



# Media Planning Group, S.A.

INFORME DE PROGRESO  
2017



Havas Media Group Spain S.A.U.  
C/ Eloy Gonzalo 10  
Madrid

# Tabla de Contenidos

01

Carta de Renovación del Compromiso

02

Perfil de la Entidad

03

Metodología

04

Análisis

Empleados

Medioambiente

Clientes

Proveedores

Comunidad/Sociedad Civil





# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



Dña. **ESTER GARCIA COSÍN**, con DNI, 37381257R , en calidad de Directora General de la empresa HAVAS MEDIA GROUP S.A, con CIF: A78809662 y domicilio en Calle Eloy Gonzalo, 10. 28010. MADRID,

**DECLARA**

Que HAVAS MEDIA GROUP, S.A. , renueva el compromiso adoptado en el año 2002 con el pacto mundial y los 10 principios.

Desde entonces, hemos seguido comprometidos con el medio ambiente, y los derechos humanos, continuando con la introducción de mejoras en nuestras oficinas encaminadas a reducir el consumo energético y fomentar el reciclaje entre nuestros empleados.

En el año 2017 la evaluación del nivel de satisfacción y compromiso de nuestros empleados con la empresa reflejó una participación del 69% de los empleados, demostrando un alto nivel de compromiso entre la Organización y sus colaboradores..

Seguiremos trabajando en esta línea, consolidando el esfuerzo individual para ir superando los objetivos día a día.

Madrid, 26 de Noviembre de 2018.

**HAVAS MEDIA GROUP SPAIN, S.A.U.**

Dña. ESTER GARCIA COSÍN,

Managing Director HAVAS MEDIA GROUP SPAIN S.A.



# PERFIL DE LA ENTIDAD

# INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

Havas Media Group Spain S.A.U.

Tipo de empresa

Empresa grande no cotizada

Dirección

C/ Eloy Gonzalo 10

Localidad

Madrid

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

<http://www.havasmedia.com/>

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Leopoldo Rodés Castañé

Persona de contacto

Yago Chemelal

Número total de empleados

2000

Sector

Medios de comunicación, cultura y gráficos

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

Compra y Planificación de medios de comunicación y servicios de marketing. Creación de Soportes Creativos para las campañas de medios. Ejercicios de Consultoría para nuestros clientes en materia de Estrategia Publicitaria.

Facturación / Ingresos en € (Cantidades sujetas al tipo de cambio \$/€)

240 - 956 millones

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

197.000 € en concepto de ayuda a la formación

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

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

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Havas Media es un intermediario entre los Grandes Anunciantes con los que trabaja, los soportes en los que introduce la estrategia de medios publicitarios, los consumidores y no posee ni producción ni fabricación. Se mueve principalmente en ese espectro de actuación, por lo que consideramos que son clientes, proveedores y empleados aquellos puntos donde se desarrolla su actividad. Hemos incluido el Media Ambiente debido a la política de Prevención de Riesgos Laborales, que incide de manera indirecta en este aspecto

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

Solo hace alusión a España, que es donde se ubica la matriz. Los aspectos en cuanto a RSC son gestionados de manera individual para cada país en base a la legislación vigente y las peculiaridades legales de cada uno.

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

En base a los criterios del Pacto Mundial y las acciones de RSC y Compromiso que ya tenemos implantadas.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

Entre el ExCom que en cascada lo comunica a los miembros de sus equipos. Actualmente publicamos el informe de progreso en nuestra Web Interna a disposición de cualquiera de los empleados que deseen consultarlos.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

Notas

Hemos colaborado a través de diversos actos como donaciones a la cadena de Hoteles ILUNION, hemos participado en la Feria de Empleo por la Discapacidad, colaboración con Zauma (servicio de empleo de discapacidad) en acciones de diversa índole como son las Cestas de Navidad y la Gestión de la Formación, y actualmente, a través de nuestro programa de RSC estamos colaborando con Fundación Universia para la inserción laboral de profesionales con alguna discapacidad a través de un programa de Mentoring, y acometiendo diferentes acciones de Consultoría con

Pymes y Start-Up con perfil marcadamente social (ADALAB, MUMABLU, RUNATOR...) parte del programa de RSC "Planta 7"... entre otras. Toda la documentación está adjunta.

¿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

Aparte de poseer desde este año 2017 un Comité de RSC que integra a diferentes miembros de la Organización de diferentes departamentos -entre ellos RR.HH.- tenemos muy presente cada uno de los puntos del Pacto Mundial a la hora del desarrollo de iniciativas que los pongan en práctica de manera específica, y fomentando los procesos de Comunicación Interna para poder hacer a todos los empleados partícipes y conocedores de las estrategias diseñadas e implementadas con respecto a este punto. En este año 2018, el equipo de RSC se ha ampliado en dos personas y se están desarrollando un mayor número de acciones sociales.

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

Havas Media Group es la Empresa Matriz que posee los departamentos responsables de aquellas funciones

transversales para toda la Organización, y por consiguiente, los responsables de la RSC ya que pretende integrar cada una de las Areas de la Organización, así como las Compañías que dependen directamente tanto estructural como funcionalmente de esta matriz.

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

A través de un complejo Programa de RSC que está llevándose a cabo por parte del Comité de RSC, incluyendo KPIs revisables cada Q para analizar desviaciones de los objetivos marcados para las acciones que incluyen cada punto y elaborar Planes de Acción.

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 el Comité de RSC están incluidos tanto el Managing Director de la Organización como los Heads de la parte Middle y Front de la Organización, a sí como diferentes perfiles ejecutivos y miembros del Dep. de RR.HH. y otros perfiles más operativos para la implementación y seguimiento de las acciones.

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 Desarrollos Sostenible, iniciativas de Global Compact, etc.)

No directamente desde local. Si en asociaciones similares que protegen la integridad de los Derechos Humanos, pero en local no tenemos directamente ninguna acción con ninguna de las asociaciones mentadas.

## MÁS INFORMACIÓN

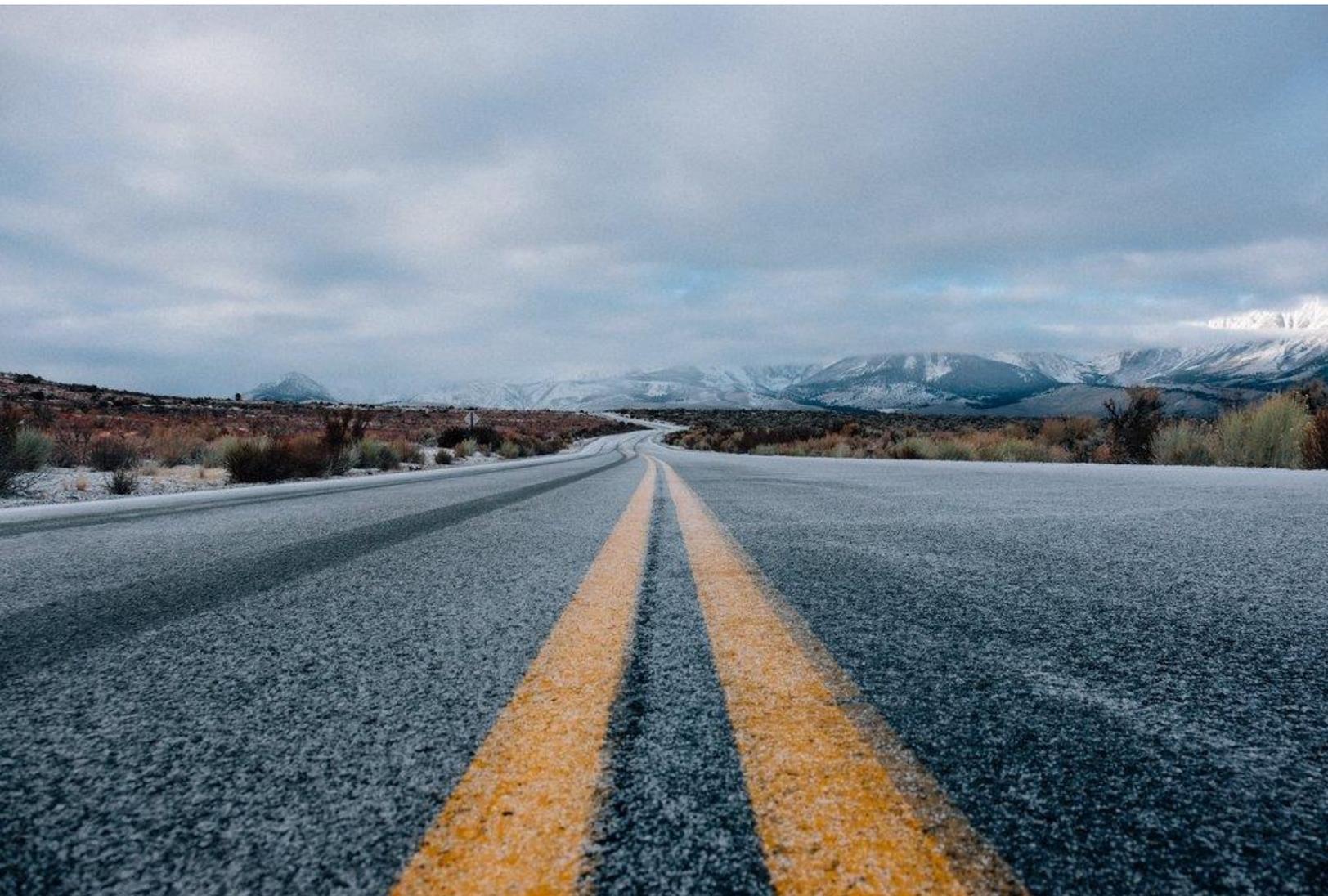
¿Cómo implementa la entidad los 10 Principios para los "Otros Grupos de Interés"?

A través de diversas actividades y colaboraciones que desarrollaremos a continuación en el Informe de Progreso

Dirección Web

<http://www.havasmedia.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



14

Desafíos u Oportunidades contemplados

NORMAS LABORALES



13

Desafíos u Oportunidades contemplados

MEDIOAMBIENTE



7

Desafíos u Oportunidades contemplados

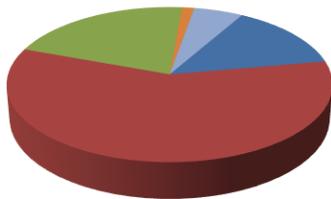
ANTICORRUPCIÓN



7

Desafíos u Oportunidades contemplados

### Políticas aplicadas por grupos de interés



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

CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

- Clientes: 10
- Empleados: 42
- Proveedores: 15
- Accionistas: 0
- Administración: 0
- Comunidad: 1
- Medio ambiente: 4

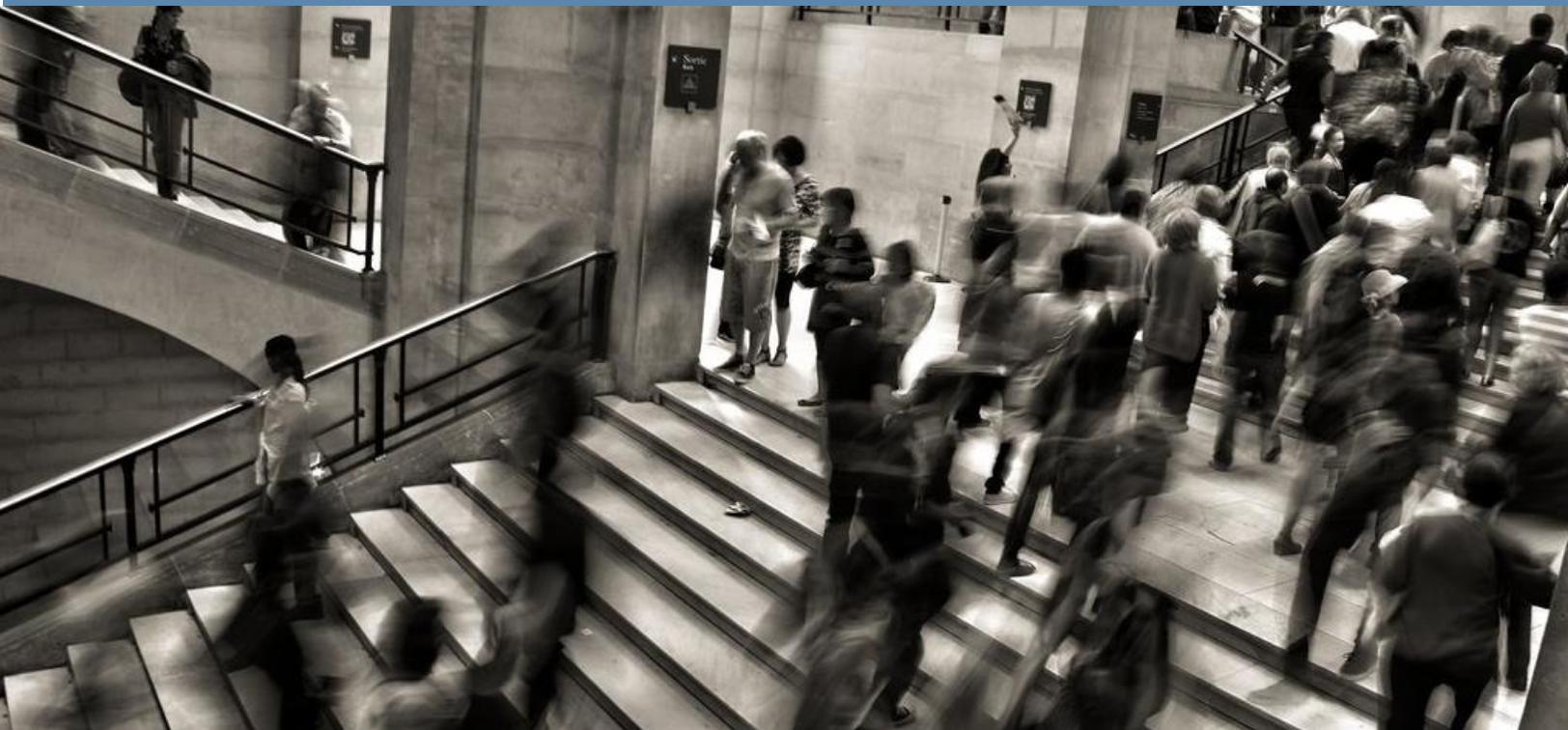
CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR



90



GRUPO DE INTERÉS  
**CLIENTES**



---

## Formación para clientes

Disponemos de todo un Plan Formativo en abierto tanto presencial como On-line que ponemos a disposición de los clientes, aparte de Jornadas Abiertas para darles a conocer e instruirlos en los nuevos procedimientos y herramientas con las que les damos servicio

---

### Colaboración mutua - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Establecimiento, información y calendarización de dichas jornadas Desarrollo de Planes de Acción conjuntas de aquellos aspectos susceptibles de ser mejorados/mejorables dentro de la Gestión Diaria de la cuenta. Comunicación de aquella información no susceptible de ser confidencial al resto de la Organización para que pueda tener, además, una función de "compartir la información" en caso de que otros clientes y otras cuentas puedan nutrirse de dichas conclusiones operativas.

