



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.

# Salesland, S.L.

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



Salesland, S.L.  
C/ Albasanz, 46  
Madrid

# Tabla de Contenidos

- 01 | Carta de Renovación del Compromiso
- 02 | Perfil de la Entidad
- 03 | Metodología
- 04 | Análisis
  - Cientes
  - Empleados
  - Proveedores





# CARTA DE RENOVACIÓN DEL COMPROMISO



Con la presentación del Informe de Progreso queremos dejar constancia de nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

En Salesland, nuestro mejor proyecto, son las personas, y queda implícito a través de nuestra plantilla, la sociedad, el medioambiente, los clientes y proveedores todo ello forma parte de nuestra responsabilidad social corporativa.

Nos dedicamos a la externalización de Servicios, a través de la multicanalidad en Venta Presencial, Venta Remota y Punto de venta, ofreciendo soluciones rentables, eficientes y de una calidad excelente a todos nuestros clientes, aportando un valor añadido y claramente diferenciador, aplicando la innovación, el desarrollo tecnológico y la excelencia en todas nuestras líneas de negocio.

Somos conscientes que el compromiso con la responsabilidad social es un factor clave y estratégico en el desempeño de nuestras funciones ya que redundan directamente en todos los grupos de interés, dirigiendo todos los esfuerzos hacia la mejora continua.

Desde nuestro Departamento de RRHH lo ejecutamos a través de planes de formación y desarrollo, que consigan aumentar la motivación, capacitación y la capacidad de innovación, por tanto la eficacia y formación para el desarrollo profesional. Con compromiso, en la igualdad efectiva de oportunidades entre hombres y mujeres.

Como objetivo, trabajamos en línea con la Gestión de la Calidad, con procesos innovadores, en búsqueda de la mejora continua, entendiendo y satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes, garantizando el cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios.

Promoviendo el máximo control y seguimiento de todos los procesos con el fin de ofrecer un servicio de plena calidad, orientando a nuestra empresa hacia la excelencia y la mejora continua, mediante la identificación de oportunidades de mejora y la posterior implantación de planes de acción.

Siendo responsables con el medio ambiente a través de los recursos utilizados en nuestra actividad, para establecer, unificar e implantar criterios y modos de actuación respetuosos con el Medio Ambiente.

Y por tanto aportar nuestro granito de arena siendo socialmente responsable, con un compromiso real y tangible con las personas y el entorno en el que vivimos, fomentando también una cultura de integración laboral de Personas con Discapacidad.

Finalmente, insistimos en nuestros valores, son nuestra seña de identidad, nuestros valores corporativos, creemos que el trabajo en equipo, nuestro proyecto, las personas, que constituyen el activo más atractivo y valioso de Salesland, lo que nos hace diferentes y aporta un valor añadido sin igual.

Creemos en nuestro proyecto empresarial, por este motivo orientamos nuestros esfuerzos hacia un resultado conjunto y objetivos comunes es el mejor aliado para el resultado final, tenemos clara orientación al cliente, y por tanto buscamos la satisfacción del cliente cuidando cada detalle, por eso innovamos en todos nuestros procesos y métodos de trabajo para ofrecer soluciones futuras, competitivas, eficientes y rentables, con firmes compromisos en la responsabilidad social corporativa.

Firmado:



Miguel Artero López

CEO



# PERFIL DE LA ENTIDAD

## INFORMACIÓN GENERAL

Nombre Completo (Razón Social)

Salesland, S.L

Tipo de empresa

Empresa grande no cotizada

Dirección

C/ Albasanz, 46

Localidad

Madrid

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

[www.salesland.net](http://www.salesland.net)

Nombre del máximo cargo ejecutivo

Miguel Artero López

Número total de empleados

2000

Sector

Otros

Actividad, principales marcas, productos y/o servicios

En Salesland somos especialistas en ventas. Desde el año 2000, seleccionamos, formamos y dirigimos equipos comerciales orientados a cumplir objetivos y rentabilizar la inversión de nuestros clientes.

Ofrecemos un servicio global de venta en el que se incluye la Venta Presencial, Punto de Venta, Venta Remota, Venta Digital y Soluciones de Marketing y Publicidad. Con más de 10.000 empleados, en Salesland contamos con presencia internacional y cobertura total en 7 países: España, Portugal, Perú, Colombia, Chile, México y Guatemala.

