

A photograph of an office interior. In the foreground, there is a white reception desk. Behind it, a large world map is mounted on the wall. To the left, there is a vase with red and pink flowers. The ceiling has recessed lighting strips. The overall lighting is warm and professional.

***INFORME DE PROGRESO
2017***



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ªplanta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

© Nechi Group
C/ Entenza, 95; 5ª planta
08015 Barcelona
www.nechigroup.com

Tabla de Contenidos

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO	5
PERFIL DE LA ENTIDAD	9
Información General.....	11
Actividad, principales marcas, productos y/o servicios	12
Plan estratégico de la compañía	13
Grupos de Interés más significativos	14
Otros grupos de interés.....	15
Criterios para seleccionar los grupos de interés	15
Establecimiento de los asuntos más significativos.....	16
Métodos de difusión del Informe de Progreso	16
Ciclo de presentación y periodo cubierto	16
METODOLOGÍA	17
Reporting por grupos de interés.....	19
Tipos de entrada del informe	19
Enfoque	20
ANÁLISIS	21
Principales grupos de interés	22
Grupo de interés de empleados.....	23
Grupo de interés clientes	26
Grupo de interés proveedores.....	29
Grupo de interés comunidad.....	31
Nuevas generaciones.....	31
Asociaciones y alianzas empresariales	32
Grupo de interés medioambiente	33
ACTIVIDADES MÁS SIGNIFICATIVAS EN RSE.....	35



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

COMUNICACIÓN DE PROGRESOGeneral

Periodo cubierto por la Comunicación de Progreso (COP)

De: Enero 2017 A: Enero 2018

Declaración de apoyo continuo realizada por el Director Ejecutivo de Nechi Group

En nombre de Nechi Group me complace comunicarles que reafirmamos nuestro apoyo a los diez principios del Pacto Mundial referente a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción, así como el apoyo a los objetivos de desarrollo sostenible.

Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de apoyar de manera esos principios y desarrollarlos dentro de nuestra esfera de influencia.

Nos comprometemos a hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestra compañía, así como en involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En nuestra política empresarial hacemos partícipes claramente de este compromiso a nuestras partes interesadas y al público en general.

Apoyamos la transparencia y la rendición de cuentas, y por lo tanto nos comprometemos a reportar el progreso continuo realizado, como así lo indica la política de CoP del Pacto Mundial.

En esta Comunicación de Progreso anual, describimos las acciones que llevamos a cabo para mejorar continuamente la integración del Pacto Mundial y sus principios en nuestra estrategia de negocios, cultura y operaciones diarias.

También nos comprometemos a compartir esta información con nuestros grupos de interés vía nuestros principales canales de comunicación.

Atentamente,



Sergio Colado García
Director Nechi Group



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ªplanta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

PERFIL DE LA ENTIDAD





NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ªplanta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Información General

Nombre Completo (Razón Social)	Nechi Group
Tipo de empresa	PYME
Dirección	C/ Entenza, 95, 5ª planta 08015 Barcelona Cataluña, España
Dirección Web	www.nechigroup.com
Nombre del máximo cargo ejecutivo	Sergio Colado García
Persona de contacto	Sergio Colado García
Número de empleados directos	11
Sector	Ingeniería, consultoría y desarrollo de nuevas Tecnologías Análisis del comportamiento humano y animal
Ventas	1.000.000 €
Países en los que estamos presente	España
Alcance del Informe de Progreso	España

El grupo lo conforman, actualmente, las siguientes empresas:



- Nechi Ingeniería: lleva a cabo la ingeniería clásica y de valor.



- Amaysys Technologies: lleva a cabo la ingeniería del soft y nuevas tecnologías.



- AMC Datensysteme: lleva la implantación y desarrollo de nuevas tecnologías. (fuera del alcance de la COP al tratarse de una Joint Venture)

COMUNICACIÓN DE PROGRESO**Actividad, principales marcas, productos y/o servicios**

Durante 2017 hemos desarrollado nuestras actividades alrededor de cuatro grandes bloques:



Diseño, dirección y ejecución de proyectos de ingeniería, arquitectura y obra.



Consultoría en comportamiento humano y animal.
Desarrollo de soluciones relacionadas con marketing emocional.



Ingeniería tecnológica y desarrollo e implantación de soluciones de software en el ámbito de automatización de edificios e industria.



Formación técnica en ámbitos TIC, industrial, empresarial y análisis de conducta.