#### Objetivos

Establecimiento de Jornadas en formato Kick Off Outdoor con los principales responsables de medios de 1 día de duración para poner sobre la mesa aquellos aspectos de la gestión diaria de la cuenta que pueda llegar a ser mejorable por cualquiera de las dos partes.

### Formación - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Calendarización de Jornadas Invitación a los Responsables de Medios Pasar a cada uno de manera anónima una encuesta de satisfacción del curso. Convertir esto en un procedimiento habitual de la organización (bimensualmente)

#### Objetivos

Formaciones en abierto de los principales soportes (TV Digital, Buscadores, Plataformas de Programática) y de los avances relacionados con el sector e invitación de los principales responsables de medios de las Cuentas.

---

## Relación duradera con los clientes

Los servicios que ofrecemos se establecen desde unos principios de larga duración a través de concursos públicos donde varias agencias compiten entre ellas en base a propuestas. Las relaciones suelen ser de mínimo dos años prorrogables si los servicios son satisfactorios para ambas partes, teniendo como ejemplo clientes que llevan contando con la Agencia desde hace más de 20 años.

---

### Relación mutua de confianza con los clientes - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Eventos corporativos con invitación a clientes para conocer los últimos avances del sector Comunicaciones constantes en relación a futuros y presentes cambios organizativos. Reuniones periódicas para análisis de Objetivos y desviaciones, así como creación conjunta de planes de acción

#### Objetivos

Desarrollar una política basada en las relaciones duraderas de calidad con nuestros clientes a través de diversas acción de índole integradora para crear conexiones significativas entre Agencia-Cliente para un mejor desarrollo de la actividad nacida del conocimiento mutuo del servicio.

### Encuestas de Satisfacción - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Creación de la Encuesta de satisfacción en Comité Ejecutivo con representación de todos los General Managers de las diferentes unidades de negocio que dan servicio a clientes de manera directa y difusión de la misma entre los clientes. Curso formativo a los Responsables de Medios de en que consiste la encuesta y que información se pretende poner de relevancia por parte de la Agencia. Estudio y análisis de los resultados por parte de la Agencia y puesta en común con cliente Creación de Planes de Acción en base a resultados

#### Objetivos

Distribuir a todas las empresas del Grupo una

encuesta de satisfacción para ser distribuida entre los clientes para los que trabajan donde se puedan obtener resultados de información relacionada con dimensiones tipo "Calidad de Servicio" "Agilidad de Respuesta a las demandas de Cliente" "Trato personalizado de los equipos en Agencia" "Efectividad de las estrategias de Campaña" etc...

---

## Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes

Era política habitual dentro del sector el, al ejercer de intermediarios, no ser del todo transparente ni en nuestra prima ni en los medios que usábamos. Es recientemente más extendida una política de transparencia en fees, herramientas y soportes para con los clientes, pero no en todos se está aplicando aún esta metodología de transparencia.

---

### Política de Integridad y Transparencia - Política

#### Comentarios

Cursos formativos, reuniones de Kick Off con los delegados comerciales, publicaciones del nuevo estilo de trabajo en las carpetas comerciales compartidas

#### Objetivos

Hacer llegar a todos los trabajadores que participan tanto en la negociación individual como colectiva de acuerdos comerciales entre clientes las nuevas directrices de transparencia implantadas por el Grupo a nivel internacional para que queden así reflejadas en los presentes y futuros convenios de colaboración. Este aspecto ya forma parte de los procedimientos antes de un pitch, por lo que se puede considerar cumplimentada.

### Visitas a clientes - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Comunicación constante con Clientes para conocer sus posibles quejas/sugerencias y elaborar conjuntamente un Plan de Acción para solventar el GAP relacionado a los issues que puedan ir surgiendo.

#### Objetivos

Establecimiento de un mínimo de 4 reuniones anuales con el 100% de los clientes para tomar el pulso de

negocio y conocer sus quejas/sugerencias así como el establecimiento de un Plan de Acción conjunto para solventarlo.

---

## Satisfacción del cliente

Existen varias encuestas para la medición de este grado de satisfacción, entre ellas RECMA, así como herramientas internas para evaluar dicha satisfacción, que manifiesta que actualmente hay ciertas Areas de Mejora en las que incidir.

---

### Código Ético Comercial - Política

#### Comentarios

Comunicando en la medida de lo posible dichos acuerdos a los comerciales antes de cerrar acuerdos y revisando cada convenio previa firma para estar seguros cumplen los canones fijados para esa actividad comercial

#### Objetivos

Disponemos de un férreo, sólido e integrado proceso de control de calidad en nuestras acciones comerciales respetando escrupulosamente los pactos establecidos con nuestros colaboradores de negocio, revisados periódicamente y firmado en acuerdos globales por ambas partes

### Normativa Vigente - Política

#### Comentarios

Establecimiento de los protocolos pertinentes en materia de Ley Orgánica de Protección de Datos.

#### Objetivos

-Formación On-Line al 100% de los empleados dentro de la Organización con diploma acreditativo de resolución. -Jornadas formativas de concienciación tanto del marco legal como de las consecuencias reales en materia de penalizaciones por quebrantar ciertos parámetros de la ley -Auditorías internas sorpresa para cerciorarse de que todo se está realizando en la más estricta legalidad.

### Política de Responsabilidad Social Corporativa - Política

#### Comentarios

Reuniones periódicas para articular la actividad de

dicho comité, proponiendo acciones que contribuyan a una mejora sustancial a través de nuestra actividad del mundo en que vivimos siempre desde nuestro radio de acción. Creación de un Plan de Comunicación Interno y Externo para dar a conocer dicho programa, medidas y seguimiento.

### **Objetivos**

Actualmente generando toda una política de RSC acorde con el sector, competidores y empresas anunciantes con un comité de RSC encargado de implantar dichas medidas y de darlas a conocer a nuestros clientes. Se ha desarrollado un Departamento de 3 personas, un Programa y 3 modelos de RSC llamado Planta 7 que ya está actualmente en marcha con mucho éxito dentro de la Organización

### **Resultados encuestas de satisfacción clientes -**

### **Indicador de Seguimiento**

#### **Comentarios**

RECMA es una Organización que se encarga de evaluar la satisfacción de los clientes, la calidad del servicio y el posicionamiento de la Organización en el sector. El desafío radica en seguir manteniendo nuestra posición de liderazgo frente a la Competencia en calidad de servicio y satisfacción de nuestros colaboradores.

#### **Objetivos**

No bajar de las puntuaciones actuales en el posicionamiento y establecer como objetivo mantenernos en el Top Five escalando, al menos una posición en el Ranking General.

<https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/agencias/carat-se-hace-con-el-primer-puesto-del-ranking-recma>

GRUPO DE INTERÉS

# EMPLEADOS



---

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

Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. Promovemos los principios fundamentales de Derechos Humanos a través del Código Ético y de Conducta de HAVAS MEDIA GROUP, accesible por el intranet del grupo y comunicado por email a todos nuestros empleados. La última actualización de este código data de diciembre de 2010. El código incluye: - el respeto de las leyes y regulaciones tanto internacionales como locales, - el respeto de los demás, sus derechos y dignidad. Tenemos en cuenta entonces que contamos con dos documentos Oficiales que son el CODIGO ETICO y CODIGO DE CONDUCTA que representan la síntesis de nuestro sistema de trabajo, retratando claramente dichos principios. Contamos además con todo un Plan Formativo accesible a todos los empleados regulándonos por el Crédito de la Fundación Tripartita para la actualización de conocimientos, así como ayudas en formación específica y soporte en Formación en Idiomas.

---

### Plan de Formación y Desarrollo - Política

#### Comentarios

Estudio previo para detectar al equipo de altos potenciales. Análisis de sus necesidades formativas en base a toda su trayectoria curricular y dentro de la Organización. Arranque de dicho proyecto formativo a través de Gestión en Fundación Tripartita, contacto y negociación con empresas formativas, etc...

#### Objetivos

Establecimiento de un Plan de Formación Anual para aquellos trabajadores que sean diagnosticados a través de un estudio pormenorizado de Altos Potenciales

### Formación - Acción / Proyecto

#### Comentarios

- Desarrollo de Política - Negociación con Proveedores de Idiomas - Estrategia de Formación/Información y criterios de inclusión en dicha Política

#### Objetivos

Política en Formación de Idiomas que regule y soporte a todos los empleados que estén interesados en recibir formación en idiomas (inglés/francés/portugués), a través de una alta subvención en el precio de las clases, pudiéndose realizar en horario de oficina a modo de inversión de la Organización en el desarrollo del empleado, y seguimiento anual de la evolución de dichos empleados a través de una prueba estandarizada de nivel.

### Horas de formación por empleado - Indicador de Seguimiento

#### Comentarios

Establecer un mínimo garantizado de horas formativas así como un porcentaje de la plantilla garantizado susceptible de haber recibido formación en cualquiera de sus modalidades (técnica/no técnica/idiomas)

#### Objetivos

70% de la plantilla haber recibido algún tipo de formación 110 horas/empleado en materia de Formación al año.

---

## Falta de compromiso del empleado con la entidad

Los índices de Compromiso no han sido muy elevados por gran parte de la Organización según la última encuesta 4U Survey

---

### Estrategia de Comunicación Interna - Acción / Proyecto

#### Objetivos

Comunicación a todos los equipos tanto de la Encuesta de Clima Laboral como de los resultados así como de otras acción relacionadas de una forma periódica y objetiva. Talleres relacionados con la Misión/Visión/Valores de la Organización. Diseño de Plan de Formación donde se establece el nivel de identidad de los empleados con los valores y análisis de los GAP y planes de Acción para solventarlos.

Nombramiento de "Emisarios" encargados de gestionar la identificación con la Organización en base a valores. Planta 7, desarrollo de una estrategia de Responsabilidad Social.

### **Encuesta Clima Laboral - Herramienta de seguimiento**

#### **Comentarios**

Análisis por compañías de los resultados obtenidos y elaboración conjuntamente con los managers de los departamentos una serie de planes de acción integrados con vista a poder incrementar dicha puntuación.

#### **Objetivos**

Incremento en un 10% de las puntuaciones en materia de Compromiso por parte de los trabajadores en la encuesta que desde RR.HH. se facilita para su cumplimentación, que es lo que mide el pulso de variables que afectan directa e indirectamente a elementos como la "satisfacción" o el "compromiso" dentro de la Organización. Cambio de Plataforma donde se establece como criterio crítico la identificación de los valores de la Organización y su representación.

---

## **Contratación de mano de obra infantil**

No disponemos de fábrica, aunque estamos perfectamente regulados por el Código de Conducta de la Organización

---

### **Contrato de Trabajo - Política**

#### **Comentarios**

Inclusión de una cláusula específica, verificar adecuadamente la documentación en cada uno de nuestros países de actuación e influencia antes de la contratación definitiva. Auditorías regulares a los Departamentos de Recursos Humanos de los diferentes centros de trabajo para cerciorarse de que todo está acorde a la ley vigente en materia de contratación.

#### **Objetivos**

No aceptar contratar a nadie que no supere la edad mínima registrada por ley según la ley vigente en cada país.

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

#### **Observaciones Genéricas**

Tratar de hacer a través de prácticas, procesos, herramientas y reglamentos una Organización con mejores practicas acorde a los estándares de las Naciones Unidas y Derechos Humanos.

#### **Comentarios**

El propio proceso de puesta en práctica de los valores reflejados en el código ético y las auditorias a clientes y proveedores.

