tanto los intereses legítimos de la empresa como los de sus clientes y proveedores. Regula aspectos directamente relacionados con la transparencia en el ejercicio de la actividad con los clientes, como la ética comercial, el conflicto de intereses o la información confidencial.

Objetivos

Dado que todos los colaboradores tienen asumida

esta política como propia, el objetivo aquí definido es continuar velando por su cumplimiento.

Política de Compras - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de una Política de Gastos que recoge las normas y procedimientos que regulan los gastos y compras en los que el colaborador puede incurrir por motivo de actividad profesional en la empresa. Esta política está basada en criterios de conveniencia, necesidad y moderación.

Comentarios

La transparencia en el ejercicio de la actividad de la compañía con sus clientes encuentra su reflejo en la Política de Gastos de Inforpress (ahora ATREVIA). Esta política es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general, y en todos los países en los que tiene presencia la empresa. Cada director y responsable de departamento es responsable de que los colaboradores que dependan de él conozcan el contenido completo de esta política y, de forma muy especial, de los criterios de conveniencia, necesidad y moderación que deben seguirse. Adicionalmente, se habrá de tener en cuenta que los criterios aquí reflejados pueden estar afectados por decisiones concretas en el tiempo a criterio del Comité de Dirección General de la empresa y del Departamento Financiero.

Objetivos

Este se ha revelado un mecanismo adecuado para la política de compras, por ello se pretende continuar con su implantación.

Transparencia y Buen Gobierno - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Mejorar el gobierno corporativo, además de tener una repercusión directa en el balance económico de Inforpress (ahora ATREVIA), conlleva importantes ventajas no solo en la cultura interna sino que favorece un mayor reconocimiento por parte de todos los grupos de interés. En este sentido, se detecta la necesidad de que los objetivos de la Compañía, así como los medios para alcanzarlos y la supervisión del desempeño, se fijen de manera transparente. Solo así se podrá promover una relación empresa-cliente

basada en la confianza. Este es un valor transversal a la actividad de Inforpress (ahora ATREVIA).

Comentarios

A las políticas de Gestión de Gastos y Confidencialidad o al Código de Conducta, que asientan las bases sobre la que se construye la actuación del Gobierno Corporativo, hay que añadir en este punto la creación por parte de Inforpress (Ahora ATREVIA) del Foro de Buen Gobierno y Accionariado, un espacio de investigación y debate promovido junto a la Escuela de Negocio IESE que tiene por objetivo generar, divulgar y mejorar las prácticas en materia de Gobierno Corporativo. En este sentido, impulsa diferentes estudios vinculados a la buena gobernanza empresarial y el pequeño accionariado y publica cada año el Informe sobre Juntas Generales Ordinarias de Accionistas de Empresas del Ibex-35. Asimismo, el Foro pretende ser un marco de encuentro, por lo que, con carácter trimestral, organiza un almuerzo con alguna personalidad relevante del mundo económico o empresarial. Otra de las actividades impulsadas son los Premios del Foro de Buen Gobierno y Accionariado, que reconocen las mejores iniciativas de empresas cotizadas para mejorar su comunicación con inversores y accionistas.

Objetivos

En este sentido, la Compañía se marca el objetivo de divulgar las prácticas impulsadas a través del Foro de Buen Gobierno entre sus clientes, así como dar continuidad a las medidas y políticas implantadas en la propia organización.

Auditorías - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El control por parte de un tercero es una garantía de los estándares de calidad que Inforpress (ahora ATREVIA) proporciona. Por ello, la Compañía se somete a auditorías externas con el fin de alcanzar la excelencia en su servicio.

Comentarios

A través de la participación en PRScope, Inforpress (ahora ATREVIA) también tiene constancia de cómo sus clientes perciben la transparencia en su gestión.

Objetivos

El objetivo principal para este punto es continuar con la participación en esta auditoría bienal.

GRUPO DE INTERÉS

EMPLEADOS



Buen ambiente laboral

El bienestar de los colaboradores es factor clave de éxito de la Compañía. Inforpress (ahora ATREVIA) fomenta y facilita la relación fluida y las actividades grupales entre sus colaboradores. Por todo ello, ha conseguido durante dos años consecutivos ser galardonado con el Premio Best Place To Work en España.

Código Ético / Conducta - Política

Indicadores Relacionados

G4-56, G4-58 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

En la Intranet de Inforpress (ahora ATREVIA) se encuentra un espacio para la consulta del mismo. Además, cada nueva incorporación tiene como obligación la lectura del mismo. Se entrega en el Kit de Bienvenida y en una reunión de bienvenida, con el Jefe de Equipo o mentor, se explican algunos planteamientos.

Objetivos

Nuestro objetivo radica en continuar comunicando el Código de Conducta de manera eficaz, con una identidad visual actualizada, y posteriormente con un Plan de Comunicación específico que lo lleve a toda la organización.

Política de Comunicación Interna - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) es una compañía en constante evolución. Un de las decisiones principales de este año ha sido el cambio de nombre de marca que tendrá lugar en 2015. Actualmente la Compañía está inmersa en la elaboración del Plan de Comunicación Interna y su lanzamiento. Además de la creación de las herramientas necesarias para canalizar dicha estrategia de comunicación interna

Objetivos

Queremos seguir determinando las necesidades de nuestros empleados. Impulsando el liderazgo de nuestro mando intermedio (Jefes de Equipo) y de la comunicación en cascada. Fomentando y comunicando nuestro compromiso con el diálogo y la participación de todos los que formamos parte de la Compañía.

Plan de Igualdad - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene la igualdad de oportunidades para todos sus empleados sin distinción, evitando cualquier tipo de discriminación. La empresa hace uso de la imparcialidad y la transparencia a la hora de posibilitar el acceso a nuevas oportunidades de su personal.

Comentarios

La Compañía es empresa firmante del acuerdo impulsado por el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad para aumentar la presencia de mujeres en órganos de dirección y consejos de administración de las empresas.