En todas las divisiones se trabaja también en I+D+i para mejorar productos y soluciones, realizando investigaciones en campos concretos de nuestro desarrollo empresarial

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Plan estratégico de la compañía

El principal argumento de Nechi Group se centra en la **innovación continua** con lo que conviene cuidar ese elemento diferenciador que ha marcado la trayectoria de la empresa y ha modelado el comportamiento y la personalidad del grupo.

Todo proyecto, por simple que parezca, debe ser tratado con el objetivo de encontrar, en la medida de lo posible, camino a la innovación, a la vanguardia, al uso de las últimas tecnologías, materiales o soluciones.

Otro de los argumentos de Nechi Group es la sensibilidad por el detalle. Siempre debe preservarse la calidad de entrega mimando hasta el último detalle (incluido la presentación de la documentación de entrega). Y en este detalle buscaremos la excelencia porque queremos **emocionar, impresionar, ser inolvidables.**

Nuestro objetivo es trabajar en proyectos que dejen rentabilidad para poder invertir en I+D y en obra social, además de mantener el nivel económico de caja estable de cara a futuros contratiempos que pudieran venir. Trabajamos duro para conseguirlo, con **dedicación y perseverancia.**

No aceptamos comisiones ni bonificaciones por nuestro trabajo porque nosotros trabajamos para mejorar la vida de las personas y, ante todo, buscamos lo mejor para nuestro mundo. No nos importan los proyectos de fama ni salir en la prensa. A nosotros **nos importa el mundo y las personas**, incluyendo los que van a recibir y hacer usar del producto o servicio final.

Atendemos al cliente lo más rápidamente posible, aunque sólo sea para informar de que estamos encima de los temas, y no descansamos hasta dar la respuesta adecuada al problema planteado. Debemos dar siempre una **respuesta rápida y ágil.**

Somos un equipo y somos profesionales, por ello, hacemos un juramento a la **constancia y trabajo en equipo.**



Grupos de Interés más significativos

Por la actividad de Nechi Group, enmarcada dentro de una política de empresa enfocada a la excelencia de todos los procesos y encaminada a la satisfacción del cliente, se identifican los siguientes grupos de interés como principales:

- Clientes
- Empleados
- Proveedores
- Propiedad de la compañía

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Otros grupos de interés

Además de los citados en el punto anterior, cabe destacar otros stakeholders con diferentes intereses involucrados en el círculo de influencia de Nechi Group:

- Asociaciones y clústeres sectoriales de diversa índole (dada la diversa actividad del grupo aceptada como ordinaria)
- Grupos de trabajo para actividades de desarrollo y otros procesos de financiación.
- Empresas y otras entidades (por ejemplo, centros de investigación) con los que se ha planteado formar un consorcio en proyectos de investigación de distintos alcances (principalmente nacional o europeo).
- Ciudadanía y medioambiente

Dada la heterogeneidad interna de cada uno de estos grupos de interés, no entran en el análisis específico para la elaboración de este informe.

Criterios para seleccionar los grupos de interés

Para seleccionar los grupos de interés en los que basar análisis y objetivos, la empresa pone en el centro de la decisión la satisfacción del cliente, ya que creemos en la creación de valor a lo largo de toda la trazabilidad del producto final. El Sistema de Gestión de la Calidad que está implantado (y progresivamente implementado en todos los procesos de la empresa), nos lleva a estudiar los efectos de la actividad de la empresa en cada punto de la cadena de valor.

Conscientes de la capacidad de producir efectos en el normal devenir de distintos grupos, se ha hecho un especial trabajo de concienciación de los distintos intereses de las partes implicadas, focalizado en todos los casos, en la excelencia de los procesos para garantizar el éxito de nuestro cliente.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Establecimiento de los asuntos más significativos

Nechi Group cuenta con un equipo interno (y transversal a todas las actividades del grupo) a cargo de la difusión de los principios y control de las actividades tanto internas como externas.

Para reforzar las bases y definir/actualizar el enfoque de la Responsabilidad Social de la empresa, se ha aumentado el nivel de formación de este equipo de trabajo mediante formaciones específicas.

Todo ello ha contribuido a que el Capital Humano de la empresa tenga unos sólidos conceptos de estas partidas, siendo más hábil en la identificación de puntos clave y en el análisis de actuaciones y resultados.

Métodos de difusión del Informe de Progreso

A la publicación del Informe de Progreso, se lleva a cabo una distribución electrónica para la puesta en conocimiento de todos los grupos de interés, vía mailing, publicación en la web corporativa del grupo y la de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y difusión a través de las redes sociales.