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

48 - 240 millones

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

Clientes, Empleados, Proveedores

Indique qué criterios ha seguido para seleccionar los Grupos de Interés

Los criterios de selección de nuestros grupos de interés se fundamentan principalmente en una relación sostenible a largo plazo, principal fundamento que regirá nuestras decisiones de selección de los grupos de interés de Salesland. Como objetivo prioritario, con un cumplimiento de compromisos satisfactorio y recíproco para todas las partes integrantes de nuestra compañía. Desde la Alta Dirección la estructura organizacional de SALESLAND está claramente definida en cuanto a la relación de cada grupo de interés respecto a los canales de comunicación continua y permanente, de esta forma nos permite mantener relaciones sostenibles y basadas en compromiso y respeto mutuo.



Países en los que está presente tu negocio o tiene producción

España, Portugal, Chile, Colombia, Perú, México, Guatemala

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

España

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

En Salesland, nuestro mejor proyecto, son las PERSONAS, y queda implícito que la SOCIEDAD, el MEDIOAMBIENTE, los CLIENTES y nuestra PLANTILLA, por todo esto, nuestro nuevo gran proyecto es la RESPONSABILIDAD SOCIAL, a través de la búsqueda de la mejora continua, entendiendo y satisfacción las necesidades más significativas para todos los grupos de interés.

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso

Através de canales de comunicación internos y externos.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

Notas

Ampliar información en nuestras redes sociales y página web, [www.salesland.net](http://www.salesland.net). Facebook Corporativo: <https://www.facebook.com/GrupoSalesland> Facebook

Empleo:

<https://www.facebook.com/saleslandfieldmarketing>

Twitter Corporativo: @salesland\_es Twitter Empleo:

@SALESLANDEmpleo LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/company/salesland/> Blog

Salesland: <https://www.salesland.net/blog>

¿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

Através de los canales de comunicación interno y externo. Como canal de comunicación interno, disponemos de Intranet para consulta, participación y sugerencias, con el portal del empleado. Como canal de comunicación externo, nuestra presencia en los medios, es a través de las siguientes páginas: Nuestra página web corporativa: [www.salesland.net](http://www.salesland.net)

Indique la naturaleza jurídica de la entidad, detallando su organigrama

Comité ejecutivo, Comité de dirección.

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

SI

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.

El Presidente es el máximo órgano, Miguel Artero López, y con cargo ejecutivo directamente relacionado con la implantación de la RSE, Alberto García Ramos, cómo Director de Servicios Generales es el cargo ejecutivo responsable de su ejecución.

Organigrama

[Descargar elemento adjunto](#)

## OBJETIVOS Y TEMÁTICAS DE NACIONES UNIDAS

Indique si la entidad tiene proyectos de colaboración y

desarrolla acciones de apoyo en relación a los objetivos y temáticas de Naciones Unidas (UNICEF, UNWOMEN, Objetivos de Desarrollo Sostenible, iniciativas de Global Compact, etc.)

Colaboramos con otras entidades sociales.

## MÁS INFORMACIÓN

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

A través de los canales de comunicación interna y externa, haciendo partícipe de nuestro compromiso con el PACTO MUNDIAL, a los diferentes grupos de interés de nuestra compañía.

Dirección Web

[www.salesland.net](http://www.salesland.net)





# METODOLOGÍA

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

Identificar los grupos de interés, y cuáles son sus expectativas, son aspectos que facilitan la

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

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



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

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

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

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

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

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



# ANÁLISIS

DERECHOS HUMANOS

NORMAS LABORALES

MEDIO AMBIENTE

ANTICORRUPCIÓN



5



2



1



1

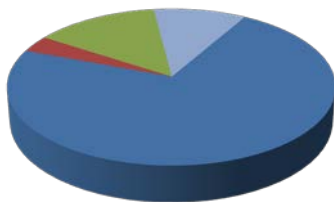
Desafíos u Oportunidades contemplados

Desafíos u Oportunidades contemplados

Desafíos u Oportunidades contemplados

Desafíos u Oportunidades contemplados

## Políticas aplicadas por grupos de interés



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

### CANTIDAD DE POLÍTICAS APLICADAS:

- Clientes: 21
- Empleados: 1
- Proveedores: 4
- Accionistas: 0
- Administración: 0
- Comunidad: 0
- Medio ambiente: 3

### CANTIDAD DE EMPRESAS EN TU SECTOR



362







---

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

---

## Política RSE - Política

### Comentarios

Las exigencias de protección de datos constituyen, en el ámbito de actuación de cualquier entidad (pública o privada) o actividad, un nuevo elemento o parámetro a considerar, al mismo nivel que cualquier otro factor de riesgo. Sin embargo, SALES LAND, S.L. ha aprovechado la adecuación a la citada normativa para convertir su cumplimiento en un elemento diferenciador y de valor añadido, respecto a la competencia del sector.

### Objetivos

Velar por el cumplimiento de Protección de Datos. Sensibilización y compromiso.

## Protocolo de protección de datos - Política

Disponemos de una política de Protección de Datos, en Seguridad de la Información.