Objetivos

Queremos seguir: Favoreciendo la adopción de un plan o de medidas que fomenten la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres. A su vez poner los medios necesarios para participar en las diferentes fases del mismo, tanto en las acciones de formación como en las de elaboración del diagnóstico y programación de las medidas o Plan de Igualdad. En este último caso, se ha revisado el Plan de Igualdad incorporando mejoras.

Política de Seguridad y Salud en el trabajo - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (Ahora ATREVIA) cumple rigurosamente con las obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales, a través de una formación y evaluación continua en materia de EHS así como con la realización de reconocimientos médicos anuales a opción del trabajador. Más allá de lo que la normativa de prevención exige, desarrolla unas medidas de prevención específicas para mujeres embarazadas y lactantes. Asimismo, mantiene una campaña de vida saludable ofreciendo a sus empleados fruta de

temporada diaria y animando a participar en eventos deportivos solidarios. A través de nuestra intranet, los empleados pueden consultar periódicamente todo lo relativo a sus derechos y obligaciones en materia de seguridad y salud en el trabajo, los cursos que tienen a su disposición, así como la posibilidad de enviar todas sus preocupaciones, propuestas y quejas a través de un buzón de sugerencias ad hoc.

Objetivos

Kit formativo de bienvenida - Acción / Proyecto **Indicadores Relacionados**

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Anteriormente el departamento de RRHH era el encargado de formar a las nuevas incorporaciones de la Compañía. Actualmente, nos encontramos en una fase de cambio, apostando por la horizontalidad, una vez formalizada la contratación de un nuevo miembro del equipo, se le es asignado un mentor que velará por la adecuada inmersión y formación de esta incorporación.

Objetivos

Continuar impulsando la iniciativa de mentoring dentro de la empresa.

Voluntariado/Ocio Corporativo - Acción / Proyecto **Indicadores Relacionados**

0

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) apoya las iniciativas que surgen por parte de sus colaboradores en lo que respecta a ocio y voluntariado corporativo. Así, se puede destacar la donación a proyectos solidarios a través de acciones como la lotería, las donaciones a Cruz Roja o la colaboración con la Fundación Junior Achievement con su programa "Socios por un Día" enfocado a la formación y desarrollo de los jóvenes. Durante 2014, la Cruz Roja nos distinguió como una de sus empresas colaboradoras en la celebración de su 150 aniversario.

Inforclub - Acción / Proyecto **Indicadores Relacionados**

0

Observaciones Genéricas

Se trata de una iniciativa de actividades y servicios que organiza Inforpress (ahora ATREVIA) normalmente

bajo acuerdos con empresas externas y que permite a los empleados disfrutar de condiciones ventajosas.

Beneficios sociales - Acción / Proyecto **Indicadores Relacionados**

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con un sistema de beneficios sociales que los empleados pueden combinar para satisfacer distintas necesidades. Este sistema incluye: - Ticket restaurante - Abono transporte - Aparcamiento - Seguro Médico - Bono guardería

Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento **Indicadores Relacionados**

0

Observaciones Genéricas

El Comité de Comunicación Interna (CCI) está formado por un grupo de profesionales de Inforpress (ahora ATREVIA) que han solicitado libremente formar parte del CCI.

Comentarios

Actualmente, estas personas tienen una gran responsabilidad dentro de la Compañía, porque representan los intereses de todo el equipo. Son voz y canal de comunicación para que lleguen a la dirección todas las peticiones y propuestas de mejora que consigan que Inforpress (ahora ATREVIA) sea, cada vez más, un mejor lugar para trabajar.

Objetivos

Es necesario continuar impulsando estos valores en nuestro comité de comunicación, para estos sean antenas en todo el equipo, y los ejes estratégicos de la Compañía y llevar a cabo campañas para que nuestra forma de trabajar y de estar en el trabajo refleje nuestra filosofía, nuestros valores.

Evaluación Anual - Herramienta de seguimiento **Indicadores Relacionados**

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

En 2014 Inforpress (ahora ATREVIA) ha desarrollado el modelo de desempeño al que se hizo alusión en 2013. Para ello, se ha contado con un modelo orientado a la consecución de objetivos a través de una nueva plataforma informática dinámica, en la que los empleados podían fijar sus propios objetivos además

de los planteados por sus respectivos responsables, en un ejercicio de autoimplicación y desarrollo personal de nuestros empleados.

Objetivos

Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados

Inforpress (ahora ATREVIA) apuesta por la formación continua de sus empleados, clave en un entorno tan cambiante como es el de la consultoría. Es por ello que se impulsan programas formativos en los que pueden participar todas las personas que forman parte de la Compañía.

Plan de Formación y Desarrollo - Política

Indicadores Relacionados

G4-LA9

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) ha establecido políticas de gestión para la totalidad de su actividad se rija bajo los mismos principios. - Plan de Formación: Los empleados tienen derecho asistir a clases de inglés así como a acceder anualmente al menos a una formación interna en alguno de los seminarios de Audentia Formación (Departamento de Formación) además de formaciones en determinadas especialidades y tendencias, con periodicidad quincenal/mensual. - Desarrollo de carrera, evaluación 360 y reuniones de evaluación que permiten al empleado transmitir las preocupaciones, sugerencias o propuestas. - Programa de Predirectivos para el desarrollo de carrera profesional de empleados identificados como posibles futuros directivos dentro de la Compañía (desarrollo de proyectos transversales). - Club de Excelencia: Herramienta de formación para facilitar el camino a todos los ponentes internos que colaboran con Audentia Formación en su tarea de formar a profesionales de distintas empresas y sectores en habilidades de comunicación y conocimiento aplicado. - Academia de

Talento: Sesiones periódicas de formación que tienen el objetivo de dar a conocer las distintas capacidades que posee la empresa, las mejores prácticas y transmitir experiencia.

Intranet - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El crecimiento geográfico de la Compañía plantea un reto en la transmisión de nuestra cultura corporativa cada vez a más personas.