También se publica en la página del Global Compact, organismo internacional que agrupa todas las redes de ámbito territorial más reducido.

Así mismo, a través de las redes de difusión de asociaciones y otros medios se hace llegar nota de prensa informativa para su publicación.

Ciclo de presentación y periodo cubierto

El presente Informe de Progreso tiene un ciclo de presentación anual y cubre un año natural "enero-diciembre".

METODOLOGÍA





NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Reporting por grupos de interés

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.

Tipos de entrada del 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.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

- 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.

Enfoque

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



Principales grupos de interés



Internas

- Dirección / Accionistas
- Empleados

Externas

- Clientes
- Proveedores
- Asociaciones
- Estamentos

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Grupo de interés de empleados

*“Un equipo sólido es la base de una buena propuesta de valor.
Nuestros empleados son clave en la consecución de nuestros éxitos.”*

Política de Seguridad y Salud en el trabajo (Política)	Indicadores Relacionados	Número de formaciones en materia de seguridad / nº trabajadores = 1 Número de accidentes = 0 #nº formaciones / nº trabajadores = 1 # nº accidentes = 0
	Observaciones genéricas	Se cuenta con normativa específica. Además, se realizan acciones de formación en materia de seguridad. En esta materia, no se trabaja excesivamente con indicadores, ya que la entidad externa garantiza un 100% de éxito en la impartición de formación en Prevención de Riesgos y en las actualizaciones periódicas.
Política de Prevención de Riesgos Laborales (Política)	Indicadores Relacionados	Número de bajas / número de trabajadores <= 10% # Número de bajas / número de trabajadores <= 3 %
	Observaciones genéricas	Formación y seguimiento a través de la entidad externa contratada para esta materia.
	Comentarios	Soporte de control por parte de empresa externa especialista.
Contrato trabajo (Política)	Indicadores Relacionados	Número contratos / número de trabajadores = 1 #nº contratos / nº trabajadores = 1
	Observaciones genéricas	Se aplica el convenio colectivo y el asesor externo vela por el cumplimiento legal. En cualquier caso, en muchos aspectos, los valores de la empresa hacen que se mejoren las condiciones que recoge el convenio. La contratación laboral es clara con planes de carrera pactados a 5 años. Se realiza selección acorde a la matriz de competencias de la compañía y mediante uso de tabla de competencias, de manera que se garantiza una selección basada en competencias del candidato.
Código ético / Conducta (Política)	Indicadores Relacionados	Reclamaciones por violación de código/Reclamaciones recibidas # reclamaciones por violación de código = 0
	Observaciones genéricas	Control periódico y atención al buzón de denuncias. La Política de la Calidad recoge la opción de que cualquier miembro de la empresa puede y debe reconocer y comunicar cualquier situación susceptible de ser interpretado como una reclamación. El rigor con el que se gestiona dicha reclamación viene dado por el hecho de que todas estas situaciones pasan por el Responsable de la Calidad.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Formación (Acción/ Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Reuniones de seguimiento para comprobar evolución y para plantear nuevos campos de desarrollo. La estrategia de formación anual cuelga del Plan Estratégico de la empresa y es guiado por la Dirección del grupo, que marca el camino a seguir en cuanto a especialización, nuevos sectores...
	Objetivos	Se plantea mejorar al menos un skill al año por trabajador promocionado.
Política de igualdad (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	La selección de personal se realiza mediante la comparación de cualidades con la matriz de competencias de la compañía a fin de seleccionar los mejores candidatos., Esta matriz sólo contempla características relacionadas con competencias técnicas y capacidades de desarrollo laboral, no variables relacionadas con género, credo u otras variables psicosociales.