#### **Objetivos**

La aplicación y las constantes auditorias en referencia a este punto en el 100% de sus acuerdos por parte del Código Ético, tanto en lo relativo a clientes, como proveedores y a nuestra forma propia de trabajar tutelan y monitorizan el no trabajar bajo ninguna circunstancia con posibles colaboradores que estén incurriendo en riesgo de trabajo infantil.

### **Incluir una cláusula contractual - Acción / Proyecto**

#### **Comentarios**

Redacción de la cláusula por nuestro equipo legal e inclusión en cualquier tipo de convenio de colaboración, acuerdo o contrato de trabajo. Seguimiento a través de auditorías sorpresa en nuestros proveedores, clientes y compañías dentro del Grupo Havas

#### **Objetivos**

Inclusión en todos los convenios de colaboración tanto en lo relativo a clientes y proveedores ya no solo del cese de la colaboración en caso de ser detectada alguna irregularidad concerniente al posible uso de mano de obra infantil, sino de posible penalización y comunicación a las instituciones pertinentes

### **Creación de Canal de Denuncias - Herramienta de seguimiento**

#### **Observaciones Genéricas**

#### **Comentarios**

Desarrollo de este canal, bien sea mailing, buzón de sugerencias, flujo de comunicación con responsables de transmisión del mensaje. Creación de una escala de penalizaciones con respecto a la gravedad de la acción detectada.

#### **Objetivos**

Establecimiento de un adecuado canal de

comunicación para denunciar aquellas posibles praxis que atenten contra los valores de la Organización con respecto a este punto, sean detectadas por trabajadores, socios o colaboradores.

---

## **Apoyo al empleado para ejercer su derecho a la negociación colectiva**

Contamos con Comité de Empresa representando a Sindicatos para Negociaciones Colectivas, aunque no todas las empresas disponen de ello.

---

### **Difusión de la Política - Acción / Proyecto**

#### **Observaciones Genéricas**

##### **Comentarios**

Calendarización de dichas reuniones. Apoyo al comité en la elaboración de los mailings informativos y demás documentación para hacer llegar su mensaje como Representantes. Facilitar medios e instalaciones para las mentadas reuniones.

##### **Objetivos**

Establecimiento de al menos dos reuniones anuales entre el comité y el resto de la plantilla para que estos primeros puedan dar a conocer cual es su función como Representantes Legales, donde empieza y termina su responsabilidad y cuales son sus funciones, con idea de dar a conocer a todos los trabajadores el servicio que pueden ofrecer.

### **Reuniones periódicas con el Comité de Empresa - Herramienta de seguimiento**

#### **Comentarios**

Favorecimiento a través de vías informales (charlas informales, mailing individual) de dicha comunicación entre los trabajadores y el Comité.

#### **Objetivos**

Presencia de un Comité de Empresa representando a los trabajadores abierto a escuchar todas aquellas cuestiones que inquieten a los trabajadores con respecto a Convenio Colectivo, Estatuto General de los trabajadores para que eleven aquellas inquietudes al Comité Ejecutivo para su dialogo e implantación de

posibles medidas.

---

## **Combatir y erradicar todas las formas de extorsión**

Tenemos procedimientos para denunciar el bullying y la extorsión dentro del grupo, recogidos en dichos Códigos de Conducta

---

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

#### **Observaciones Genéricas**

Tratar de hacer a través de prácticas, procesos, herramientas y reglamentos una Organización con mejores practicas acorde a los estándares de las Naciones Unidas y Derechos Humanos.

#### **Comentarios**

Poner en conocimiento vía mailing o por medio de breves reuniones informales el contenido del Código de Conducta, así como retomar de nuevo un curso on-line con todos los aspectos relacionados con el Código (incluyendo un módulo relacionado con la extorsión), extensible al 100% de los trabajadores de la Organización.

#### **Objetivos**

Dentro del Código de Conducta hay reflejado un apartado específico que consiste en como tratar los casos de extorsión, definiendo un sumario de criterios para identificarlo así como una ruta informativa desde el anonimato para compartirlo con los órganos de control dentro de la organización.

### **Número de auditorías llevadas a cabo - Indicador de Seguimiento**

#### **Comentarios**

Desde los HQ en Francia nos animan a realizar un estudio relacionado con todos aquellos aspectos como incidentes de higiene laboral y vigilancia de la salud. Dicha auditoría tiene caracter anual y somos auditados todos los años para clarificar los datos.

#### **Objetivos**

Reducción de un 10% en las bajas por IT relacionada sestrictamente con la actividad laboral (estres, ansiedad, depresión, etc)

---

## **Información de las condiciones**

## laborales en el proceso de contratación

Dentro del WorkFlow de contrataciones, se establece una Carta Oferta en la que se le describen todas las condiciones laborales, aparte de una sesión de training a todos los nuevos empleados para hablar de ello en su primer mes de incorporación con espacio abierto a preguntas y respuestas (Welcome Day)

---

### Política de RRHH - Política

#### Comentarios

A través del documento (adjunto) y las reuniones de incorporación.

#### Objetivos

Carta de Intenciones: Todos los trabajadores de reciente incorporación reciben un modelo de Carta de Compromiso de contratación previa a su contratación, firmada por ambas partes (el responsable de negocio y el propio trabajador) mostrando conformidad, en donde vienen detalladas todas aquellas condiciones aplicables al contrato que se va a realizar entre trabajador y empresa. Por otro lado, se mantiene con el una charla de iniciación por parte del Departamento de Relaciones Laborales para explicarle todo lo relativo a su situación contractual inicial con espacio para preguntas y respuestas y resolución de dudas

[Descargar documento adjunto](#)

### Canales de Comunicación - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Administración de la encuesta "Mis 100 primeros días" y reunión posterior con el trabajador tomando como base sus respuestas a dicha encuesta y poder aclarar dudas y recibir sugerencias.

#### Objetivos

Encuesta "Primeros 100 días" - que se le pasa a todos los trabajadores que lleven en la Organización más de 100 días, preguntando a propósito de cuestiones relacionadas con su incorporación, dudas y sugerencias, para una evaluación continua de los procesos de incorporación y su percepción por parte de los trabajadores nuevos.

---

## Conciliación familiar y laboral

Implantación de un Piloto de Teletrabajo para facilitar aquellos casos de necesidad de flexibilidad horaria. Horario flexible de entrada y de salida.

---

### Política de Conciliación - Política

#### Comentarios

Hacer extensivo el piloto a por lo menos el 10% de los trabajadores de la Organización, nunca más del 10% de las personas de un mismo departamento o unidad de negocio. Establecerlo como un beneficio social más dentro de los beneficios de trabajar dentro de la Compañía.

#### Objetivos

Desarrollar más profundamente el Piloto iniciado en 2016 acerca de Teletrabajo, para ayudar a conciliar vida personal-profesional. Dicha política acogió inicialmente a un grupo experimental de 10 personas, que podrían acogerse a cuatro modalidades diferentes de Teletrabajo.

---

## Discriminación por edad

En 2010, se estableció a nivel interno una herramienta de reporting de RSC, llamada HARMONI, basada en los indicadores del GRI, el Pacto Mundial y el ISO 26000. El programa resulta de la cooperación entre nuestros expertos internos y la agencia ENABLON. Los datos recogidos incluyen 5 temas distintos: -Ambiental - Social -Etico -Ecopnomía -Comunicación Responsable

---

### Política de Igualdad - Política

#### Comentarios

Puesta en práctica de los puntos clave de la Política de Igualdad. Reuniones para debatir posibles mejores y sesiones de formación/información a todos los trabajadores de la existencia de la misma.

#### Objetivos

Implementación de la Política de Igual que se ha

creado por parte de la Organización. Seguimiento y Comunicación de la misma a todos los empleados de la Organización.

## **Evaluación Anual - Herramienta de seguimiento**

### **Comentarios**

El Harmony viene acompañado de una serie de auditorías regulares que apoyan-asesoran a los gestores de la herramienta y acompañan en todo el proceso del plan de acción a la hora de solventar las deficiencias detectadas.

### **Objetivos**

Harmony -cada año por parte de Corporativo tenemos que rellenar un informe de sondeo en cuanto a la plantilla activa dentro de la Organización. En dicho informe se realiza un balance de promedio en genero y edad de los trabajadores, con unos estándares claros para fomentar la diversidad y la igualdad de oportunidades. En caso de salirse en el año de estudio de esos baremos, hemos de aplicar medidas correctivas que van desde un sesgo en el terreno de la selección, a un favorecimiento de inclusión en los grupos minoritarios, etc.

---

## **Contratar empleados en función de sus aptitudes profesionales**

En los procesos de selección desarrollamos un exhaustivo análisis tanto profesional como competencial de los candidatos por parte de los miembros no solo del Departamento de RR.HH. sino también de otros profesionales dentro de la casa. Los nuevos empleados han de atravesar filtros diversos y han de ajustarse a los criterios designados en cada una de las Job Description (Descripción de Puesto) que hay para cada puesto.

---

## **Selección de Personal - Acción / Proyecto**

### **Comentarios**

Estamos actualmente creando un sumario de competencias clave para cada puesto, y en las entrevistas de Selección usamos el método BEI (Entrevistas por Competencias) para una perfecta

alineación entre el candidato y el puesto a cubrir.

### **Objetivos**

Inclusión de una Job Description del puesto en el mecanismo de selección. En dicho documento vendrán perfectamente especificados los requerimientos que el candidato ha de tener para ser considerado un candidato válido dentro del proceso de selección. Dichos requerimientos trascienden al Perfil Académico o a la experiencia profesional, teniéndose en consideración factores más competenciales, que también serán tenido en cuenta dentro de la selección.

[Descargar documento adjunto](#)

---

## **Igualdad de género**

No tenemos a priori ningún Plan que regule dicho porcentaje, aunque sean mayormente mujeres las que ocupan puestos directivos, pero si sería oportuno algún procedimiento o herramienta que lo regule.

---

## **Plan de Igualdad - Política**

### **Comentarios**

Desarrollo de dicha política, Estrategia de Formación/Información de la misma para todos los empelados y realización de talleres Workshop de tres horas de duración para colectivos como el Comité de empresa y Management intermedio y alto nivel para que ejerzan de emisarios para el resto de los equipos. Desarrollo del programa FEMME FORWARD que promueve la comunicación entre mujeres en posiciones de leadership.

### **Objetivos**

Desarrollo de una política de igualdad por la que se regirán todos los trabajadores de la Compañía, así como determinará ciertos criterios de contratación para un adecuado balance entre hombres y mujeres en puestos tanto directivos como no directivos. Incluir al menos a un 65% de muejres a nivel mundial en el programa Femme Forward

[Descargar documento adjunto](#)

## **Creación de un Protocolo de Prevención del Acoso - Acción / Proyecto**

## Comentarios

Desarrollo de un estrategia de Formación/Información de dicha política, poniéndola a disposición de cualquiera que la necesite en una carpeta común interna, así como la creación de un diagrama de flujo de comunicación garantizando el anonimato del "agredido" en caso de que se produjese un caso de acoso.

## Objetivos

Adaptación del Protocolo para la Prevención del Acoso de la Organización a nivel Global al mercado español y hacerlo extensivo a todos los trabajadores de la Organización en España.

[Descargar documento adjunto](#)

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

### Comentarios

Contamos actualmente con: Hombres: 37% Mujeres: 63% Las empresas del grupo analizadas, tienen una plantilla de 1129 personas, las mujeres representan un 63% sobre el total y los hombres el 37%. A efectos de la Ley para la Igualdad efectiva entre mujeres y hombres, se considera composición equilibrada la presencia de mujeres y hombres de forma que, en el conjunto a que se refiera, las personas de cada sexo no superen el 60% ni sean menos del 40%. Por lo tanto, nos encontramos con una distribución de la plantilla desequilibrada, pero cercana al equilibrio. Los niveles jerárquicos con mayor representación en la empresa son: Personal técnico con un 52% de la plantilla y Jefatura intermedia, con un 25%. En el nivel jerárquico de Dirección, que representa el 6% de la plantilla, el 63% hombres (frente al 38% de su representación general en la plantilla). Las jefaturas intermedias siguen la siguiente distribución, el 63% de mujeres y el 37% de hombres. Por otra parte, tenemos que analizar cómo se distribuye cada grupo, es decir hombres y mujeres. Aquí nos encontramos que el 35% de los hombres de la plantilla se encuentran en los niveles de dirección y jefaturas intermedias, frente al 28% de las mujeres se encuentran en esos niveles. Segregación Vertical. Por otra parte, encontramos que en personal administrativo, que representa el 12% de la plantilla, el 11% son mujeres, y en personal comercial, que representa el 5% de la plantilla, el 67% son mujeres, y

en personal no cualificado, que representa el 0,4% de la plantilla, el 60% son hombres (frente al 36% de su representación general en la plantilla). Segregación ocupacional. Por último, el personal técnico, representa el 52% de la plantilla, de los cuales el 56% de la distribución corresponde a mujeres y el resto a hombres. Nos encontramos con una plantilla cualificada, donde el 79% tiene estudios universitarios. En bachillerato/FPI, que representa el 21% de la plantilla, el 22% son mujeres. Tan solo el 1% de la plantilla no tendría ningún tipo de titulación. Para analizar los datos de antigüedad podemos agrupar ésta en tres grandes grupos: Personas con menos de 1 años de antigüedad, que representan el 12% de la plantilla. En este grupo el 60% son mujeres. Personas entre 1 y 5 años de antigüedad, que representan el 35% de la plantilla. En este grupo el 57% son mujeres. Y personas de más de 6 años de antigüedad, que representan el 60% de la plantilla. En este grupo el 65% son mujeres. Por lo tanto la distribución en los distintos tramos de antigüedad es similar a la distribución general de la plantilla, sin encontrar diferencias significativas entre mujeres y hombres. El 87% de la plantilla trabaja con una jornada de 37,5 horas. De las cuales el 99% de los hombres tendrían este tipo de jornada. Señalar que de 30 a 37 horas semanales trabajadas, hay un 100% de mujeres, aunque este grupo representa únicamente el 7% de la plantilla. El 73% de las bajas temporales han sido de mujeres frente al 68% de su representación en la plantilla. Hay que tener en cuenta que este dato viene distorsionado por la maternidad, tanto cuando la baja es por descanso maternal o una incapacidad temporal debido a la maternidad. El 52% de las bajas temporales han sido por incapacidad temporal y el 14% por maternidad. En la incapacidad temporal el 53% han sido mujeres. El 78% de las excedencias han sido solicitadas por mujeres, el 33% son excedencias voluntarias y el resto corresponden a excedencias por cuidado de dependientes y/o menores. Para analizar los datos de retribución podemos agrupar ésta en tres grandes grupos: Retribuciones por debajo de los 24.000 euros, que representan el 13% de las retribuciones. En este grupo el 64% son mujeres (muy alineado al % de su representación en la distribución general de la plantilla). Retribuciones entre 24.000 y 36.000 euros, que representan el 35% de la plantilla. En este grupo el 70% son mujeres. Y retribuciones de más de 36.000 euros, que representan el 61% de la plantilla. En este grupo el 58% son hombres (frente al