Comentarios

En 2014, se consolida Inforpeople (la Intranet de la Compañía) como canal de participación de los colaboradores, creando sentimiento de pertenencia a pesar de la expansión geográfica.

Objetivos

El principal desafío se centra en continuar integrando a todos los equipo dentro de esta herramienta, como participantes activos, para crear vínculos emocionales

Inserción de personas con discapacidad (LISMI)

Inforpress (ahora ATREVIA) ha logrado la integración laboral de empleados con discapacidad gracias a la colaboración con la Fundación Síndrome de Down en Madrid, así como con el IMEP (Instituto Municipal de Educación y Trabajo de Vilanova i la Geltrú), cumpliendo así con las obligaciones de la LISMI, y aportando un valor añadido, al contar estos trabajadores con un doble sistema de mentoring (por parte de los centros de apoyo y de la propia empresa) que facilita en mayor medida su independencia como personas y empleados de la Compañía.

Política de Igualdad - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene la igualdad de oportunidades para todos sus empleados sin distinción, evitando cualquier tipo de discriminación.

La empresa hace uso de la imparcialidad y la transparencia a la hora de posibilitar el acceso a nuevas oportunidades de su personal.

Comentarios

Objetivos

Continuar implantando aquellos procesos que garanticen la equidad interna en este sentido.

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

El impacto medioambiental de Inforpress (ahora ATREVIA) es mínimo debido a la naturaleza de su negocio. Aún así, desde la Compañía se apuesta por unas medidas que favorezcan la reducción del consumo y la concienciación de sus colaboradores. Además, tiene acuerdos con entidades con fines medioambientales

Política de Reducción de Consumo - Política Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha implantado prácticas de sensibilización en materia de medioambiente.

Comentarios

Las medidas se materializan en el uso de códigos personalizados en las impresoras para la reducción de copias y a través de la utilización de equipamientos que reduzcan el consumo de papel (portátiles, smartphones). Asimismo, se apuesta por la reducción de gastos de agua y energía: mediante el aprovechamiento de luz natural y un sistema de detección de movimiento en determinadas estancias. Por otro lado, se han establecido procedimientos internos de recogida selectiva y reciclaje de papel, pilas, cartuchos de tóner y teléfonos móviles.

Objetivos

Inforpress (ahora ATREVIA) impulsa iniciativas como la Oficina sin papeles, que no se trata sólo del optimizar el espacio o el tiempo que se emplea en ordenar y gestionar la acumulación de material, sino de aprovechar un sistema digitalizado de gestión documental (InforCloud) que permita mejorar la productividad general de la empresa.

Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

La sensibilización medioambiental es una iniciativa que se desarrolla dentro de Inforpress (ahora ATREVIA). Las iniciativas propuestas tienen la finalidad de fomentar la participación de los empleados de la Compañía en distintas iniciativas de voluntariado (Carreras, reducción de impresiones, reciclaje, entre otras).

Comentarios

Dada la importancia de la sensibilización para la Compañía, se fomenta la participación en iniciativas como “Días de Limpieza” convocados a través del CCI, para incentivar el reciclaje de papel y el uso de documentos en formato digital.

Objetivos

Los siguientes retos estarán en: fomentar la participación activa de los/las trabajadores/as de la empresa en la elección de los proyectos solidarios a los que Inforpress (ahora ATREVIA) contribuye anualmente. Se quiere reforzar el posicionamiento interno de que Inforpress (ahora ATREVIA) es una empresa que se preocupa por su entorno y por las inquietudes de sus empleados.

Identificación del empleado con la entidad

Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con una serie de herramientas para transmitir sus valores que permiten alinear equipos y facilitar que los colaboradores se sientan más identificados con la Compañía

Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

En la consultoría de comunicación, actividad de la Compañía, es imprescindible que todos los colaboradores que intervienen en un proyecto estén alineados en un mismo objetivo. Para ello es necesario establecer un protocolo de comunicación constante y

riguroso tanto entre los miembros del equipo como con los diferentes grupos de interés.

Comentarios

Todas las oficinas de Inforpress (ahora ATREVIA) disponen de un ambiente Open Space y diferentes salas de reuniones. Periódicamente los sitios físicos de los consultores rotan. La Compañía impulsa la horizontalidad como forma de trabajo, por lo que no existen despachos, ni puertas cerradas. De esta manera todos los que forman parte de ella tienen acceso a los responsables o al Jefe de Equipo, cara a cara, diariamente.

Objetivos

Continuar impulsando la horizontalidad y movilidad como forma de trabajo en nuestra compañía.

Programa de Comunicación Interna - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un plan de comunicación interna que tiene el objetivo de garantizar la implicación, el compromiso y la participación de los trabajadores en el desarrollo de las políticas internas, así como su alcance a todas las personas de empresa. Es una de las herramientas que viabiliza la transmisión de la cultura empresarial. Se apuesta por la comunicación en cascada para acercar la estrategia corporativa a los empleados, alinear equipos, optimizar procesos y agilizar comunicaciones

Objetivos

Con el cambio de nombre en 2015, Inforpress (ahora ATREVIA) se marca el objetivo de desarrollar el plan de lanzamiento interno así como el desarrollo e implementación de acciones y materiales para su difusión entre los empleados.

Intranet - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha desarrollado Inforpeople, una herramienta de diálogo que potencia la comunicación interna. Utilización de diferentes tipos de herramientas de comunicación interna.

Objetivos

Convertir la Intranet en una herramienta de diálogo para los empleados de todos los países en los que la Compañía está presente.

Manual de Bienvenida - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Recoge la misión, visión, valores y normas de trabajo de los empleados de la compañía.

Objetivos

Con el cambio de marca en 2015, Inforpress (ahora ATREVIA) reformulará el Manual de Bienvenida.