	Comentarios	El comité de dirección revisa, conjuntamente con el responsable de área que requiere nuevas incorporaciones, las capacidades del candidato a fin de garantizar la discriminación de candidatos por motivos que no sean puramente técnicos.
Comunicación interna (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de notas de prensa enviadas Número de artículos científico-técnicos publicados >= 3 #nº NdP = 16 #Nº artículos = 5
	Observaciones genéricas	Se utilizan canales informativos para dar a conocer la compañía. Se colabora, con diferentes asociaciones y grupos de trabajo mediante acciones sociales para dar el posicionamiento de calidad. Paralelamente, se llevan a cabo acciones comerciales puntuales y dirigidas a clientes concretos. De todas estas acciones se realiza difusión mediante notas de prensa con medios propios, así como la publicación de noticias en redes sociales y/o medios. Se distribuye, periódicamente, un boletín de noticias interno para dar a conocer a los empleados la evolución de la compañía. El objetivo para 2018 es disponer de una intranet de consulta donde disponer de la información y herramientas necesarias para el desarrollo normal diaria de la actividad.
	Objetivos	Mejorar la relación y comunicación con el empleado y su conocimiento del día a día de la empresa
Uso de nuevas tecnologías para el ahorro de recursos	Indicadores Relacionados	G4-EN6
	Observaciones genéricas	Se está trabajando en la reducción de uso de papel gracias al uso de nuevas tecnologías. Se está reduciendo el archivo de papel mediante el escaneo de documentos y el paso a formatos digitales. Se ha reducido el consumo de energía gracias al uso de TIC en el puesto de trabajo.
	Comentarios	Sensibilizar a los empleados en la gestión sostenible. De cara a futuros ejercicios, se ha planteado la opción de crear una instrucción dentro del Sistema de la Calidad que estandarice las actuaciones que la Dirección está promoviendo; a fecha de hoy se está impulsando más con el uso (predicar con el ejemplo) que con un sistema ad-hoc.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Programa acogida (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se dispone de manual de plan de acogida que incluye información de la empresa, así como de las estrategias y procedimientos. Se llevan a cabo sesiones de acompañamiento y seguimiento inicial al empleado.
Falta de compromiso del empleado (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de IMC's (Informe de Mejora Continua)
	Observaciones genéricas	Se dispone de un procedimiento específico para la mejora continua que se desarrolla en un clima de debate y colaboración entre empleado y compañía a fin de obtener una mejora del proceso.
	Comentarios	El objetivo es mantener una relación estrecha entre el empleado y la empresa para comprender los motivos de la falta y poder establecer mecanismo conjuntos para su corrección y mejora.
Conciliación Laboral (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se ha reducido el horario laboral y se ha modificado para que el empleado disponga de tiempo para la conciliación laboral. Existen herramientas de trabajo para poder trabajar desde casa.
	Comentarios	El objetivo es ofrecer posibilidades a los empleados para poder desarrollar su actividad en cualquier momento y desde cualquier lugar, permitiendo horarios flexibles que permitan la conciliación.
Política de regalos (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Existe una normativa interna que regula la conducta de empleados y que es explicada al inicio del contrato laboral y anualmente en las reuniones de seguimiento anual.
Formación de valores (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	Formación en materia de RSE a empleados
	Observaciones genéricas	Se lleva a cabo formaciones en materia de RSE en la que se introducen actividades prácticas y role playing.
	Comentarios	El objetivo es fortalecer los valores empresariales y divulgar el conocimiento en materia de RSE ofreciendo la posibilidad de sugerir u organizar acciones en materia RSE.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Grupo de interés clientes