36% de su representación en la plantilla). Este porcentaje alcanza el 63% en salarios superiores a los 50.000 euros.

### **Objetivos**

Aumentar el % de mujeres con un salario superior a 50.000 € Reducir el nº de % de bajas temporales a través de Planes Flexibles de Conciliación para mujeres.

---

## **Regular la aceptación de regalos**

Establecimiento de Política de Corporate Compliance donde ningún empleado puede aceptar ningún regalo de cliente/proveedor. Así viene recogido en nuestro Código de Conducta y Corporate Compliance que aplica a todas las Organizaciones del Grupo.

---

---

## **Incumplimiento del convenio colectivo**

Poseemos un Comité de Empresa que vigila los posibles incumplimientos y los denuncia en caso de que se produzcan.

---

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

#### **Comentarios**

Creación de dicho dominio, revisión mensual de las solicitudes/sugerencias/quejas de los empleados con respecto a este aspecto.

#### **Objetivos**

Creación de un dominio para el Comité de Empresa donde los trabajadores puedan volcar sus quejas y sus sugerencias en relación a todos aquellos aspectos concernientes al Convenio Colectivo/Estatuto de los trabajadores, etc... Dicho dominio será gestionado por el propio Comité y se establecerán reuniones periódicas con el Dep. de RR.HH. y Relaciones Laborales para debatir aquellos aspectos puestos de manifiesto por los empleados.

---

## **Combatir y erradicar todas**

## **forma de malversación**

Estamos sometidos a constantes auditorias tanto externas como internas para evitar este aspecto, así como regirnos por el Código Etico del Grupo a nivel mundial.

---

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

#### **Observaciones Genéricas**

Tratar de hacer a través de prácticas, procesos, herramientas y reglamentos una Organización con mejores practicas acorde a los estándares de las Naciones Unidas y Derechos Humanos.

#### **Comentarios**

A parte de un curso On-line de obligado cumplimiento por todos los empleados, otra acción podría ser la de enviar una breve descripción de en que consiste así como un resumen de los puntos esenciales del tratado.

#### **Objetivos**

El Código de Conducta y Código Ético contempla la buena praxis a la hora de tratar cifras, relaciones con clientes y proveedores, y evitar cualquier forma de malversación de bienes dentro de la Organización.

### **Control Financiero - Indicador de Seguimiento**

#### **Comentarios**

Registros de dichas auditorías, levantamiento de actas y creación de un Comité de Discusión en relación a aquellas deficiencias detectadas a través de las auditorías financieras

#### **Objetivos**

Auditorías periódicas (2 por año) para revisar las cuentas de entradas y salidas de capital para cerciorarse de que toda operación se realiza con absoluta transparencia en base a los criterios establecidos tanto en un aspecto estrictamente legal como acorde con la normativa interna de la Organización.

---

## **Falta de información a los empleados**

Contamos con varias vías de comunicación para todos los empleados del Grupo: - Está Pasando!! - mailing semanal - Datos de Compañía y Audiencias - mialing semanal - Circulares de

Director General de la Organización ante eventos relevantes que afecten a la mayor partes de la Organización.

---

### **Kit formativo de bienvenida - Acción / Proyecto**

#### **Comentarios**

Actualización de contenidos, training a los formadores y organización de la logística de los cursos

#### **Objetivos**

El 100% de los empleados de toda la Organización han de ser bienvenidos con un entrenamiento de 2'5 horas hablando de temas como "Misión, Visión y Valores", Historia del Grupo, Convenio y Condiciones Laborales.

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

#### **Comentarios**

Creación de dicho Comité y establecimiento de reuniones periódicas para debatir que informaciones son susceptible de ser compartidas así como la selección de los mejores emisores y canales de información. Diseño de una plataforma general (aparte de los habituales canales de comunicación) con acceso libre para todos los empleados que funcione de herramienta de consulta para todos los aspectos particulares y todos los departamentos de la compañía (AGORA)

#### **Objetivos**

Establecimiento de un adecuado procedimiento para las comunicaciones relevantes dentro del Grupo por parte de un Comité de Comunicación de nueva creación, a sí como de una adecuada articulación de la información a comunicar por parte del Departamento de Comunicación Interna Promoción y desarrollo de AGORA

---

## **Ausencia de evaluaciones de desempeño**

Disponemos de un sistema llamado NEXO en el cual se establecen Objetivos Anuales para todos los empleados tutelados por el Manager y por RR.HH. donde aparte se evalúa el desempeño anual de dicho empleado en evaluación continua,

ayudando a corregir las desviaciones así como a alcanzar el desempeño de los objetivos tanto personales como de desarrollo de los empleados.

---

### **Plan de Carreras - Acción / Proyecto**

#### **Comentarios**

Desarrollo de la herramienta de manera interna y seguimiento del nivel de cumplimentación, así como del soporte pertinente a Managers y empleados para la consecución de los Objetivos individuales. Desarrollo del módulo de Talent Management de WorkDay

#### **Objetivos**

El 100% de los empleados han de establecer anualmente una serie de Objetivos cuantitativos y cualitativos bajo supervisión de su manager y esos objetivos han de revisarse para conocer sus posibles desviaciones en reuniones de Feedback de carácter formal semi-estructurado, a través de la aplicación NEXO Actualmente hemos cambiado el sistema de Evaluación del Desempeño por haber cambiado el software de Gestión de Personas de ORACLE a WORKDAY, usando su aplicación de Talent Management, que permite tanto la Evaluación del Desempeño como un análisis del Talento en base a potencial.

---

## **Inserción de personas con discapacidad (LISMI)**

Cumplimos con la normativa establecida trabajando de la mano con asociaciones pro inserción de gente con discapacidad en el mundo laboral, así como con otras actividades de diversa índole relacionada

---

### **Normativa Vigente - Política**

#### **Comentarios**

Colaboración con diferentes entidades como Zauama a la hora de gestión documental, cumplimos el cupo de personas con discapacidad dentro de la Organización y desarrollamos Medidas Alternativas suficientes para cubrir con lo que dicta la normativa vigente. Uno de los módulos sociales del programa de RSC PLANTA 7

## Objetivos

Cumplimiento riguroso de la Ley LISMI bien sea contratando los servicios externalizados de empresas con personal con discapacidad para trabajos como "archivo" o "gestión documental" Inserción de personas con discapacidad en el entorno laboral a través del Plan de Responsabilidad Social Corporativa Planta 7 en uno de sus módulos, donde su objetivo es precisamente ese, incorporar a dos colectivos claros: Mujeres y hombres con más de 45 años y con situación de paro de larga duración y personas con discapacidad.

## Creación de un Protocolo de Prevención del Acoso - Acción / Proyecto

### Comentarios

Consideramos sería oportuno en primer lugar enviar por mailing dicha política a todos los integrantes de la Organización, y luego establecer unas jornadas de 2 horas para exponerlo en grupos pequeños acompañado de un teamwork o taller con actividades para la mejor integración y asimilación de contenidos.

### Objetivos

Tenemos una política para la Prevención y Comunicación de Acoso, siendo entonces el objetivo dar a conocer dicha política.

---

## Identificación del empleado con la entidad

En este aspecto, pese a estar trabajando en ello, tenemos muchas deficiencias

---

## Código Ético / Conducta - Política

### Observaciones Genéricas

Tratar de hacer a través de prácticas, procesos, herramientas y reglamentos una Organización con mejores prácticas acorde a los estándares de las Naciones Unidas y Derechos Humanos.

### Comentarios

A través de un curso On-line y difusión de un documento específico.

### Objetivos

Estamos promoviendo un curso On-line para promover e inculcar la buena praxis acorde a los criterios éticos de la organización, con idea de llegar al

100% de la Organización. Publicación del Código de Conducta disponible para todos los que lo requieran dentro del "AGORA", Plataforma de Comunicación Interna.

## Política de Comunicación Interna - Política

### Comentarios

A través de una aplicación que refuerce la puesta en práctica de dichos valores premiando y ranqueando a través de una valoración por parte de los compañeros a los compañeros mismos. Lanzamiento de una nueva Plataforma que integra todos los procedimientos, contactos, enlaces, sitios de interés, políticas de todo tipo con un look&feel más amigable, y un orden mucho más práctico. AGORA.

### Objetivos

Que todos los trabajadores tengan interiorizados los valores de la Organización y los trasladen a su día a día.

## Difusión de la Política - Acción / Proyecto

### Observaciones Genéricas

### Comentarios

Mailings, conferencias y cursos voluntarios. Plataforma AGORA, a través de training y conferencias del uso de dicha plataforma.

### Objetivos

Reminder anual de la misión, visión y valores de la Organización. Actividades donde tanto la misión, como la visión y valores estén presentes tanto en lo referido a la estrategia como en su bajada a la práctica

## Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

### Comentarios

Comunicación, calendarización y gestión de la logística de estos encuentros

### Objetivos

Dos reuniones en versión Kick Off del Ex com para debatir como fidelizar al empleado buscando esa identificación. Actualmente en ExCom se reúne bajo un formato de modalidad semi-scrum quincenalmente para fijar objetivos estratégicos, asignar responsables de cada punto, y análisis de la ejecución de cada uno.

---

## Buen ambiente laboral

Contamos con una encuesta cada 18 meses (4U Survey) a nivel de Grupo que nos permite establecer unos índices de "satisfacción y compromiso" de todos los empleados de la Organización donde se baremas todo tipo de aspectos clave dentro de la Organización a través de 17 dimensiones donde se calibra desde el Liderazgo, el Performance, la Diversidad, la sensación de pertenencia, el Compañerismo, etc... para seguidamente establecer conjuntamente con el departamento de RR.HH. unos planes de acción una vez identificadas las Areas de Mejora

---

### Encuesta Clima Laboral - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Desarrollo de toda la estrategia de Comunicación de dicha encuesta y seguimiento, con reminders y acciones para promover la participación, para posteriormente desde RR.HH. extraer información relevante de los resultados, y colaborar con los managers de los equipos desde RR.HH. para desarrollar planes de acción que se seguirán a través de reuniones formales cada 6 meses.

#### Objetivos

Realización de una encuesta cada 18 meses (4U Survey) destinada a sondear el ambiente laboral dentro de la organización a través de 17 dimensiones específicas que van desde en Compromiso, el Performance, la Diversidad, el estilo de Management, etc.

### Buzón de sugerencias - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Desarrollo del dominio con las autorizaciones pertinentes de IT, y designación de una persona dentro del equipo de RR.HH. destinado a revisar dichas solicitudes, estudiarlas, y preparar reportes a debatir en Comité de Dirección.

#### Objetivos

Creación de un Dominio de correo electrónico a gestionar por RR.HH. que se de a conocer y sirva para que los empleados pongan de manifiesto aquellas preguntas y sugerencias, que de manera informal, crean que pudieran mejorar la convivencia y favorecen

un mejor ambiente laboral.

### Indicadores Clima Laboral y Comunicación Interna - Indicador de Seguimiento

#### Comentarios

Aumentar el buen Clima dentro de la Organización a través de los indicadores de Engagement, Performance Enablement y Manager Effectiveness

#### Objetivos

ENGAGEMENT: Alcanzar el 80% PERFORMANCE: Alcanzar el 70% MANAGER: Alcanzar el 70%

---

## Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

Debemos reforzar este aspecto

---

### Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Desarrollo de Políticas de Comunicación recordando/concienciando de la importancia de una adecuada gestión de residuos, consumo de agua, luz y papel y puesta al día en materia medioambiental comunitaria (noticias de interés relacionadas con cambios de ley relativas a ser respetuosos con el medio ambiente). Renovación de dichos elementos y auditoría externa/interna para la calibración y medida de los KPIs.