Beneficios sociales - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con un sistema de beneficios sociales que los empleados pueden combinar para satisfacer distintas necesidades. Este sistema incluye: - Tickets restaurante - Abono transporte - Aparcamiento - Seguro médico - Bono guardería

Comisión Interna de Control o Comité Ético - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El Comité de Comunicación Interna (CCI) está formado por un grupo de profesionales de Inforpress (ahora ATREVIA) que han solicitado libremente formar parte del CCI.

Comentarios

Actualmente, estas personas tienen una gran responsabilidad dentro de Inforpress (ahora ATREVIA), porque representan los intereses de todo el equipo. Son voz y canal de comunicación para que lleguen a la dirección todas las peticiones y propuestas de mejora que consigan que la Compañía sea, cada vez más, un mejor lugar para trabajar.

Objetivos

Es necesario continuar impulsando estos valores en nuestro comité de comunicación, para que estos sean antenas en todo el equipo, y los ejes estratégicos de Inforpress (ahora ATREVIA) y llevar a cabo campañas para que nuestra forma de trabajar y de estar en el trabajo refleje nuestra filosofía y nuestros valores.

Buzón de sugerencias - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

G4-58

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) fomenta desde su creación la comunicación libre de ideas y opiniones entre todos los miembros que componen la empresa.

Comentarios

La comunicación ascendente en Inforpress (ahora ATREVIA) se produce de manera constante. La Presidenta de la compañía, Núria Vilanova escribe trimestralmente a todos los miembros de la Compañía para solicitar feedback de los procesos y acciones que contribuyen al desarrollo de un equipo humano motivado, alineado, comprometido y orgulloso con su compañía.

Objetivos

Estos atributos son determinantes para lograr la máxima implicación del equipo, por ello, impulsamos constantemente este tipo de iniciativas, fomentando nuestra cultura de diálogo y cocreación para así contribuir activamente a alcanzar los objetivos estratégicos y de negocio.

Igualdad de género

Inforpress (ahora ATREVIA) fomenta la igualdad de oportunidades entre sus colaboradores, sin distinción de género, evitando cualquier discriminación. Hoy, más del 73% de la plantilla son mujeres (en 2013, el 78%)

Plan de Igualdad - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene la igualdad de oportunidades para todos sus empleados sin distinción, evitando cualquier tipo de discriminación. La empresa hace uso de la imparcialidad y la transparencia a la hora de posibilitar el acceso a nuevas oportunidades de su personal.

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Plan de Igualdad entre hombres y mujeres para garantizar las mismas oportunidades de los empleados. Hoy, el 73,3% de los puestos directivos están ocupados por mujeres que constituyen el 73,7% de la plantilla, una

cifra menor que el año anterior en el que el 83% de los puestos directivos estaban ocupados por mujeres que constituían el 78% de la plantilla total. .

Objetivos

De cara al futuro, la Compañía, en línea con su estrategia, seguirá impulsando los planes de igualdad entre hombre y mujeres.

Políticas de Conciliación - Política

Indicadores Relacionados

0

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de sistemas de beneficios, medidas de flexibilización ante situaciones especiales en las que se permite el teletrabajo durante un número de horas o periodo determinado, margen de entrada y salida, jornada reducida los viernes... Además, existe una política de compensación retributiva que contempla, por ejemplo, tickets de guardería.

Objetivos

Ampliar las políticas de conciliación adaptándose a las necesidades de los empleados de los países donde la Compañía está presente.

Mejora de la diversidad de la plantilla en la entidad

En Inforpress (ahora ATREVIA) se promueve la diversidad como llave de crecimiento y de valor añadido para todos. Por ello, se trabaja en la implantación de un nuevo sistema que permita brindar oportunidades de forma equitativa.

Plan de Igualdad - Política

Indicadores Relacionados

0Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene la igualdad de oportunidades para todos sus empleados sin distinción, evitando cualquier tipo de discriminación. La empresa hace uso de la imparcialidad y la transparencia a la hora de posibilitar el acceso a nuevas oportunidades de su personal.

Comentarios

La Compañía cuenta con un Plan de Igualdad entre hombres y mujeres para garantizar las mismas

oportunidades a todos sus empleados. La igualdad de oportunidades está presente en todos los ámbitos y oficinas de la empresa. Existe una fuerte orientación a la promoción interna a la que toda la plantilla tiene acceso independientemente de su condición.

Objetivos

Inforpress (ahora ATREVIA) continúa haciendo un gran esfuerzo para innovar en el campo de la igualdad de oportunidades. Por ello está permanentemente en constante contacto con sus empleados para conocer sus opiniones en torno al tema de la igualdad en la empresa.

Políticas Internas de Gestión - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha establecido políticas de gestión para la totalidad de su actividad se rija bajo los mismos principios.

Comentarios

En este sentido, la diversidad es un valor que la compañía quiere fomentar. Muestra de ello son las diferentes nacionalidades que están presentes en la plantilla. Esta diversidad responde a una necesidad primaria de negocio –las personas tienen unos conocimientos y competencias necesarios en la empresa–, pero también a un compromiso social del que Inforpress (ahora ATREVIA) forma parte. Por otro lado, el sector en el que se mueve la Compañía es tradicionalmente femenino, por lo que más del 73% de la plantilla son mujeres.

Objetivos

La empresa está haciendo un esfuerzo por equilibrar este aspecto y tener personas de ambos sexos a todos los niveles. Se evidencia también la necesidad de crear un ambiente en el que se valore la diversidad es una prioridad además de considerarlo un factor competitivo.

Estudio y aprovechamiento de las capacidades de los empleados

Preservar el talento y potencial interno es una de las prioridades de Inforpress (ahora ATREVIA). Por ello, impulsa iniciativas que promuevan el crecimiento de los trabajadores dentro de la

empresa

Política de RRHH - Política Indicadores Relacionados 0 Observaciones Genéricas

Comentarios

Actualmente se llevan a cabo muchas iniciativas internas que tienen como objetivo aprovechar las capacidades de los empleados de Inforpress (ahora ATREVIA). Dentro de ellas destaca el Hall of Fame, el paseo de la fama es una iniciativa interna que tiene como objetivo premiar la colaboración en la generación de negocio de aquellas personas que no tienen responsabilidades de dirección en la empresa, bien a nivel de departamento o a nivel superior.