*“La orientación al cliente es total y se trabaja para asegurar su satisfacción:
su éxito es nuestro compromiso”*

Normativa vigente (Política)	Indicadores Relacionados	Número de denuncias y número de denuncias resueltas favorablemente #nº denuncias = 0
	Observaciones genéricas	Se dispone de normativa interna. Así mismo, la actividad se rige por la normativa vigente en siderometalurgia (Amaysys) y oficina técnica (Nechi Ingeniería).
	Comentarios	Disponible Política de Integridad y Régimen Sancionador
	Objetivos	Se pretende conseguir un soporte tal como se describe en los valores de la compañía, basados en la solidaridad, seriedad en nuestro trabajo, calidad, precisión en nuestras conclusiones y razonamientos, compromiso con nuestra profesión, productividad, transparencia, disciplina y carácter innovador.
Política de Calidad (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Está en proceso de implantación un sistema de gestión de la Calidad orientado a la certificación ISO. Esta estandarización de los procesos marca la excelencia y guían en la correcta actuación.
	Comentarios	Se dispone de diferentes plantillas e instrucciones de gestión.
Mejora de la calidad de servicio (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de alianzas comerciales #Nº alianzas > 2
	Observaciones genéricas	Disponer de alianzas estratégicas con organismos, empresas u otros agentes que permitan mejorar la calidad de los procesos, servicios o productos garantiza poder dar una mejor respuesta al cliente
	Comentarios	Se sondea el mercado constantemente con el objetivo de establecer alianzas estratégicas en la búsqueda de talento y capacidad de desarrollo.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Comunicación interna y externa (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de notas de prensa enviadas Número de artículos científico-técnicos publicados >= 3 #nº NdP = 16 #Nº artículos = 5
	Observaciones genéricas	Se utilizan canales informativos para dar a conocer la compañía. Se colabora, con diferentes asociaciones y grupos de trabajo mediante acciones sociales para dar el posicionamiento de calidad. Paralelamente, se llevan a cabo acciones comerciales puntuales y dirigidas a clientes concretos. De todas estas acciones se realiza difusión mediante notas de prensa con medios propios, así como la publicación de noticias en redes sociales y/o medios.
	Comentarios	Se desea conocer y fidelizar al cliente. Se ha seguido en la línea de trabajo de atraer a clientes a la sede del grupo gracias a los nuevos espacios creados y pensados para su impacto y disfrute. Se ha iniciado el desarrollo de un nuevo formato de evento divulgativo de alto valor denominado "Brain & Tic" que arrancó en febrero de 2017 y que tiene por objetivo posicionar al Nechi Group como centro de referencia en el conocimiento de psicología + tecnología.
	Objetivos	Mejorar la relación y comunicación con el cliente. Crear comunidad para convertirse en referencia de todos los ámbitos en los que opera el grupo. El nuevo reto para el ejercicio 2017 es potenciar aún más la explotación de las dependencias de la empresa mediante la celebración de eventos de distinta índole. A través del evento Brain& Tic se ha dado a conocer el centro formativo y se han alcanzado nuevas alianzas en materia de divulgación en las propias oficinas del grupo.
Acción social (Acción/ Proyecto)	Indicadores Relacionados	No corresponde
	Observaciones genéricas	Se pretende concienciar al cliente de la necesidad de buscar calidad y se trata de mantener formado e informado a los clientes con la idea de que dispongan de herramientas de juicio suficientes, fuera del puro valor económico, para decidir en la contratación de nuestros servicios como agente de valor. Por otro lado, se pretende concienciar al cliente de la necesidad de dar cobertura a los ODS.
Encuestas de satisfacción (Herramienta seguimiento)	Indicadores Relacionados	Encuestas con valoración > 80% #Valor encuestas > 80 %
	Observaciones genéricas	Se dispone de encuestas de calidad para medir el nivel de satisfacción del cliente. En el ejercicio 2017 se han desarrollado encuestas a los clientes habituales así como a todos los alumnos que han participado en acciones formativas.
Satisfacción del cliente (Indicador seguimiento)	Indicadores Relacionados	Número de contactos nuevos generados > =10 Número de nuevas oportunidades detectadas >=1 # nº contactos >10 # nº de oportunidades = 2
	Observaciones genéricas	Se dispone de proceso de seguimiento de cliente donde se detalla la dinámica, tanto de detección de oportunidad como de fidelización de clientes.
	Objetivos	Mejorar la relación con el cliente y detectar necesidades y oportunidades

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Código ético / Conducta (Política)	Indicadores Relacionados	Reclamaciones por violación de código/Reclamaciones recibidas # reclamaciones por violación de código = 0
	Observaciones genéricas	Control periódico y atención al buzón de denuncias. La Política de la Calidad recoge la opción de que cualquier miembro de la empresa puede y debe reconocer y comunicar cualquier situación susceptible de ser interpretado como una reclamación. El rigor con el que se gestiona dicha reclamación viene dado por el hecho de que todas estas situaciones pasan por el Responsable de la Calidad.
Formación (Acción/ Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de charlas o cursos para clientes >=5 # número cursos eventos = 7
	Observaciones genéricas	Se lleva a cabo formación online y se realiza formación específica de productos, tecnologías y otros conocimientos. Toda esta actividad está regulada por un procedimiento mediante el que la empresa ejecuta un Plan de Formación para mantener el carácter vanguardista de la formación del Capital Humano del grupo. El plan de divulgación denominado "Brain & Tic" que arrancará en 2017 se vincula a esta acción. Se colabora con Universidades y asociaciones en la elaboración e impartición de charlas formativas
	Objetivos	Se obtiene sello de certificación Universitaria con créditos ECTS oficiales para diversas formaciones. Para el 2018, el reto es ampliar la oferta de cursos abriendo una nueva línea menos técnica y más orientada a las competencias transversales.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Grupo de interés proveedores