#### Objetivos

- Mailings periódicos informando de las Políticas, su necesidad de aceptarlas y acatarlas y de las consecuencias de la indebida gestión de lo relativo a la materia sobre la que dichas políticas versan. - Noticias relativas al impacto ambiental para una creación de conciencia en la intranet de la Organización. - Carteles en los tableros de anuncios fomentando dichos comportamientos. - Publicaciones periódicas de políticas en la web interna.

### Auditorías - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Pasando primero una auditoría interna preparatoria para la auditoría externa, y posterior auditoría externa,

con idea de obtener certificados como la ISO

### **Objetivos**

Obtención de las ISO en materia de Respeto al Medioambiente

---

## **Salud y seguridad en el lugar de trabajo**

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales

---

### **Indicadores de accidentalidad laboral - Indicador de Seguimiento**

#### **Comentarios**

En este caso, contamos con un Plan de Prevención de Riesgos Laborales que vela por la formación e información de los trabajadores en materia de posibles accidentes. No obstante, pasamos un reporte anual de las incidencias dentro de la Organización con una prima en caso de que dichos accidentes disminuyan o sean nulos.

#### **Objetivos**

Reducir al máximo los accidentes que se pueden generar en el centro de trabajo, que en caso de la actividad que desarrolla el sector son muy bajos o nulos.

---

## **Generar oportunidades para jóvenes con talento**

En este punto llevamos a cabo diversos programas que cubren estas expectativas: a) Programa de Becarios: Tenemos convenio con todas las Universidades del país para la inserción de los jóvenes talentos en el mundo laboral b) Master In Digital Business: Master de creación propia con la Universidad de Salamanca para formar a los nuevos profesionales, teniendo en cuenta que después de un periodo de un año con nosotros, algunos de ellos pasaran a trabajar con nosotros y los que no puedan incorporarse, estarán preparados para desarrollar esta actividad en otra Organización.

---

### **Política de Contratación Responsable - Política**

#### **Observaciones Genéricas**

##### **Comentarios**

Desarrollo de la Política en marcha, así como un Plan de Sucesión pendiente de revisión y aprobación por mecanismos de Organización central antes de llevar a cabo el piloto en local.

##### **Objetivos**

Creación de una Política de Promoción Interna versus Contratación Externa, potenciando el valor dentro de la Organización, así como acompañamiento tanto de carácter formativo como de desarrollo de skills en la nueva posición para aquellos que accedan al puesto en cuestión.

GRUPO DE INTERÉS

# PROVEEDORES



---

## Evaluación de proveedores

Aquí no disponemos de un sistema de evaluación suficiente o preciso para poder clarificar y poner en relevancia futuras áreas de mejora.

---

### Código Ético / Conducta - Política

#### Observaciones Genéricas

Tratar de hacer a través de prácticas, procesos, herramientas y reglamentos una Organización con mejores practicas acorde a los estándares de las Naciones Unidas y Derechos Humanos.

#### Comentarios

A través de un documento de aceptación de dichos criterios por parte de los proveedores, así como de auditorías sorpresa por parte de la Organización a dichos proveedores para cerciorarse de que se está trabajando acorde a los pactos establecidos en dicho documento. Presentación de 3 proveedores por petición para comprobar diferente criteria y seleccionar la más sostenible.

#### Objetivos

Que la Política de Buenas Praxis, Código Ético y Código de Conducta establezca unos criterios obligados de todos los proveedores que trabajen con nosotros en materia de Derechos Humanos.

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

#### Comentarios

El informe como herramienta de difusión, revisión del check list y acuerdo firmado por ambas partes para el establecimiento de dicho pacto de adhesión.

#### Objetivos

Procedimiento por el que anualmente se les hará llegar a todos los proveedores el informe anual de Pacto Mundial elaborado por la Organización, así como un check list de aquellas medidas de mayor impacto que exigimos tomen los proveedores que han de trabajar con nosotros.

### Homologación de proveedores - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

hay un compromiso por parte de HAVAS MEDIA GROUP

de comenzar a valorar criterios RSC en nuevas contrataciones, así como hacer referencia al código ético del grupo e incorporar clausulas en todas los nuevos contratos. Estamos pendientes de confirmar si utilizamos el código internacional o hacemos una adaptación en España. Adicionalmente tenemos pendiente para 2019 negociar con el resto de compradores del grupo (ej. departamentos de producción en creative) para que también empiecen a aplicar estas medidas en sus compras. Sinceramente no tengo ningún documento sobre el impacto o valoración de estas medidas. Aun no es una realidad tangible.

#### Objetivos

Tener dicho sistema de evaluación listo para Q3 del 2019

### Número de quejas y consultas de/sobre los proveedores - Indicador de Seguimiento

#### Comentarios

Creación de dicho buzón a través del Dep. de IT, diseño de encuesta estándar y de análisis de los feedback y creación de Planes de Acción acorde a los feedback de los empleados

#### Objetivos

Creación de un buzón interno para el empleado donde pueda dar constante feedback de los servicios que dan cada uno de los proveedores que atañen directamente a su área de actuación para un posterior análisis por un Comité especializado o por el Departamento de Compras. Incluir este campo en la encuesta de clima laboral.

---

## Cumplimiento de la normativa

Disponemos de Departamento Legal, tanto Nacional como Internacional para velar para que todo aquel proveedor que colabore con nosotros cumpla la normativa.

---

### Normativa Vigente - Política

#### Comentarios

Lectura de los BOEs a nivel diario para la extracción de la información relevante. Creación del Documento Resumen por parte del Departamento Legal. Creación de un dominio de correo electrónico para consultas y

Q&A a cargo del departamento legal.

### **Objetivos**

Redacción de un informe mensual resumen de los posibles cambios legislativos aparecidos en los BOEs en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Publicación de dicho informe haciéndolo disponible a través de las carpetas compartidas para consulta.

### **Formación sobre los riesgos que afectan a la entidad en materia de corrupción - Acción / Proyecto**

#### **Comentarios**

Implementación de una adecuada estrategia de Comunicación para indicar las instrucción de la cumplimentación de dicho curso. Aplicación del curso mismo (difusión y habilitación a los usuarios) Seguimiento semanal del nivel de participación. Análisis de resultados y posterior planes de acción ante dudas y líneas difusas que el reporting final haya puesto en evidencia

#### **Objetivos**

Curso On-Line enviado desde Coporativo donde, entre otros temas de relevancia, de obligado cumplimiento por el 100% de los integrantes de la Organización, se trates todos aquellos temas relacionados con la posibilidad de incidir en algún acto de corrupción.

---

## **Crear relaciones estables con los proveedores**

Tratamos de tener un comportamiento estable con los proveedores puesto que consideramos que tienen un mayor conocimiento del negocio y de nuestras necesidades como Organización, así como de nuestros servicios.

---

### **Código Ético Comercial - Política**

#### **Comentarios**

Establecimiento de la Política de rotación o concurso de proveedores. Generación de la documentación pertinente para la permanencia o no de la colaboración. Creación d eun Comité de Compras que será quien decida la colaboración, continuidad o extinción del contrato de colaboración.

#### **Objetivos**

El código Ético Comercial implicará una condición (en

caso de que todos los proveedores cumplan estrictamente con lo requerido en lo concerniente al Pacto Mundial) de duración determinada de un año, renovable. Una vez expirado ese año, así como una posible prórroga de otro año más en caso de conformidad por ambas partes, volverá a salir a concurso la cuenta para que otros proveedores, que también habrán de cumplir los requisitos exigidos para colaborar con nosotros, puedan participar en la colaboración, siendo posible si la relación es saludable entre proveedor y agencia, que otros proveedores colaboren con nosotros.

### **Formación - Acción / Proyecto**

#### **Comentarios**

Establecimiento del calendario de las Reuniones Formativas. Selección y training previo de los tutores de dentro de la Compañía que impartirán las jornadas. Gestión de logística. Elaboración de una encuesta final para medir la satisfacción de las jornadas.

#### **Objetivos**

Cursos o jornadas formativas a los proveedores a propósito de nuestros productos y servicios, con idea de establecer sinergias y abrir nuevas formas de colaboración, y fomentar el conocimiento mutuo tanto de nuestras organizaciones y proyectos. Se tratará a su vez de que los proveedores hagan lo mismo, exponiendo a los Responsables de Compras, RR.HH. y Proveedores la Historia de sus respectivas Compañías, su misión/visión/valores, hitos significativos en materia de RSE, etc...

---

## **Realizar compras a proveedores que cumplan con los Derechos Humanos**

Todos los proveedores son escogidos en base a criterios que siguen escrupulosamente un respeto por los Derechos Humanos, que son sometidos a un tribunal compuesto por el Departamento de Compras y que han de ser aprobados por el Managing Director de la Organización.

---

### **Plan RSE - Política**

## **Comentarios**

Designación del Comité que ha de abarcar un espectro amplio de trabajadores de diferentes unidades de negocio para promover la diversidad y poseer enfoques diversos dentro de la actividad de la Organización. Establecimiento de una hoja de ruta estratégica concreta específica para el tema de proveedores. Seguimiento de las decisiones acordadas en Comité y levantamiento de actas antes posibles deficiencias diagnosticadas.

## **Objetivos**

Creación de un Comité de RSE para poner en práctica diversas acciones de RSE entre las cuales se encuentra velar por que los proveedores cumplan estrictamente aquellos criterios exigidos dentro del Pacto Mundial por los Derechos Humanos, solapándose con otras acciones aquí descritas en relación a los acuerdos llegados previamente con los proveedores

## **Política de Compras - Política**

### **Comentarios**

Nueva redacción de Política Visado por parte del Managing Director Estrategia de Comunicación Interna para consideración de todos aquellos que puedan llegar a verse afectados por esta medida a la hora de negociar con proveedores.

### **Objetivos**

Integrar en la Política de Compras una cláusula que prohíba a la Organización, así como a cualquier colaborador dentro de la Compañía, realizar cualquier gestión con proveedores que puedan ser susceptibles de atentar contra los Derechos Humanos,

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

### **Comentarios**

Elaboración del Informe Anual Creación del reporte para la Evaluación. Análisis de la información recibida, Definición de conclusiones, análisis de desviaciones y medidas correctivas. Calendarización de una reunión general anual para hacer exposición de dichos resultados y analizar posibles planes de acción

### **Objetivos**

Basándonos en una relación de confianza de larga duración, envío anualmente de un informe en el que se recojan los principales decretos del Pacto Mundial en relación a los Derechos Humanos y un cuestionario a

rellenar por los proveedores y creado por el Comité de Control de Proveedores que certifique por escrito que cumplen todos los requisitos necesarios para colaborar con nosotros, so penalizaciones aclaradas en un sumario citado anteriormente en otro de los puntos del informe

---

## **Contratar a proveedores de servicios que cumplan los Derechos Humanos**

Todos los proveedores son escogidos en base a criterios que siguen escrupulosamente un respeto por los Derechos Humanos, que son sometidos a un tribunal compuesto por el Departamento de Compras y Departamento Legaly que han de ser aprobados por el Managing Director de la Organización.

---

## **Código Ético Comercial - Política**

### **Comentarios**

Adaptación del Documento al mercado Español Redacción de las clausulas relativas a la vigilancia en servicio de los Derechos Humanos Auditorías sorpresa a proveedores para garantizar el mantenimiento del Pacto

### **Objetivos**

Incorporación a los acuerdos de colaboración que se cierran con proveedores el Código Ético Comercial establecido por el Grupo Havas como procedimientos a firmar de común acuerdo por ambos colaboradores (Agencia y Proveedores). En aquellos casos en los que ya se hayan firmado acuerdos y se esté colaborando, presentarlo como documento adicional para la continuidad de la relación comercial. Solventar aquellos casos susceptibles de ser sospechosos de auditoría sorpresa interna para verificar el cumplimiento de las clausulas.

## **Crear Sistema de Clasificación Proveedores - Acción / Proyecto**

### **Comentarios**

Elaboración del sumario-documento en si. Investigación en la web así como en otros medios

(recomendaciones, estudios publicados, antecedentes de colaboración en el sector). Ponderación en Comité de las posibles deficiencias de dichos proveedores, áreas de mejora, evaluación, fortalezas.

#### **Objetivos**

Elaboración de un sumario-diccionario de proveedores siendo evaluados con respecto a los esenciales Derechos Humanos en escala de 0 a 10, basándonos en diversas publicaciones o contenido digital aparecido en diversos medios, siendo de obligada comprobación antes de establecer cualquier relación comercial con ninguno de ellos.

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

##### **Comentarios**

Establecimiento de agenda. Comunicaciones previas del evento. Preparación del Kick Off Mesa de debate para clarificar dudas y aceptar sugerencias así como resolver las dudas que surjan con respecto a este punto.

##### **Objetivos**

Difusión de todo el sistema de evaluación, categorización y procesos presentes en la evaluación

de proveedores entre los mismos a través de jornadas anuales. En dicha reunión se les explicará el Pacto Mundial, se les recordarán los compromisos y se reforzará el vínculo, se explicará el sistema de penalizaciones y se sellará el compromiso de respeto y colaboración mutua.