Objetivos

El objetivo de la Compañía radica en, a través de iniciativas como el Hall of Fame, contar activamente con la participación de los empleados así como incrementar entre todos su negocio.

Formación - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) opera en un entorno muy cambiante. La rapidez de adaptación al cambio que este medio exige hace que la formación sea una herramienta imprescindible para proporcionar un servicio innovador y basado en la excelencia.

Comentarios

En lo que al aprovechamiento de las capacidades de los empleados se refiere, se ponen en marcha las siguientes iniciativas: -Programa “Academia del Talento” es una iniciativa de Formación, Desarrollo y Comunicación Interna que nace ante la necesidad de alcanzar de forma innovadora el alineamiento de empleados junto a la oportunidad de generar negocio para la compañía. Es una herramienta estratégica que permite a un empleado formar al resto acerca de una temática que domina con el fin de compartir dicho conocimiento, desarrollar a sus compañeros, y aumentar su visibilidad como especialista en la organización. - Programa de Predirectivos para el desarrollo de carrera profesional de empleados identificados como posibles futuros directivos dentro de la compañía. -Club de Excelencia, herramienta de formación para facilitar el camino a todos los

ponentes internos que colaboran con Audentia Formación (departamento de formación para clientes de Inforpress) en su tarea de formar a profesionales de distintas empresas y sectores en habilidades de comunicación y conocimiento aplicado.

Objetivos

El objetivo definido aquí es continuar dando impulso a las sesiones de la Academia del Talento/Programa de Predirectivos/Club de la Excelencia para, alinear a los empleados en los valores corporativos, fomentar el conocimiento compartido y las sinergias, aumentar la visibilidad de los empleados, reforzar el conocimiento de nuestra marca como fuente de ventaja competitiva.

Combatir y erradicar todas las formas de extorsión

Las relaciones de Inforpress (ahora ATREVIA) con clientes y proveedores son transparentes, gracias a las políticas internas de gestión establecidas con ellos y los procesos de gestión de compras.

Código Ético / Conducta - Política Indicadores Relacionados

G4-56,G4-58Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de un Código de Conducta que tiene el objetivo de reforzar la confianza que los grupos de interés depositan en la Compañía y en la reputación de la misma. Este código de conducta es aplicable a todas las personas que trabajen para la Compañía, tanto empleados como becarios o colaboradores en general.

Comentarios

El Código de Conducta de Inforpress (ahora ATREVIA) especifica la obligatoriedad de que ningún empleado, especialmente, el personal directivo, realice ni permita pagos o prácticas prohibidas por la ley o que supongan problemas de ética comercial. Asimismo, se requiere que los empleados no se vean influenciados por alguna relación o interés que sea conflictivo para los intereses de la Compañía, abogando por la transparencia y la cautela en las situaciones en que pudieran producirse.

Política de Compras - Política Indicadores Relacionados

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de una Política de Gastos que recoge las normas y procedimientos que regulan los gastos y compras en los que el colaborador puede incurrir por motivo de actividad profesional en la empresa. Esta política está basada en criterios de conveniencia, necesidad y moderación.

Comentarios

La Política de Gastos de Inforpress (ahora ATREVIA) establece diferentes niveles de aprobación de gastos, la identificación de gastos autorizados así como la normativa de pagos

Objetivos

Política de regalos - Política Indicadores Relacionados

Observaciones Genéricas

Comentarios

La Política de Gastos de Inforpress (ahora ATREVIA) hace mención específica a la normativa de reconocimientos y premios. Así, dichos reconocimientos a colaboradores deben ser utilizados para reconocer exclusivamente aquellos rendimientos y resultados o conductas excepcionales por parte del perceptor. Los premios o reconocimientos requieren la aprobación del Comité de Dirección General.

Realización de horas extras no acordadas

La jornada ordinaria de trabajo establecida según legislación vigente es de 40 horas semanales. En el caso de no trabajar un día laborable, Inforpress (ahora ATREVIA) compensa el tiempo trabajado a través de tiempo libre adicional. Asimismo la flexibilización del horario laboral permite, además, adaptar las horas de inicio y finalización de la jornada laboral, teletrabajo, horario de verano y media jornada en días específicos.

Política de RRHH - Política Indicadores Relacionados

Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de una política de recuperación de días festivos trabajados, de manera que en el caso que, por requerimiento específico de un cliente, se trabaja en un día no laborable, la empresa compensa el tiempo trabajado a través de tiempo libre adicional.

Objetivos

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

Indicadores Relacionados

0

Comentarios

La flexibilización del horario laboral permite, además, adaptar las horas de inicio y finalización de la jornada laboral, horario de verano y media jornada en días específicos

Objetivos

El objetivo es encontrar el equilibrio entre las necesidades de los clientes, los trabajadores y la propia empresa, reduciendo al máximo la realización de horas extra.

Conciliación familiar y laboral

Inforpress (ahora ATREVIA) impulsa políticas que permitan la conciliación vida laboral y familiar, lo que permite incrementar el orgullo de pertenencia y mejorar el clima laboral contribuyendo a una mejora del rendimiento laboral

Política de Conciliación - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Comentarios

Destacan: sistemas de beneficios, medidas de flexibilización ante situaciones especiales en las que se permite el teletrabajo durante un número de horas o periodo determinado, margen de entrada y salida, jornada reducida los viernes, tickets de guardería y política de compensación retributiva, entre otras.

Objetivos

Dar continuidad a las políticas de conciliación

GRUPO DE INTERÉS

PROVEEDORES



Crear relaciones estables con los proveedores

Las relaciones estables y duraderas con nuestros proveedores garantizan la profesionalidad, la cooperación y la transparencia.