“Nuestros proveedores enriquecen nuestra cadena de valor. Debemos hacerles partícipes de algo en lo que creemos como uno más del equipo”

Código ético / Conducta (Política)	Indicadores Relacionados	Reclamaciones por violación de código/Reclamaciones recibidas # reclamaciones por violación de código = 0
	Observaciones genéricas	Control periódico y atención al buzón de denuncias. La Política de la Calidad recoge la opción de que cualquier miembro de la empresa puede y debe reconocer y comunicar cualquier situación susceptible de ser interpretado como una reclamación. El rigor con el que se gestiona dicha reclamación viene dado por el hecho de que todas estas situaciones pasan por el Responsable de la Calidad.
Comunicación interna y externa (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	Número de notas de prensa enviadas Número de artículos científico-técnicos publicados >= 3 #nº NdP = 16 #Nº artículos = 5
	Observaciones genéricas	Se utilizan canales informativos para dar a conocer la compañía. Se colabora, con diferentes asociaciones y grupos de trabajo mediante acciones sociales para dar el posicionamiento de calidad. Paralelamente, se llevan a cabo acciones comerciales puntuales y dirigidas a clientes concretos. De todas estas acciones se realiza difusión mediante notas de prensa con medios propios, así como la publicación de noticias en redes sociales y/o medios.
	Comentarios	Se desea conocer y fidelizar al cliente. Se ha seguido en la línea de trabajo de atraer a clientes a la sede del grupo gracias a los nuevos espacios creados y pensados para su impacto y disfrute. Se ha iniciado el desarrollo de un nuevo formato de evento divulgativo de alto valor denominado "Brain & Tic" que arrancó en febrero de 2017 y que tiene por objetivo posicionar al Nechi Group como centro de referencia en el conocimiento de psicología + tecnología.
Difusión de la Política (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se dispone de Plan Estratégico y normativo
	Comentarios	El plan estratégico y la normativa de la compañía es accesible a los proveedores. Se dispone de guía del partner de Nechi Group donde se refuerzan y asientan los compromisos de los proveedores que deseen alcanzar el nivel de partner. Se lleva a cabo una difusión de estas normas gracias a las herramientas de comunicación de que se disponen. De forma progresiva, se están actualizando los contratos vigentes para que recojan estas premisas. El plan de homologación de proveedores incluye la guía de homologación donde se recoge la política y se refuerza el compromiso entre ambas partes.
E y o - 5 0	Indicadores Relacionados	No procede

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

	Observaciones genéricas	Se dispone de un procedimiento de homologación de proveedor donde se recoge la normativa y política de la empresa y se describe la manera en la que se evalúa y califica a los proveedores.
	Objetivos	La homologación garantiza el acceso a diferentes niveles de contratación posible y trata de garantizar la calidad en el servicio final hacia el cliente y respetando el medioambiente y el mercado.
Potenciar la calidad (Política)	Indicadores Relacionados	Volumen de compras a proveedores homologados Volumen compras prov.. homologados > 70 %
	Observaciones genéricas	El proceso de homologación de proveedores garantiza que los proveedores comprometidos con la política de Nechi y que incorporan en sus procesos las herramientas y recursos necesarios para ofrecer un servicio o producto de alta calidad disponen de mayores oportunidades sin depender exclusivamente del precio final.
	Objetivos	Se desea mejorar el proceso de trabajo en toda la cadena de valor y forzar a que, independientemente de a quién ofrezcan sus servicios/productos, los proveedores elaboren e implementen estrategias de desarrollo de mejor calidad

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Grupo de interés comunidad

*“Podemos intentar cambiar el mundo solos,
pero sólo estando acompañados y en colaboración lo conseguiremos”*

Nuevas generaciones

Igualdad de Oportunidades (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	La política de contratación se basa en la evaluación de los candidatos utilizando indicadores de capacidad y de polivalencia en los que no se incluyen argumentos discriminatorios por edad, orientación sexual, género, raza, religión, etc. Dentro de los elementos de valoración se incluye la posibilidad de hablar otras lenguas además (y no exclusivamente) del castellano o el catalán, lo que garantiza la posibilidad de la multiculturalidad de pensamiento en el equipo.
Colaboración con Centros educativos (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se llevan a cabo diversas charlas y formaciones en diversos Centros Educativos en materia de divulgación tecnología y neurociencias.
	Comentarios	Se trabaja con becas estudiantiles para incorporar nuevos talentos. Se dispone también de una Beca propia para la atracción de talento mediante la cual, una vez pasado el proceso de concurso, se incorpora a la persona que ha obtenido la beca con un contrato de un año.
Acción social (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se llevan a cabo diversas actividades orientadas a aportar a los niños de valores así como ayudarlos en su evolución.
	Comentarios	Durante este año se han puesto en marcha dos iniciativas: <ol style="list-style-type: none"> 1) Descubrir el mundo tecnológico: iniciativa formativa en el centro formativo de Nechi Group mediante el cual, a través de la tecnología, se aporta conocimiento, pensamiento científico y crítico y valores a los pequeños. 2) Juguetes para todos: iniciativa para aportar juguetes a las comunidades más desfavorables con el objetivo de cubrir su derecho a jugar.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Asociaciones y alianzas empresariales