#### **Nº de denuncias recibidas y resueltas - Indicador de Seguimiento**

##### **Comentarios**

Creación de un Comité de Revisión de denuncias y responsable de comunicarlas a estamentos superiores (gubernamentales y/o no gubernamentales). Diseño de un sistema de ponderación de la gravedad de las faltas y sus correspondientes penalizaciones. Creación de los Planes de Acción o medidas correctivas en caso de violación de los acuerdos.

##### **Objetivos**

Creación de un buzón de correo electrónico dado a conocer a través de mailing o en la intranet para que todos los trabajadores, colaboradores, empleados, proveedores, soportes, medios, otras agencias, etc, puedan denunciar en caso de apreciar cualquier indicio susceptible de evidenciar no se están respetando los principales Derechos Humanos

GRUPO DE INTERÉS  
**COMUNIDAD**



---

## Alianzas entre asociaciones y empresas

Acciones que desarrollamos con otras entidades con visión de colaboración para la creación de un mundo mejor.

---

### Colaboración mutua - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Colaboramos de la siguiente manera: 1. A.C Tus castillos en el aire es el proyecto que Marcos puso en marcha hace unos meses. Bajo el concepto “Somos una piña gigante”, organizan programas que van desde la educación en valores para los más pequeños a proyectos de acción social como recogidas de productos de higiene de primera necesidad (cepillos de dientes y maquinillas de afeitarse) para personas sin hogar. 2. ABD Asociación Bienestar y Desarrollo es una entidad creada en los años ochenta para atender y dar soluciones a colectivos en situación de fragilidad social. Atienden a múltiples colectivos desde personas migrantes, jóvenes, familias monoparentales o en riesgo de exclusión social, personas con enfermedad mental, enfermos de VIH y Sida o personas mayores. También cuentan con programas innovadores como Energy Control o el programa Preinfant, una web de acompañamiento a la maternidad en situaciones de fragilidad social. 3. Acción Natura es una entidad medioambiental centrada en proyectos de recuperación y conservación de la biodiversidad. Sus principales proyectos se centran en la sensibilización (Agentes por el clima o agentes por la biodiversidad), exposiciones itinerantes sobre cambio climático, compensación de emisiones CO2, apoyo al ecoturismo (sigue la pista del oso, bosques terapéuticos) o Compensa natura, una iniciativa que consiste en la compra de derechos de tala para asegurar la conservación de nuestros bosques. 4. Acción Senegal es una entidad formada al 100% por voluntarios. Surgió de las inquietudes de Anna y Albert quienes en un viaje a Senegal descubrieron una zona remota del país donde ni siquiera llegaba la cooperación internacional. Desde 2009 han conseguido crear y dar sostenibilidad económica y material a un dispensario en Tomborokoto, un vehículo de transporte, la remodelación de una casa de maternidad, la

rehabilitación de la escuela de primaria de Dialacoto, electrificación del dispensario, ordenadores, 2 ambulancias medicalizadas, mesas y sillas para el parvulario, material hospitalario, ecógrafo, construcción de una casa de primeros auxilios en Sare Boubou, aula para la escuela de Kabateguinda, así como pupitres y material escolar, la construcción de una casa para niños malnutridos así como su tratamiento anual. Más de 1.300 kilos de ropa, 1.400 kilos de medicamentos, 8.000 libretas y 6.000 bolígrafos, 20.000 kilos de arroz y 7.050 pastillas de jabón. 5. Active Africa nació con el objetivo de atender a la población infantil más pobre de Malawi y Kenia. Pero desde su creación en 2004, han ido evolucionando según las necesidades de las zonas que atendían. Construyendo centros para la formación de la mujer, becas para estudios superiores y formación profesional, dos centros sanitarios (uno de ellos especializado en enfermos de VIH/Sida). 6. AEFAT es la Asociación Española de Familiares de Ataxia Telegiectasia. Una enfermedad catalogada como rara por el reducido número de afectados. Esto provoca una falta de apoyo por parte de las instituciones públicas y son los propios familiares quienes tienen que buscar recursos para la atención de las personas afectadas. Nuestra contribución se basó en iniciar la recogida de tapones solidarios hasta que la organización decidió abandonar la recogida por problemas logísticos. En el mundo al revés, hemos continuado con la recogida de tapones de la mano de Fundación Seur. 7. AIS Ayuda a la Infancia Sin recursos es una organización centrada en atender a personas con discapacidad y a sus familias a través de la promoción del voluntariado, del ocio inclusivo y de las salidas de respiro familiar. Son pioneros en el desarrollo de proyectos de inclusión. Como Yo cocino tú pintas, un libro de recetas de cocina de personajes famosos con ilustraciones realizadas por personas con discapacidad. El primer libro de la colección vendió más de 30.000 ejemplares y sirvió para financiar la construcción de la residencia de la Fundación Estimia y las salidas de respiro familiar que organiza AIS. Y ya tienes a la venta el segundo libro de la colección. Otro de los proyectos de la entidad es Aisband, un original grupo con personas con capacidades diferentes. Mira los vídeos no te dejarán indiferente. 8. Amics de la gent gran lucha contra el aislamiento de las personas mayores a través de voluntarios y actividades de entretenimiento para que muchos mayores no se sientan solos. Actúan en Barcelona, Badalona,

Cambrils, Santa Coloma de Gramenet y Vilanova i la Geltrú. Destacamos el proyecto Rosas contra el olvido y un proyecto muy especial que creamos de manera conjunta: la bufanda de la iaia. 9. APSOCECAT son las siglas de la Asociación Catalana pro-personas con sordoceguera. Se fundó en 1999 por padres con hijos con sordoceguera congénita. Se ha convertido en referencia para la atención a este colectivo. Ya que la administración no reconoce esta discapacidad (que no consiste en la suma de ceguera y sordera) porque se necesita un ratio de atención que la administración no quiere asumir: 1 usuario, 1 mediador. La única manera que tienen estas personas para relacionarse con el mundo es la figura del mediador con quien se comunican, en los casos en que no existe una falta de interacción total con el mundo, a través de la lengua de signos apoyada. Es una entidad donde los voluntarios son muy pero que muy bien recibidos. 10. La Asociación Pablo Ugarte, también conocida como APU; fue promovida por los padres de Pablo, quien murió de un cáncer infantil con tan solo 10 años. Sus padres decidieron crear una asociación cuyo misión es la investigación del cáncer infantil. En 5 años han conseguido el apoyo de más de 1700 socios y los 14.000 € mensuales que consiguen recaudar (el 100% de los fondos obtenidos se destinan exclusivamente a la investigación del cáncer infantil) son destinados a financiar 12 unidades de investigación. “Con este dinero, al que sumamos lo recaudado en los diferentes eventos o donaciones de diferentes empresas apoyamos actualmente a doce proyectos de investigación con más de 24.000 euros mensuales entre los doce estudios. Estos proyectos se dedican a estudiar todo tipo de tumores, entre ellos el Sarcoma de Ewing, la leucemia, el neuroblastoma, los tumores embrionarios, la armonización de tratamientos y protocolos en España, para que todos los niños reciban el mismo tratamiento y tengan acceso a los últimos avances sean de donde sean, la utilización de virus oncolíticos frente a tumores de difícil solución, los Tumores cerebrales infantiles, etc.” (fuente) Nuestro logo, una aceituna y una almendra, las dos cosas que Pablete pedía para quitarse el sabor de la medicación, junto a unas hojas de olivo, dan forma a un ángel, a un niño contento, a un niño llegando a la meta, a muchas interpretaciones. Los socios y seguidores lo llevan orgullosos allá por donde van y nos envían fotos desde cualquier parte del mundo con su camiseta o sudadera.” 11. Los bancos de alimentos son una de las organizaciones que ha adquirido mayor

relevancia a raíz de la crisis económica de nuestro país. Su objetivo es proveer de alimentos básicos no perecederos a entidades que atienden a personas en riesgo de exclusión. Los alimentos proceden del excedente de producción de grandes empresas alimentarias del país pero también a las donaciones en especie de muchos particulares. Sobre todo, con acciones como La gran recogida. Nuestra relación con ellos se inició con la primera recogida de alimentos que organizamos en nuestras oficinas. Con los aprendizajes que nos aportó la campaña, al año siguiente confeccionamos una campaña mucho más creativa y motivadora: Hoy invito yo. Un año más tarde, junto a Fundación Hazlo Posible y la Fesbal (Federación de Bancos de alimentos), desarrollamos una plataforma on-line con un manual de instrucciones y materiales de comunicación para que cualquier empresa o particular pudiera desarrollar su propia recogida de alimentos. 12. Banco de solidaridad a través de una compañera de la oficina de Perón que, junto con unos amigos, fundó esta asociación de ayuda alimentaria para familias afectadas por la crisis en Madrid. A través de la iniciativa “mi regalo para ti”, ofrecemos la posibilidad de donar las cestas de navidad a esta entidad. También hemos pensado en ellos en nuestro árbol solidario. 13. CESAL. Aunque la crisis haya acrecentado las diferencias entre los proyectos sociales – encuestas señalan que los españoles prefieren donar a causas cercanas -, la cooperación internacional nunca puede dejarse en segundo término y mucho menos, olvidarse. Por ello, una de las primeras organizaciones de cooperación internacional con las que colaboramos es Cesal. Aún recuerdo cómo lo definió la madrina que nos presentó a esta entidad: “Cesal son los que se quedan en los países castigados cuando las grandes catástrofes naturales ya no ocupan espacio en los telediarios”. Están presentes en numerosos países y sus proyectos abarcan desde el desarrollo de comunidades locales, ayuda de emergencia frente a catástrofes, atención al inmigrante en España y sensibilización. 14. Civiclub es un club que premia las actitudes positivas relacionadas con la sostenibilidad, los hábitos saludables y la solidaridad. A través de vincularse con organismos sociales y entidades públicas, han conseguido que acciones como ir a reciclar al punto verde o donar tu tiempo como voluntario tengan premio. Sí, y no se trata del premio de sentirte bien contigo mismo. Civiclub te premia con entradas al zoo, al cine o descuentos en tiendas muy

molonas. Detrás de esta empresa de innovación social se encuentra Toni Tió. A quien conocimos cuando el proyecto solo era un germen de idea. 15. Down España es la federación española que agrupa a diversas entidades locales y autonómicas de atención a familias y personas con síndrome de Down. Gracias a su participación en el proyecto Los peces no se mojan, conseguimos llegar a 500 colegios inclusivos de toda España. Además de desarrollar el manual de actividades complementarias al corto de animación. 16. Educo es la entidad resultante de la fusión de Educación Sin Fronteras e Intervida. Trabajan a favor de la infancia desde el enfoque de la atención social pero también a nivel de defensa de sus derechos. Su proyecto de becas comedor para niños en España ha sido el proyecto seleccionado para inaugurar nuestra campaña de “Desayunos solidarios”. 17. El Chinguirito de Dios También conocido como Can Salaam es un comedor social que se encuentra en el barrio del Raval de Barcelona. Atiende diariamente a más de 200 personas que viven en situación de indigencia. Está coordinado por Wolfgang, un alemán que vivió durante muchos años en las calles de una ciudad india. Wolfgang está acompañado de otros voluntarios que también han vivido en la calle y que a través del chiringuito vuelven a integrarse en la sociedad. 18. ExE ofrece a graduados universitarios un programa de formación en liderazgo a través de 2 años en centros escolares de entornos vulnerables. Su objetivo es que los participantes contribuyan al desarrollo de los estudiantes en aspectos académicos pero también de aspiraciones, mentalidades o acceso a oportunidades. 19. FEAPS Madrid es una federación que agrupa a 96 entidades y 300 centros de atención a personas con discapacidad intelectual en la comunidad de Madrid. Uno de los mayores esfuerzos que realizan es la concienciación sobre normalización de las personas con discapacidad y su integración laboral. Su mayor logro, que las personas a las que atiendan tengan la mayor autonomía posible. Con ellos colaboramos como asesores en sus campañas de comunicación. FESOCE son las siglas de la Federació Española de Sordoceguera. La sordoceguera es una discapacidad única con características y necesidades propias que consiste en la pérdida conjunta de capacidad visual y auditiva. Se trata de una condición específica y no de la suma de sordera y ceguera. Tampoco de trata de una enfermedad, aunque muchas enfermedades y/o síndromes pueden ser causa. Se puede tener sordoceguera con algún resto visual, auditivo o de