Política de Compras - Política Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de una Política de Gastos que recoge las normas y procedimientos que regulan los gastos y compras en los que el colaborador puede incurrir por motivo de actividad profesional en la empresa. Esta política está basada en criterios de conveniencia, necesidad y moderación.

Objetivos

Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE

Nuestro procedimiento de evaluación de proveedores incluye criterios relacionados con la RSE como requisito para la aprobación de los mismos.

Política de Compras - Política Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) dispone de una Política de Gastos que recoge las normas y procedimientos que regulan los gastos y compras en los que el colaborador puede incurrir por motivo de actividad profesional en la empresa. Esta política está basada en criterios de conveniencia, necesidad y moderación.

Gestión medioambiental y proveedores - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Comentarios

En Inforpress (ahora ATREVIA) sólo se contratan proveedores con el sello FSC, certificación que garantiza que los productos tienen su origen en bosques bien gestionados que proporcionan beneficios ambientales, sociales y económicos

GRUPO DE INTERÉS

ADMINISTRACIÓN



Relaciones con las Administraciones Públicas

Inforpress (ahora ATREVIA) apuesta por establecer relaciones colaborativas y transparentes con las Administraciones Públicas que impacten positivamente en ambas partes. Entre las acciones impulsadas, la Compañía promueve acciones formativas orientadas a desarrollar las habilidades de comunicación y liderazgo, tanto de empleados de la Administración Pública como de los jóvenes a través de acuerdos y proyectos promovidos por ésta.

Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) es una de las empresa adherida a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016 que reconoce acciones como el plan de prácticas profesionales y la política de contratación de becarios y de personas con discapacidad. Esta propuesta del Ministerio de Empleo y Seguridad Social identifica a aquellas organizaciones (administraciones públicas, instituciones públicas o privadas, y empresas) que contribuyen activamente en la reducción de la tasa de desempleo de los jóvenes, ya sea a través de la contratación o del emprendimiento. Asimismo, también tiene un acuerdo con el Club de Emprendimiento (CdE).

Objetivos

Seguir reduciendo la tasa de desempleo de los jóvenes, a través de la contratación y del emprendimiento, de acorde con la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016

Programa Empresa Parlamentarios - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

El Programa Empresas Parlamentarios (PEP), en colaboración con el Círculo de Empresarios, fue

creado con un doble objetivo: - Facilitar a los parlamentarios un conocimiento real de la empresa, sus principios, objetivos, organización, estrategias y forma de actuar, así como sus planteamientos tecnológicos y humanos. - Proporcionar a los directivos empresariales y a sus colaboradores una panorámica de la realidad parlamentaria y del proceso legislativo, así como de los problemas que los parlamentarios afrontan a nivel local, autonómico, nacional y de la Unión Europea, cuando tratan los asuntos que atañen a la vida empresarial. El programa está dirigido, en el formato de estancias de estudio, a Diputados y Senadores de las Cortes Generales así como a los miembros del Parlamento Europeo. El PEP también contempla, en un formato de jornada de puertas abiertas, la participación de los parlamentarios de las Comunidades Autónomas.

Comentarios

Objetivos

Seguir impulsando el Programa Empresa Parlamentarios

Comunicación 360° - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comunicación 360° para Técnicos Comerciales y Economistas del Estado: Mediante el convenio firmado con la Asociación de Técnicos Comerciales y Economistas del Estado (ATCEE), Inforpress (ahora ATREVIA) ofrece a los miembros de la asociación un itinerario formativo de comunicación 360°, compuesto de cuatro talleres prácticos en habilidades de comunicación que comprenden gestión de crisis y habilidades para hablar en público entre otras temáticas de interés.

Plataformas de networking - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) organiza encuentros y tertulias con la intención de generar intercambios de conocimiento entre el ámbito público y privado

GRUPO DE INTERÉS

COMUNIDAD



Invertir en las generaciones del futuro

Inforpress (ahora ATREVIA) es hoy la mayor consultora de comunicación en España, con oficinas en Portugal, Brasil, Colombia, Perú, Chile, México, Ecuador, Bruselas y Washington. Su objetivo es liderar la comunicación en español y portugués y crecer gracias al conocimiento y la innovación. Apuesta por la mejora del entorno a través de la comunicación y el liderazgo. Para ello, el compromiso con el talento joven es imprescindible. Después de un largo periodo de crisis económica estamos ante una generación de jóvenes talentos que son el presente y el futuro de las sociedades. En la Compañía se apuesta por su desarrollo y se generan oportunidades de crecimiento, ayudándoles a superar obstáculos y a construir conjuntamente un futuro prometedor.

Igualdad de Oportunidades - Política

Indicadores Relacionados

0 Observaciones Genéricas

La igualdad es un valor esencial para Inforpress (ahora ATREVIA). Por ello, desde la estrategia de negocio de la Compañía se trabaja para que sea una realidad.

Comentarios

Uno de los valores y objetivos de la Compañía es la mejora continua en la gestión de personas. La igualdad de oportunidades se ha revelado como un factor clave en lo que al talento joven se refiere, algo que ha llevado a Inforpress (ahora ATREVIA) a impulsarlo a través de varias iniciativas: - La empresa está adherida a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, que reconoce acciones como el plan de prácticas profesionales y la política de contratación de becarios. Por otro lado, la igualdad de oportunidades queda claramente plasmada la promoción interna hacia otros puestos de trabajo, donde la responsabilidad y el liderazgo dentro de la organización van adquiriendo mayor peso. Un ejemplo: hay personas a nivel de dirección general de la empresa que comenzaron como becarios en la empresa años atrás. En el pack de bienvenida se muestra un vídeo a este respecto, vídeo que también

es accesible a través de la nueva intranet y que ejemplifica la progresión de distintas personas de la compañía que hoy ocupan puestos de mucha responsabilidad habiendo comenzado a trabajar en la empresa incluso de becario, como es el caso de Asunción Soriano que en 1996 comenzó de becaria y hoy en día es CEO de la compañía. La igualdad de oportunidades también queda reflejada en el Plan para el Desarrollo Profesional de los colaboradores de la compañía y en los programas formativos, como la Academia del Talento o el Club de la Excelencia, así como los cursos de idiomas. La Dirección de la empresa, con el soporte del departamento de RRHH, es la responsable de implantar aquellos procesos que garanticen la equidad interna en este sentido.