Política de acción social (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se participa en diferentes asociaciones de ámbito sectorial y con distintos grupos de trabajo a fin de mejorar la capacidad del mercado y las oportunidades de toda la cadena de valor. Se llevan a cabo charlas, desarrollo de memorias y participación grupos activos de desarrollo de la industria en clave clúster.
Política de acción social (Acción/Proyecto)	Indicadores Relacionados	Participación en acciones de RSE #Número de acciones RSE > 7
	Observaciones genéricas	Se colabora con diferentes asociaciones de acción social para colaborar en acciones de RSE. Actualmente, Nechi Group forma parte de la Junta de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas con el objetivo de aportar la visión de PYME a la iniciativa de manera que ésta sea lo más transversal posible asegurando las oportunidades de participación de todas las empresas.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Grupo de interés medioambiente

“De nada sirve invertir en un mundo mejor si acabamos destruyendo ese mundo”

Buenas prácticas (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se han llevado a cabo charlas para concienciar en el uso de papel. Se dispone de zonas con papel reciclado para reducir el consumo irracional de papel en el trabajo de borradores.
Nuevas tecnologías para el ahorro de recursos (Acción / Proyecto)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Se dispone de sistema de iluminación en todas las zonas de las oficinas basada tecnología de iluminación LED y/o alta eficiencia. Se dispone de sistemas de climatización de alta eficiencia con recuperación de calor. Todas las zonas de las oficinas están controladas mediante un sistema de control (inmótico) que permite reducir el consumo y optimizar las cargas eléctricas de cada zona en función de la ocupación. Se dispone de un sistema de alimentación que reduce el impacto de cargas capacitivas.
Criterio medioambiental en la política de compras (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	El procedimiento de homologación de proveedores incluye entre sus criterios de valoración la inclusión de criterios de protección del medioambiente en los productos o servicios contratados. La adopción de medidas en esta línea es uno de los criterios importantes de selección de un proveedor ante una compra, pudiendo llegar a ser determinante.
Criterio medioambiental en la política de ventas (Política)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Muchos de los servicios ofrecidos incorporan la inclusión de medidas de gestión en materia medioambiental, llegando, incluso, a la posibilidad de certificar LEED aquellos proyectos de edificación que así se soliciten. Se incorporan en los proyectos equipos y productos que disponen de certificaciones en materia de compromiso de eficiencia y sostenibilidad.
Criterio medioambiental en la política de ventas (Acción)	Indicadores Relacionados	No procede
	Observaciones genéricas	Desde este año se ha pasado a utilizar tarjetas de visita digitales o, en caso de uso de tarjetas impresas, a través de un acuerdo con la empresa de material impreso MOO, todas las tarjetas están impresas 100 % con el algodón reciclado de trozos de camisetas. Se está estudiando el uso de papelería impresa (sobres, papel, etc) de manera similar.



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

ACTIVIDADES MÁS SIGNIFICATIVAS EN RSE



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

COMUNICACIÓN DE PROGRESO



Formación interna en materia de RSE

Charla formativa relacionada con temáticas de RSE. En esta ocasión se trató el tema de la transparencia y las estrategias de respuesta en materia de prevención de la corrupción. Se trató de una dinámica mixta basada en una primera parte formativa y una segunda parte basada en cambios de roles en los que, por parejas, una de las personas adoptaba el rol de posible corrupto y la otra persona trataba de descubrir las intenciones y actuar en la medida adecuada. Posteriormente se debatía en grupo las situaciones vividas y las soluciones adoptadas a fin de poner en común la visión y estrategia adecuada.