ambos sentidos. De aquí que también sea aceptada la denominación de “pérdida sensorial dual”, en referencia a la pérdida combinada de los dos sentidos principales. El impacto de la sordoceguera en la calidad de vida de una persona es muy elevado. La vista y el oído son los sentidos de referencia y ambos tienen un papel preponderante en la percepción del entorno y en el aprendizaje. El efecto de la disminución conjunta multiplica el grado de dependencia. Con motivo de la semana de concienciación sobre la sordoceguera se han realizado estimaciones que calculan que unas 200.000 personas en nuestro país sufren sordoceguera. 20. La FCSD trabaja para ayudar a las personas con síndrome de Down y sus familias en apoyo terapéutico, inclusión sociolaboral y capacitación personal. Su objetivo final es dotar a cada persona de la mayor autonomía que sea posible. Fue una de las primeras entidades con las que empezamos a trabajar en el mundo al revés. Desarrollamos un proyecto, que no salió a la luz por falta de recursos, que consistía en mezclar voluntariado, personas con síndrome de Down y servicios sociales de los ayuntamientos. Nuestro objetivo era integrar a las personas con síndrome de down en servicios sociales para que a través del voluntariado, o de un empleo remunerado, pudieran ayudar a terceras personas. La siguiente colaboración con ellos fue el relanzamiento de un disco cuyas letras han sido escritas por personas con síndrome de Down, Realidades paralelas 21. La Fundació Hospitalitat atiende a personas con discapacidad intelectual en Barcelona. Los conocimos a través de Lourdes Arqués, de AIS Ayuda a la Infancia Sin recursos. Y durante dos años hemos sido los fotógrafos de su fiesta anual. 22. La Fundació Pare Manel está ubicada en uno de los barrios más deprimidos de Barcelona, Nou Barris. Atienden a niños en riesgo de exclusión social y está capitaneada por un cura de los de quitarse el sombrero, Manel Pousa. Una persona tan dedicada al altruismo que la última vez que contactamos con ellos por si tenían alguna necesidad en que les pudiéramos ayudar, nos pidió que como a su entidad ya la habíamos ayudado en otras ocasiones, acudiéramos al Chiringuito de Dios, que necesitaban más nuestra ayuda. ¿Quién dice que en el tercer sector también hay competencia? La Fundació Pare Manel fue una de las entidades beneficiarias de nuestro proyecto de árboles solidarios. 23. La fundació Pasqual Maragall trabaja activamente en la investigación de una de las enfermedades que más nos afectan en estos tiempos:

el alzheimer. Colaboramos con ellos en el asesoramiento sobre el funcionamiento del sector de los medios de comunicación y otras necesidades de comunicación. 24. Fundació Ared, recibe formación ocupacional en material de confección industrial, cocina, panadería y bollería, geriatría o ayuda a domicilio. Después inician un periodo de formación práctica en la propia empresa de inserción de la entidad, Salta. El objetivo final es volver a introducir en el mercado laboral al mayor número de personas. Detrás de grandes entidades, siempre hay grandes personas. Y esta fundación cuenta con un referente, M<sup>a</sup> Teresa Rodríguez García, al que si tienes la oportunidad de conocer, seguro que la defines como una persona extraordinaria. 25. La Fundación Cadete se dedica a ayudar a las familias de niños con necesidades especiales y que además cuentan con pocos recursos para atenderles en su enfermedad. A través de becas consiguen apoyar a estos niños con ayudas ortopédicas o sesiones de fisioterapia o logopedia. Los conocimos a través de un voluntario de Arena Madrid, Jaime. Quien los propuso como entidad beneficiaria de la campaña de navidad 2012 de nuestras oficinas. 26. Conocimos a la Fundación Cesare Scariolo de la mano de uno de nuestros voluntarios en Proximia, Fran Ares. Esta fundación se dedica a ayudar a niños con cáncer infantil y a sus familias en Málaga y alrededores. La fundación tiene este nombre en homenaje al padre de Sergio Scariolo, seleccionador nacional de baloncesto, que murió de cáncer. Desarrollamos con ellos una acción que les permitió conseguir un coche de Kia para facilitar los desplazamientos al hospital de los niños enfermos. 27. Fundació Formació i Treball quienes nos han ayudado a ayudar a otras entidades. FiT (Formació i Treball) es una reconocida entidad de Catalunya. Muchos la conocerán por su proyecto Roba amiga, unos contenedores naranjas para la reutilización de ropa usada. Aquella ropa que está en buen estado es destinada a las tiendas de Roba amiga donde se pueden adquirir a precios muy bajos que sirven para financiar el proyecto de la entidad. Su principal misión es formar e insertar en el mercado laboral a personas en riesgo de exclusión social. Hemos colaborado con ellos en su programa de Entrega Social dirigido a entidades que atienden a personas con riesgo de exclusión social. Gracias a este proyecto hemos podido ayudar a las personas sin hogar que atiende El chiringuito de Dios, un comedor social del Raval. 28. La Fundación Foto Colectania está ubicada en Barcelona

y en sus diez años de existencia ha conseguido convertirse en uno de los centros de fotografía más importantes del país. Cuentan con el apoyo de Havas Media desde sus inicios lo que nos permite que las oficinas de Can Rabia y Doctor Fleming cuenten trimestralmente con fotografías de la colección de Foto Colectania. En estos años han pasado por nuestras paredes fotografías de Joan Colom, Xavier Miserachs o Paco Gómez. Desde El mundo al revés les damos apoyo y asesoramiento en temas de patrocinio y vinculación con empresas. 29. Fundación Khanimambo, con la colaboración de la agencia de publicidad Evil Love, han sido ejemplo de campañas innovadoras y capaces de darle la vuelta a la captación de recursos de la entidad. Khanimambo significa gracias en shangana, una lengua que se habla en el sur de Mozambique. La fundación se dedica a atender a niños en Praia Xai-Xai. Han creado una escolinha y centenares de niños han sido apadrinados gracias a las campañas tan notorias y positivistas que han creado. El mundo al revés colaboró con la campaña “Déjate ayudar” 30. La Fundación Llamada solidaria tiene una función muy especial ya que conjuga en su misión dos valores tan importantes como el factor medioambiental y la financiación para la investigación de enfermedades minoritarias, también llamadas enfermedades raras. Conocimos esta fundación a través de AEPMI, la Asociación de Enfermos de Patologías Mitocondriales, quienes nos propusieron organizar una recogida de móviles viejos en nuestras oficinas. Esta iniciativa llevaba por título “Móviles que salvan vidas”. 31. La Fundación Lo que de verdad importa fue creada en 2007 para promover el desarrollo y la difusión de los valores humanos, éticos y morales universales a través de conferencias lideradas por personas con una fuerte trayectoria vital y que puedan servir como ejemplo motivacional para muchos jóvenes. Estas conferencias o congresos se desarrollan en numerosas ciudades españolas (Madrid, Zaragoza, Palma de Mallorca, Barcelona, A Coruña, Bilbao, Sevilla y Valencia) y desde hace 2 años, también en México y Ecuador. Las conocimos en 2010 y les ayudamos a desarrollar su identidad corporativa. Por ejemplo, su logo. Un trabajo altruista de nuestro colaborador Pep Marín. A esto siguieron ideas de fundraising como la creación del libro de “Lo que de verdad importa” o el evento corporativo “La noche de los gatos”. También hemos colaborado con “Además proyectos solidarios”, la empresa integrada por algunos miembros de la fundación especializada en

comunicación de proyectos sociales. 32. La Fundación Lucha contra el Sida está especializada en la investigación del VIH y según nos cuenta, el Dr. Clotet, director de la entidad, son uno de los laboratorios que están más cerca de encontrar la vacuna contra una enfermedad que sigue causando estragos en todo el mundo. Para ellos, conseguimos juntar en una misma agencia a directores creativos de las principales agencias de Barcelona. Perfiles que en su día a día podían considerarse competencia pero que en torno a una causa social, todo quedaba en compañerismo. Todo ese talento junto dió con una idea brillante: Besos que curan el sida, tú te besas, la marca paga. Conseguimos vincular a una gran cadena de televisión pero finalmente FLS consideró que era un proyecto demasiado ambicioso y todo quedó en agua de borrajas. 33. Fundación Madrina surgió en el año 2000 y atiende, a través de su “Proyecto Madre”, a madres y embarazadas en dificultad y sin recursos, brindando apoyo y compañía, mediante madrinas, hogares madrina, hogares guardería y trabajo, para que puedan vivir autónomamente con sus bebés. La Fundación genera la red social que le falta a la embarazada o madre, tanto con apoyo de profesionales como de voluntariado. Igualmente, posee un servicio de atención legal y psico-social para apoyar en los problemas laborales o de empleo por causa de la maternidad. Otro de sus proyectos más importantes es el Banco materno-infantil. Un Banco del bebé donde cubrir las necesidades de higiene y alimentación de bebés menores de 3 años de madres en riesgo de exclusión social. También sirve como herramienta educativa y de seguimiento de las madres que atiende la fundación. 34. La Fundación Princesa de Girona tiene por misión ayudar a los jóvenes a través de la emprendeduría, el apoyo escolar o el desarrollo del talento y la empleabilidad. Colaboramos con ellos en el proyecto “Apadrinando el talento”, que consiste en sesiones de mentoring de nuestros empleados para jóvenes que están acabando sus estudios. Algunas de las personas que colaboran en este proyecto son Marta Coll, Bhavna Karani o Irene García. Fundación Theodora atiende, a través de los Doctores Sonrisa, a niños hospitalizados o utilizando sus propias palabras, a pequeños im-pacientes. Desde que conocimos a esta fundación en 2010, el flechazo fue instantáneo. Tuvimos el privilegio de acompañar a la Dra. Muela Rota en el hospital Vall d’Hebron de Barcelona y vimos la reacción que provoca su trabajo tanto en niños como en familiares y acompañantes.

Empezamos nuestra colaboración con una propuesta de fundraising para empresas pero también nos ayudaron con uno de nuestros proyectos más especiales “Sonrisas para los mayores” 35. Iniciativa ALIHA. En el verano de 2010 un grupo de amigas viajaron a los andes peruanos para colaborar como voluntarias con un orfanato de niñas en Abancay. Allí se encontraron con 50 niñas que disponían sólo de 10 minutos de agua corriente al día y sin acceso a cepillos de dientes, ropa interior o cualquier producto higiénico para su cuidado personal. Tras su retorno, se pusieron en contacto con El mundo al revés y nos propusieron organizar una recogida de productos higiénicos en nuestras oficinas. 36. Invest for children (I4C) es una fundación internacional sin ánimo de lucro que trabaja para conseguir una vida mejor para las personas con discapacidad intelectual. Éstas son algunas de las acciones que realizan: Sensibilizamos a la sociedad, “lanzando” mensajes de integración mediante la realización de libros, DVD y publicaciones en prensa. Ayudamos a las fundaciones a conseguir recursos recurrentes y a alcanzar notoriedad. Apoyamos proyectos de inserción socio-laboral. Conectamos empresas y fundaciones para promover la integración. Empujamos a todos para que la educación y la formación sean lo más importante para construir un futuro digno. Animamos a que las personas con discapacidad intelectual aprendan, disfruten y se beneficien de la práctica del deporte. Animamos a que las personas con discapacidad intelectual aprendan, disfruten y se beneficien de la práctica del deporte. 37. La casa de Pepe y Alvaro. Pepe y su hermano Álvaro nacieron con una enfermedad genética catalogada como rara. Su futuro era una silla de ruedas y un sistema de comunicación alternativo. Su madre Marta no se resignó y ahora quiere ayudar a otros padres. 38. La Fundación Nantik Lum nació en el 2003 con el objetivo de ayudar al desarrollo de comunidades indígenas a través de la fórmula de los microcréditos. Los microcréditos son “pequeños préstamos que se conceden a las personas con un reducido nivel de recursos económicos, es decir, a aquellas que carecen de las garantías suficientes para acceder al sistema bancario tradicional, pero que tienen capacidad emprendedora, por lo que también se les denomina “pobres emprendedores”. Los recursos económicos así obtenidos por los beneficiarios han de destinarse a la puesta en marcha de pequeñas empresas, generándose, por tanto, autoempleo.” 39. Plan España

es una organización que depende de la filial Plan internacional centrada en ayudar a niñas y niños de todo el mundo a través de sus 9.000 proyectos en activo. El objetivo de la ONG es conseguir mejoras duraderas en la calidad de vida de los niños y niñas más necesitados de países en vía de desarrollo, a través de un proceso que una a las personas de todas las culturas, y les otorgue propósitos y valores a sus vidas: Permitiendo a las niñas y niños necesitados, a sus familias y a sus comunidades satisfacer sus necesidades básicas y aumentar sus capacidades para participar y beneficiarse de la sociedad en donde viven. Construyendo relaciones para aumentar la comprensión y la unidad entre personas de culturas y países diferente. Promocionando los derechos e intereses de los niños y niñas del mundo. 40. Projecte Home Balears fue una de las primeras entidades con las que empezamos a colaborar con el mundo al revés. A través de la figura de Tomeu Català, Projecte Home Balears se ha convertido en un método de lucha contra las adicciones con una tasa de recuperación que supera el 90% de los casos tratados. Y a Mallorca que se fueron una batería de 30 ideas para ayudar a recaudar fondos para la entidad. Estas son las palabras de agradecimiento de Tomeu Català. De las que destacamos éstas : “Vale la pena seguir siendo voluntario. En un mundo tan absurdo, a veces, tan loco, merece la pena hacer un mundo al revés”. 41. Recibaix es una empresa de inserción que a través de la sensibilización mediambiental desarrollan un proyecto de gestión de residuos con personas en riesgo de exclusión social. Lo realizan mediante la combinación teórico-práctica, social, personal y laboral de manera que se posibilite la adquisición de hábitos y conocimientos con los que acceder a un lugar de trabajo normalizado. Trabajan en Cornellá de Llobregat y otras zonas del Baix Llobregat. Los conocimos cuando vinieron a proponernos una recogida de ropa usada en nuestras oficinas. Aun no hemos podido realizarla pero nuestros amigos de

Fundación IMO, ya lo han hecho y nos recomiendan la acción. Esperamos poder hacerla con el próximo cambio de armario. 42. Fundación Transforma España nos propusieron entrar a formar parte de un proyecto que quería hacer llegar a los escolares españoles aptitudes y conocimientos como programación, creatividad, oratoria, resiliencia o domótica, materias no recogidas en ningún plan académico estatal, no pudimos decir que no. Estamos colaborando con ellos para que el proyecto vea la luz lo antes posible. Os informaremos en cuanto el lanzamiento sea oficial. 43. VOCES es una organización que lucha contra la pobreza con la fuerza transformadora del arte y la cultura. Así se define esta organización cuyo foco de acción esta a caballo de los proyectos nacionales y la cooperación internacional. En España desarrollan talleres de formación artística en barrios marginales de Madrid y a nivel internacional, gestionan el conservatorio de artes de Bamako (Mali) y aldeas culturales en Haití.