### Observaciones Genéricas

Disponemos de análisis de riesgos y registros de actividad.

Disponemos de procedimientos que ayudan a cumplir con nuestros objetivos en materia de seguridad.

Disponemos de clausulados jurídicos que ayudan al cumplimiento legal.

### Comentarios

Al 100% desde hace varios años.

### Objetivos

- salvaguardar los datos. - Información segura. - Cumplimiento de ley. - Buena gestión de datos.

## Protocolo de Cambio de Contraseñas - Acción / Proyecto

### Observaciones Genéricas

Dicha política tiene por objeto establecer las directrices generales de gestión de las contraseñas asociadas a usuarios y procesos informáticos de SALES LAND, incluyendo las reglas básicas para su asignación, distribución y almacenamiento.

### Comentarios

El mecanismo de identificación y autenticación utilizado en los sistemas de información de SALES LAND para una correcta gestión de Seguridad de la información.

### Objetivos

Administrar los sistemas, habilitaciones y cambios de contraseña de una manera apropiada y garantizar la seguridad en los sistemas y redes. Salvaguardar la información confidencial.

## Formación en seguridad de la información - Acción / Proyecto

Disponemos de planes de formación en materia de protección de datos.

### Observaciones Genéricas

Sensibilización en la materia.

### Comentarios

Através de controles y revisiones internas.

### Objetivos

Adquirir conocimiento sobre la Protección de Datos.

### Observaciones Genéricas

Difundimos la política , a través de cursos de formación, reuniones internas , integrando dichas políticas.

### Objetivos

- Conocimiento de la política. - Cumplimiento de las políticas. –

### Observaciones Genéricas

Establecer, definir y divulgar los diferentes procesos en materia de protección de datos donde aplique.

### Comentarios

Formación y sensibilización .

## Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

### Observaciones Genéricas

A través de procedimientos específicos de las incidencias.

### Comentarios

Análisis y controles internos de los diferentes procedimientos aplicables de gestión.

### Objetivos

Crear acciones correctivas para cada incidencia  
Clasificar la incidencia según su impacto

---

## Relación duradera con los clientes

Una forma de mantener una relación duradera con nuestros clientes es apoyando y respetando la protección de los derechos humanos.

---

## Política de Calidad - Política

### Observaciones Genéricas

En Salesland nos dedicamos a la externalización de Servicios, a través de la multicanalidad en Venta Presencial, Venta Remota y Punto de venta, ofreciendo soluciones rentables, eficientes y de una calidad excelente a todos nuestros clientes, aportando un valor añadido y claramente diferenciador, aplicando la innovación, el desarrollo tecnológico y la excelencia en todas nuestras líneas de negocio. Salesland considera la calidad como un factor clave y estratégico en el desempeño de nuestras funciones, dirigiendo todos los esfuerzos hacia la mejora continua. Somos conscientes de que si gestionamos la calidad gestionamos la satisfacción de nuestros clientes para poder mejorar la atención personal de nuestros clientes y por tanto, los resultados, y ser un referente en el mercado.

### Comentarios

Gestionar y controlar los diferentes procesos, tanto de actividad comercial como actividad operativa, para establecer mecanismos y aplicar la mejora continua en cada proceso de forma transversal.

### Objetivos

Compromiso de alcanzar y mantener altos niveles de satisfacción de nuestros clientes, proporcionando

confianza en cuanto a fiabilidad, capacidad técnica, disponibilidad y seguridad. Compromiso de contar con personal con la formación y la motivación suficientes, y así conseguir la mejora de los procesos y su orientación a la satisfacción de los clientes y del propio personal. Compromiso de cumplir con todos los requisitos legales y reglamentarios que nos sean aplicables en razón de nuestra actividad. Compromiso de llevar a cabo nuestro trabajo dentro de un entorno de gestión que garantice una mejora continua en nuestros procesos, en nuestros métodos de actuación y en nuestras relaciones con partes interesadas, mediante el establecimiento y revisión periódica de nuestros objetivos de calidad y de nuestra política de calidad. Compromiso de incrementar y consolidar la innovación y el aprendizaje en el dominio de los procesos en un entorno de mejora continua. Compromiso de promover una comprensión y difusión de nuestra política de calidad dentro de nuestra compañía, mediante la formación y comunicación continuada con nuestra plantilla.

## Código Ético - Política

### Observaciones Genéricas

Todos y cada uno de nosotros somos responsables de generar un ambiente de cordialidad y amabilidad en nuestro entorno. Potenciamos el respeto y confianza entre las personas.