Empleados 👍

Evento Brain&Tic 1

Evento de divulgación bajo el título Brain&Tic que tiene por objetivo difundir conocimiento relacionado con las neurociencias, la psicología cognitiva y el comportamiento no verbal con la implementación de la tecnología como herramienta para la aportación de valor y la propuesta de intervención a nivel empresarial/profesional relacionada con estas áreas.

El evento contó con charlas científicas y técnicas en las que se contó con especialistas de estas materias entre los que estuvieron los ingenieros Héctor Colado (Amaysys Technologies), Sergio Hernández (Siemens), Ricardo Bolaños (Eaton), Juan Manuel López (Eaton), el Analista en comportamiento y criminólogo Cristian Salomoni (ACoNVe) y el ingeniero y psicólogo Sergio Colado (Nechi Ingeniería).

El evento Brain&Tic es el primero de varios de los eventos relacionados con esta materia



Empleados 👍

Proveedores 👍

Clientes 👍

Comunidad 👍

COMUNICACIÓN DE PROGRESO



Evento Brain&Tic dentro del evento “La innovación en la gestión de los activos inmobiliarios”

Evento de divulgación con el objetivo difundir conocimiento relacionado con las neurociencias, la psicología cognitiva y el comportamiento no verbal con la implementación de la tecnología como herramienta para la aportación de valor y la propuesta de intervención a nivel empresarial/profesional relacionada con estas áreas y que forma parte de la serie de eventos Brain&TIC. El evento, bajo el título “Estudio de la conducta humana aplicada a la gestión del entorno de trabajo y la seguridad de las personas”, formó parte de la jornada “La innovación en la gestión de los activos inmobiliarios” organizada por la Universidad Europea de Madrid.



- Empleados 👍
- Proveedores 👍
- Clientes 👍
- Comunidad 👍

Workshop “la cuarta revolución industrial y su impacto en el empleo”

Mesa de debate sobre el impacto de la IA y la robótica en el futuro del empleo en el Workshop “la cuarta revolución industrial y su impacto en el empleo” organizado por la revista Ethic y co-organizado por Telefónica. En esta jornada se debatió sobre el impacto de la tecnología y de la llamada Cuarta Revolución Industrial en la sociedad. Del debate se desprende un artículo de opinión en la revista Ethic que recoge las diferentes opiniones de los ponentes y su visión de futuro.



- Comunidad 👍

COMUNICACIÓN DE PROGRESO



Mesa de debate “Nuevos modelos de negocio orientados a los ODS. Cómo la innovación afecta al trabajo”

Mesa de debate “Nuevos modelos de negocio orientados a los ODS. Cómo la innovación afecta al trabajo” en el marco del segundo aniversario de los ODS organizado por la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En este debate se planteó cómo afectará la tecnología en el futuro del empleo y cuál es la mejor manera de afrontarlo bajo una perspectiva sostenible.



Comunidad 👍

Jornada Smart Offices

Charla “Estado actual y nuevas tendencias tecnológicas en los espacios de trabajo” en la jornada Smart Offices organizada por Domotys.

En la charla se lleva a cabo una evaluación de los diferentes perfiles, entre ellos desde los Baby Boomers hasta los Millennials, con el objetivo de entender sus necesidades en cuanto a distribución de espacios y uso de tecnologías en su desarrollo diario empresarial.

La jornada finalizó en una mesa de debate en la que se trató de definir qué es una Smart Office y cómo debería ser.



Empleados 👍
Proveedores 👍
Clientes 👍

COMUNICACIÓN DE PROGRESO



Juguetes para todos

Campaña de recogida de juguetes de primera o segunda mano para acercarlos a colectivos más desfavorecidos de manera que el máximo número posible de niños pueda disponer de un juguete en Navidad con el que poder jugar.



Comunidad 👉

Participación en Club de Innovación

Actividad de dinámica de innovación en el sector TIC organizado por Secartys y que pretende dinamizar grupos de empresas para el desarrollo de proyectos cooperativos en materia de innovación en el sector TIC.

En el club se llevan a cabo dinámicas de grupo para plantear problemas del sector, necesidades de los clientes y puntos en común, buscando sinergias y detectando nuevas oportunidades que se traduzcan en proyectos.



Proveedores 👉
Clientes 👉



NECHI GROUP
C/Entenza 95,5ª planta
08015 Barcelona
T 93 215 31 95
www.nechigroup.com

COMUNICACIÓN DE PROGRESO



“**Discovery** is seeing what everybody else has
seen, and **thinking** about what
nobody else has thought.“