### **Objetivos**

Desarrollando la actividad y colaboración del Grupo con el entorno a través de "Un Mundo al Revés". “El mundo al revés” es una iniciativa de los empleados del Grupo Havas. Un grupo de comunicación formado por empresas de medios, MPG, ARENA, HAVAS SPORTS – ENTERTAINMENT, PROXIMIA Y FORWARD. Todas dentro del grupo HAVAS MEDIA GROUP Es una iniciativa voluntaria en la que pueden participar todos los empleados que lo deseen, con la única condición de hacerlo siempre fuera del horario laboral. Es por esta razón que “El mundo al revés” cuenta entre sus voluntarios con creativos, planificadores, estrategas, gestores, programadores, administrativos, recepcionistas, altos ejecutivos, presidentes, etc. Todos somos voluntarios que aportamos desinteresadamente talento, tiempo, e ilusión para hacer de este mundo un lugar mejor para vivir.

GRUPO DE INTERÉS

# MEDIO AMBIENTE



---

## Conocimiento del impacto ambiental de la entidad

No se ha formado a los empleados en el impacto real que la actividad puede estar ocasionando al medioambiente.

---

### Formación - Acción / Proyecto

#### Comentarios

A través de formaciones online, carteles en cocinas y salas de impresión, paneles de diagrama de flujo de reciclaje de papel, colocación en cocinas de distintos receptores de residuos para facilitar el reciclaje. Implementación de políticas para la reducción de papel, consumo de energía eléctrica, etc...

#### Objetivos

Llegar al 100% de los empleados en referencia a como gestionar los residuos (toner, residuos derivados de la actividad diaria), así como promover el reciclaje (cocinas, papel) una política de gestión de ahorro de papel (dispositivos de impresión), etc... Auditorias anuales para análisis de los KPIs en materia medioambiental.

---

## Cálculo y compensación de los residuos en CO2

Desde 2009, Havas Media España mide su huella de carbono relacionada con sus operaciones internas. En 2013, emitimos 5000 toneladas de CO2 al año, 4.9 por persona (-18% vs 2011; -32% vs 2009). Desde 2012 se ha conseguido disminuir un 10% las emisiones de CO2 a nivel grupo. La gran mayoría de nuestro impacto sigue estando claramente relacionado con los viajes profesionales hechos por nuestros equipos. En consecuencia, hemos establecido una serie de acciones para bajar el número de viajes o cambiar los transportes: - Campañas de comunicación digital para sensibilizar a los empleados del impacto de los transportes, - Promoción de las teleconferencias entre oficinas - Implantación de un sistema de videoconferencia de alta calidad

entre las agencias españolas y con las ciudades más importantes del grupo (Londres, Paris, México, etc.), - Sensibilización para viajar por tren entre Madrid y Barcelona en lugar del avión, - Una política de coche de empresas para fomentar el alquiler de coches con bajo consumo. En cuanto al consumo de energía, además de una campaña de sensibilización, compramos productos con bajo consumo (bombillas, ordenadores e impresoras con la etiqueta "EnergyStar", etc.)

---

### Estrategia Climática - Acción / Proyecto

#### Comentarios

Desde 2009, Havas Media España mide su huella de carbono relacionada con sus operaciones internas. En 2013, emitimos 5000 toneladas de CO2 al año, 4.9 por persona (-18% vs 2011; -32% vs 2009). Desde 2012 se ha conseguido disminuir un 10% las emisiones de CO2 a nivel grupo. La gran mayoría de nuestro impacto sigue estando claramente relacionado con los viajes profesionales hechos por nuestros equipos. En consecuencia, hemos establecido una serie de acciones para bajar el número de viajes o cambiar los transportes: - Campañas de comunicación digital para sensibilizar a los empleados del impacto de los transportes, - Promoción de las teleconferencias entre oficinas - Implantación de un sistema de videoconferencia de alta calidad entre las agencias españolas y con las ciudades más importantes del grupo (Londres, Paris, México, etc.), - Sensibilización para viajar por tren entre Madrid y Barcelona en lugar del avión, - Una política de coche de empresas para fomentar el alquiler de coches con bajo consumo. En cuanto al consumo de energía, además de una campaña de sensibilización, compramos productos con bajo consumo (bombillas, ordenadores e impresoras con la etiqueta "EnergyStar", etc.)

#### Objetivos

Control de las emisiones de CO2 por parte de la Compañía, reduciéndolo al mínimo y colaborando a modo de donaciones con empresas comprometidas con el medio ambiente.

### Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de seguimiento

#### Comentarios

Comunicación de dicha Política, difusión a través de los medios a nuestro alcance para hacer partícipes a todos los trabajadores con la idea de crear conciencia de la necesidad de vigilar aspectos ambientales de relevancia.

#### **Objetivos**

Diseño de un Plan de Sostenibilidad (adjunto) para su mantenimiento y seguimiento. en aquellos aspectos susceptibles de mejora acorde con la legislación vigente en materia de impacto ambiental

[Descargar documento adjunto](#)

---

## **Optimizar el uso de papel en la entidad**

Todo el papel utilizado en nuestras agencias esta reciclado en colaboración con la empresa “Ecològic”. Todas las impresoras de nuestras agencias están programadas para controlar el uso de cada usuario interno. El objetivo es de concienciar a nuestros equipos de imprimir menos, práctica que desde este año va a estar controlado individualmente. Con el cambio de nuestras oficinas a la sede CALLE ELOY GONZALO, 10.28010. MADRID, la concienciación ha sido mayor, digitalizando todos la documentación

acumulada y ayudando a que esta digitalización sea más sencilla debido al avance tecnológico en dicho edificio. De todas maneras, el uso de papel reciclado en todas nuestras oficinas españolas tiene un 50% del papel utilizado que es reciclado.

---

### **Política de Reciclaje - Política**

#### **Comentarios**

Todo el papel utilizado en nuestras agencias esta reciclado en colaboración con la empresa “Ecològic”. Todas las impresoras de nuestras agencias están programadas para controlar el uso de cada usuario interno. El objetivo es de concienciar a nuestros equipos de imprimir menos, práctica que desde este año va a estar controlado individualmente. Con el cambio de nuestras oficinas a la sede CALLE ELOY GONZALO, 10.28010. MADRID, la concienciación ha sido mayor, digitalizando todos la documentación acumulada y ayudando a que esta digitalización sea más sencilla debido al avance tecnológico en dicho edificio. De todas maneras, el uso de papel reciclado en todas nuestras oficinas españolas tiene un 50% del papel utilizado que es reciclado.

#### **Objetivos**

Uso de al menos el 80% del papel con papel reciclado y reciclar el 100% del papel desechado en el uso diario de la Compañía.



# ANEXO CORRELACIÓN DE DESAFÍOS Y ODS

CORRELACIÓN DE LOS ELEMENTOS ANALIZADOS EN LOS INFORMES DE PROGRESO CON  
LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL Y LOS 17 ODS

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
<b>Administración</b>		
Contratos transparentes con la Administración Pública	16	10
Tráfico de influencias en la contratación con la Administración Pública	16	10
<b>Medioambiente</b>		
Falta de medición de los residuos en CO2	12 13	8
Ausencia de tecnologías respetuosas con el medioambiente	9 11 13	9
Desconocimiento del impacto ambiental de la entidad	6 7 13 14 15	8
Identificación de los aspectos ambientales del entorno donde opera	6 7 13 14 15	8
Uso de nuevas tecnologías respetuosas con el medioambiente	9 11 13	9
Cálculo y compensación de los residuos en CO2	7 13	8
Optimizar el uso de papel en la entidad	12 15	7
Falta de control del volumen de materiales impresos	12 15	7
Conocimiento del impacto ambiental de la entidad	6 7 13 14 15	8
<b>Empleados</b>		
Apoyo al empleado para ejercer su derecho a la negociación colectiva	1 8 16	3
Contratación de mano de obra infantil	4 8 16	5
Falta de información a los empleados	4 8	3
Deterioro de la Paz Social en la entidad	8 16	3
Mejoras de RSE sobre la normativa laboral	8 16	4
Respeto de las cláusulas contractuales con los empleados	8 16	4
Conciliación familiar y laboral	6 8	4
Regular la aceptación de regalos	16	10
Incumplimiento del convenio colectivo	1 8 16	3
Mejora de la diversidad de la plantilla en la entidad	1 5 8 10	6
Discriminación por discapacidad	10	6
Falta de formación del empleado para el desarrollo de su actividad	4 8	1
Incertidumbre en el ambiente laboral	8	1
Aceptación de regalos que comprometan a la entidad	16	10
Estudio y aprovechamiento de las capacidades de los empleados	4 8	6

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
Favorecer la competencia transparente entre entidades	16 17	10
Falta de compromiso del empleado con la entidad	8	1
Favoritismo en la contratación de empleados	5 10	10
Combatir los casos de soborno	16	10
Salud y seguridad en el lugar de trabajo	3 8	1
Combatir y erradicar todas las formas de extorsión	16	10
Realización de horas extras no acordadas	8	4
Información de las condiciones laborales en el proceso de contratación	5 8 10	6
Discriminación por raza	10	6
Igualdad de género	5	6
Accidentes laborales	3 8	1
Formación como medio para mejorar la profesionalidad de los empleados	4 8	1
Identificación del empleado con la entidad	8	1
Discriminación por edad	10	6
Ausencia de evaluaciones de desempeño	4 8	6
Buen ambiente laboral	8	1
Contratar empleados en función de sus aptitudes profesionales	5 8	10
Combatir y erradicar todas forma de malversación	16	10
Impulsar la sensibilización en materia medioambiental	6 7 13 14 15	7
Inserción de personas con discapacidad (LISMI)	10	6
Discriminación por género	5	6
Competencia desleal	16	10
Generar oportunidades para jóvenes con talento	8 10	6
Promoción del valor de las personas en las organizaciones	8 17	1
<b>Proveedores</b>		
Falta de colaboración continúa con los proveedores	12 17	2
Contratar a proveedores de servicios que cumplan los Derechos Humanos	1 2 8 16	2
Contratar a proveedores que cumplan con criterios de RSE	8 12 13	2
Falta de criterios responsables en la selección de proveedores	8 12 13	2
Proveedores como aliados de RSE en la empresa	12 17	2
Realizar compras a proveedores que cumplan con los Derechos Humanos	1 2 8 16	2

Desafíos para la empresa	ODS	Principios
Desconocimiento de criterios de RSE por los proveedores	12 13 8	2
Cumplimiento de la normativa	8 16	10
Crear relaciones estables con los proveedores	12 8 16	1
Impactos en la reputación empresarial derivados de la relación con proveedores	12	1
Mejorar el conocimiento de los proveedores en materia de RSE	12 13 8	2
Evaluación de proveedores	12 8 16	2
<b>Cientes</b>		
Falta de conocimientos de los clientes en la utilización de productos y servicios	12	1
Información asimétrica con clientes	12 17	10
Valoración negativa de los clientes	12	1
Desinformación de los clientes	12	1
Transparencia en el ejercicio de la actividad con clientes	12 16 17	10
Falta de prospección al cliente	12	1
Formación para clientes	4 12	1
Acercar la RSE al consumidor final	4 12	1
Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes (LOPD)	12 16	1
Relación duradera con los clientes	12 8	1
Fomentar la calidad en la entidad a todos los niveles	9 12	1
Satisfacción del cliente	12 8	1
Etiquetado e información transparente al cliente	12 16	10
Blanqueo o lavado de dinero	16	10
Accesibilidad de los productos y servicios	1 2 9 12	1
<b>Comunidad</b>		
Alianzas entre asociaciones y empresas	17	5
Invertir en las generaciones del futuro	3 4 11	6
Acción social para la Comunidad	1 2 3 4 11	1
<b>Socios</b>		
Satisfacción de expectativas	16 17	1
Relación duradera con socios/accionistas	16 17	10

## CORRELACIÓN DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

**DERECHOS HUMANOS**

**NORMAS LABORALES**

**MEDIO AMBIENTE**

**LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN**

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos</li> <li>2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.</li> <li>3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.</li> <li>4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.</li> <li>5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.</li> <li>6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.</li> <li>8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.</li> <li>9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.</li> <li>10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|





APOYAMOS  
AL PACTO MUNDIAL

Esta es nuestra **Comunicación sobre el Progreso** en la aplicación de los principios del **Pacto Mundial de las Naciones Unidas**.

Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.