Objetivos

Continuar capacitando y formando a los jóvenes, fomentando el espíritu emprendedor en nuestra sociedad a través de nuevas iniciativas internas y externas.

Colaboración con Universidades - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene una relación fluida con varias universidades para contribuir a su misión de ser fuente de generación de conocimiento.

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) ha establecido acuerdos con universidades como, por ejemplo la Universidad Rey Juan Carlos en Madrid o la Universidad Ramon LLull en Barcelona. Además, lleva a cabo sesiones docentes basadas en la supervisión de proyectos, intercambio de impresiones, presentaciones, charlas sobre qué reclaman las empresas a los trabajadores... Se trata de una actividad consolidada y muy beneficiosa para la propia compañía que pretende reforzarse en los próximos años en los países en los que tiene presencia en Latinoamericana. Por ejemplo en Ecuador se colaboró durante el 2014 con la UDLA (Universidad de las Américas) en el proyecto DIRCOM y con la Universidad de San Francisco en el desarrollo de una conferencia sobre Innovación y Tecnología.

Objetivos

La Compañía ya es consciente de las ventajas de este

tipo de acciones y pretende seguir colaborando con universidades y otros centros educativos.

Acción Social - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha asumido su papel como ciudadano corporativo y, por ello, apuesta por la inversión en la acción social para contribuir al crecimiento de las sociedades en las que opera.

Comentarios

La Compañía colabora anualmente con la Fundación Junior Achievement y su proyecto "Socios por un Día", un programa educativo en el que alumnos de 16 o 17 años comparten una jornada laboral con profesionales de empresas con la finalidad de enriquecer su formación al conocer en primera persona la realidad profesional de la que formarán parte en el futuro.

Objetivos

Los beneficios que este programa reporta tanto para los beneficiarios como para la propia compañía contribuyen a que ya sea una actividad consolidada y a su prolongación en el tiempo.

Educación mejor y más accesible - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) realiza una fuerte apuesta por el talento, lo que le lleva a participar en varias iniciativas con el objetivo de capacitar y formar a los jóvenes

Comentarios

Nuestra adhesión a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016, las sesiones docentes en universidades y nuestro acuerdo con el Club de Emprendimiento son ejemplos de nuestro compromiso con ellos.

Objetivos

Seguir impulsando iniciativas para el desarrollo y la generación de oportunidades de crecimiento en los jóvenes.

Inversión en Acción Social - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) ha asumido su papel como ciudadano corporativo y, por ello, apuesta por la inversión en la acción social para contribuir al crecimiento de las sociedades en las que opera.

Comentarios

La Compañía realiza donaciones económicas periódicas a asociaciones sin ánimo de lucro y ONGs como Cáritas, Cruz Roja Española, Fundació Rosa Oriol o Fundación Ciudad Esperanza y Alegría, entre otras. En 2014, ha invertido 180.254,53 € en donaciones y servicios pro bono.

Objetivos

Seguir ofreciendo donaciones y servicios pro bono durante el 2015

Empleabilidad - Indicador de Seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) trabaja de forma activa para mejorar las opciones de empleabilidad del conjunto de la sociedad.

Comentarios

Este elemento se refleja, por ejemplo, en el acuerdo con el Club de Emprendimiento (CdE), comunidad de Emprendedores que tiene por objeto difundir y fomentar el espíritu emprendedor en nuestra sociedad, de manera especial entre los más jóvenes, además de formar, informar y dotar de recursos a los que desarrollan una actividad profesional por cuenta propia o piensan hacerlo en el futuro. Otro ejemplo de gestión de la empleabilidad es la adhesión a la Estrategia de Emprendimiento y Empleo Joven 2013-2016.

Objetivos

Para reforzar este compromiso, es necesario dar continuidad a las iniciativas ya emprendidas.

Alianzas entre asociaciones y empresas

Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con alianzas estratégicas con empresas y asociaciones lo que le permite establecer sinergias importantes y efectivas para ambas partes. En esta línea, la

Compañía ofrece su experiencia y conocimiento en el ámbito de la consultoría de comunicación a través de diferentes acciones. En concreto, se trata de ayudar a los líderes ligados a asociaciones, ONG, organizaciones de la sociedad civil, promoviendo en sus organizaciones la comunicación, la RSE, la acción social y el buen gobierno, a través de la formación y el impulso de estudios.

Establecer una relación estratégica con una ENL a largo plazo que favorezca su generación de empleo o ingresos -

Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) es consciente de su capacidad para influir de forma positiva en la sociedad. Por ello, colabora con varias entidades no lucrativas a través de acciones que favorecen la generación de conocimiento, empleo e ingresos.

Comentarios

A las donaciones económicas, hay que añadir la apuesta de la Compañía por la mejora del entorno a través de la comunicación y el liderazgo. Esta intención le ha llevado a ayudar a líderes ligados a asociaciones, organizaciones de la sociedad civil y otras entidades a promover en sus organizaciones la comunicación, la responsabilidad corporativa, la acción social y el buen gobierno, a través de la formación y realización de estudios. Por otro lado, colabora y ha firmado acuerdos de formación gratuita probono en comunicación a ONG y fundaciones como Cruz Roja o Madrid Vivo. Esta actividad se ve también enriquecida a través de la participación de miembros de la alta dirección en asociaciones y entidades empresariales que persiguen el fortalecimiento del sector. Por ejemplo, es miembro de Forética, SERES y de DIRSE y Núria Vilanova es co-fundadora e impulsora de Punto de Encuentro, miembro de la Junta Directiva de Young President's Organization, entre otras.

Objetivos

La importancia de este elemento para el progreso social hace que la Compañía se comprometa a continuar con el camino emprendido y a contribuir al empoderamiento de las entidades con las que

colabora.

Colaboración mutua - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Las sinergias empresa-sociedad no sólo benefician a la entidad social, que se ve enriquecida gracias a la especialización en el ámbito de la consultoría de comunicación, sino que también tiene un impacto sobre la compañía, que puede canalizar sus acciones de RSE.

Comentarios

En este sentido, Inforpress (ahora ATREVIA) cuenta con un amplio listado de acuerdos de colaboración con organizaciones de todos los ámbitos. Algunos ejemplos son: - Investigación y estudio de las tendencias Responsabilidad Social Empresarial junto con escuelas de negocio, con el objetivo de formar a los profesionales en el diálogo multistakeholders que garantice la sostenibilidad ambiental, social y de buen gobierno de las empresas. - Participación en diferentes iniciativas del Global Compact, como la recopilación de buenas prácticas y mesas cuadradas. - Acuerdos probono en comunicación con varias entidades, como la Fundación Madrid Vivo, Cruz Roja, Ship2b (Barcelona), Casal dels Infants (Barcelona), Grace/IPDAL/Dianova y Reage (Portugal) o el Foro Visiones sobre RSE y desarrollo en Perú impulsado por la Cámara Española en Perú, la Embajada Española en Perú y AECID. Asimismo, la compañía y los directivos que la forman participan en actividades impulsadas por fundaciones, asociaciones y otras entidades. Por ejemplo, Núria Vilanova es socia de SECOT, entidad de "voluntariado senior" que ofrece su experiencia y conocimientos en gestión empresarial a quienes lo necesitan.

Objetivos

Seguir estableciendo relaciones con las organizaciones para generar sinergias conjuntas

Plataformas de networking - Acción / Proyecto

Indicadores Relacionados

0

Comentarios

Inforpress (ahora ATREVIA) trabaja a través de diferentes plataformas de networking para crear alianzas con empresas y diferentes entidades de su propio sector con el fin de crear espacios de debate y progreso. -Tertulias: Se trata de almuerzos donde nos

acompañan directivos de las principales empresas y personalidades relevantes de la administración con un interés común por la economía y la comunicación. Estos almuerzos permiten una visión de primera línea de temas económicos, políticos y de actualidad. Para altos directivos es una oportunidad de conocer off the record la visión y las opiniones de los grandes líderes y debatir con ellos. Algunos ejemplos: -Encuentros Petit Comité, orientados a máximos responsables de grandes empresas con el objetivo de compartir visiones y estrechar lazos. -Foro de Buen Gobierno y Accionariado: Espacio de investigación y debate promovido por la Compañía junto a la Escuela de Negocio IESE, tiene por objetivo generar, divulgar y mejorar las prácticas en materia de Gobierno Corporativo. El Foro pretende ser un marco de encuentro, por lo que, con carácter trimestral, organiza un almuerzo con alguna personalidad relevante del mundo económico o empresarial. Además, es la entidad responsable de los Premios del Foro de Buen Gobierno y Accionariado:, que reconocen a las mejores iniciativas de empresas cotizadas para mejorar su comunicación con inversores y accionistas. En 2014, se publicó el X Informe sobre Juntas Generales de Accionistas de las empresas del Ibex - Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa, fundado por Nuria Vilanova en el año 2003, y con la participación de la revista Capital Humano y el IE Business School, trata de profundizar en las características de la comunicación interna, como herramienta generadora de transmisión de valores, identidad corporativa, cultura y gestión de marca interna. Además, organiza foros de debate para ahondar en el estado de la comunicación interna de las empresas conociendo la opinión de los propios responsables, fomentar un clima de diálogo e intercambio de experiencias y divulgar las mejores prácticas de los participantes. - Punto de Encuentro, iniciativa que busca crear red entre líderes catalanes que tienen en Madrid su residencia o una parte de su vida profesional. - Mirada Plural es un foro de encuentro de mujeres líderes en el ámbito de la empresa, la política, la judicatura, las escuelas de negocios y la comunicación. Con estos encuentros se pretende favorecer el networking y la colaboración. - Club de Consejeros de Barcelona: encuentros informales, exclusivos para consejeros de empresas tanto cotizadas como familiares. - Club de Amigos: almuerzos en Madrid y Barcelona en el que se reúnen antiguos miembros de las juntas directivas

de la Cámara de Comercio Alemana para España

Objetivos

Seguir reforzando las plataformas de networking para crear espacios de debate y progreso.

Colaboración con Universidades - Acción / Proyecto Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Inforpress (ahora ATREVIA) mantiene una relación fluida con varias universidades para contribuir a su misión de ser fuente de generación de conocimiento.

Comentarios

La Compañía ha establecido acuerdos con universidades, como, por ejemplo, la Universidad Juan Carlos I de Madrid o la Universidad Ramon Llull impulsando el Máster en Comunicación Corporativa

Objetivos

Seguir reforzando vínculos con las universidades, extendiendo los acuerdos o colaboraciones en los países en los que Inforpress (ahora ATREVIA) tiene presencia en Latinoamérica.

Comité de Responsabilidad Social - Herramienta de seguimiento

Indicadores Relacionados

0

Observaciones Genéricas

Comentarios

En la actualidad, Inforpress (ahora ATREVIA) no cuenta con un Comité de RSE con una estructura propia. No obstante, desde el Comité de Dirección se tiene la certeza de que el fortalecimiento de esta área es una línea de trabajo a implantar con urgencia. En este sentido, cabe añadir que, si bien de una manera no estructurada, la responsabilidad social es un aspecto en el que la compañía ya está implicada en su conjunto. Un objetivo que la Compañía adquiere es la creación de un Comité de Responsabilidad Social que protocolice las actuaciones emprendidas en este ámbito y las implante dentro de la estrategia global de la compañía. Dentro de esta estrategia de RSE será fundamental el establecimiento de indicadores que midan y evalúen las medidas que ya se están implantando.



Red Pacto Mundial España
WE SUPPORT