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

### Observaciones Genéricas

Centramos todo nuestro esfuerzo en la satisfacción del cliente, ofrecemos un servicio de calidad en búsqueda de la mejora continua encaminada a la excelencia en todo lo que hacemos, cómo lo hacemos y por qué lo hacemos. Nuestra filosofía de trabajo y esfuerzo está basada en orientación a resultados, por eso dirigimos todas nuestras actuaciones hacia la consecución de los objetivos en todos nuestros proyectos empresariales, intentando superar día a día las expectativas de nuestros clientes y las nuestras.

### Comentarios

Apostamos por la innovación, nos adaptamos a las diferentes necesidades de los clientes, siendo éste un objetivo estratégico de nuestra compañía y nuestra

política de empresa porque consideramos y creemos que es una ventaja competitiva. Innovamos transversalmente todos nuestros procesos y procedimientos de trabajo, aportando en todos y cada uno de ellos mejoras productivas y de eficiencia.

#### **Objetivos**

Mejorar la satisfacción de los clientes Excelencia operativa orientada a resultados de calidad total Captación y fidelización de cliente

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

##### **Observaciones Genéricas**

Através de plataformas de comunicación interna.

##### **Objetivos**

- comunicación bidireccional - comunicación interna - desarrollar las opiniones y comentarios de los empleados. - tener informados a todos los empleados de todas las noticias. –

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

##### **Observaciones Genéricas**

Salesland lleva años manteniendo una gestión por procesos, lo que nos ayuda a organizar la empresa y sobre todo a tenerla controlada. Un objetivo prioritario es la mejora continua de todos nuestros procesos, sobre todo a través de las nuevas tecnologías.

##### **Objetivos**

-Mejora continua. -Elaboración de datos estadísticos. - Ayuda a la toma de decisiones. -Organización de procesos.

#### **Encuesta de Satisfacción - Acción / Proyecto**

##### **Observaciones Genéricas**

- Obtención de información de clientes. - Segmentación de clientes. - Requerimientos de clientes. - Opiniones de mejoras. -Mejora continua

##### **Objetivos**

- Mejorar procesos. - obtención de información. - Mejora continua del SCG. - Corrección de desviaciones.

#### **Customer Relationship Management (CRM) - Herramienta de seguimiento**

##### **Observaciones Genéricas**

Disponemos de herramientas y aplicaciones internas, como estrategia de negocio, por la cual pretendemos aumentar el conocimiento de nuestros clientes para crear relaciones más rentables basadas en la aportar valor añadido a los servicios que prestamos.

##### **Comentarios**

Herramienta tecnológica de comunicación y reporte on line.

##### **Objetivos**

Generación de nuevos clientes. Asegurar la fidelización de nuestros clientes Asegurar la apertura y creación a nuevos proyectos.

##### **Observaciones Genéricas**

Mejora continua en nuestros procesos de trabajo-

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

##### **Observaciones Genéricas**

Através de procedimientos de notificación, gestión y respuesta de las incidencias.

##### **Objetivos**

Facilitar informaciones, conocimiento, analizando todos las cuestiones.

#### **Gestión reclamaciones de clientes - Indicador de Seguimiento**

##### **Observaciones Genéricas**

Búsqueda de la mejora continua y la satisfacción de nuestros clientes es clave para el desarrollo y crecimiento de nuestro negocio.

##### **Comentarios**

Estableciendo canales de comunicación para consulta y participación de los procesos de productividad diario y ejecución final.

##### **Objetivos**

Mejora continua en nuestros procesos Aumentar la calidad de nuestros servicios Incrementar la satisfacción de nuestros clientes

#### **Duración de la relación con los clientes - Indicador de Seguimiento**



### **Observaciones Genéricas**

Relación duradera con clientes Mejora continua  
Implantación de procesos y procedimientos eficientes

### **Comentarios**

Reportes on line Comunicaciones continua  
Cumplimiento de objetivo Reuniones con clientes y partes interesadas

### **Objetivos**

- Comunicación activa y recíproca con nuestros clientes - Mantener informado al cliente de los servicios prestados en informes on line

---

## **Etiquetado e información transparente al cliente**

---

---

## **Satisfacción del cliente**

---

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

### **Observaciones Genéricas**

Búsqueda continua de la satisfacción de nuestros clientes, sus objetivos son nuestros objetivo.

### **Comentarios**

Procesos de gestión de calidad Procedimientos específicos ad hoc Herramientas de reporte on line avanzada y ad hoc

### **Objetivos**

Mejora continua Comunicación y feedback



---

## **Impulsar la sensibilización en materia medioambiental**

Por nuestra propia actividad no generamos residuos. Los residuos que generamos los gestionamos a través de gestores autorizados.

---

---

## **Inserción de personas con discapacidad**

Salesland promueve y se encarga de seleccionar personas con discapacidad ayudándoles/as a integrarse en el mundo laboral.

---

---

### **Política de Seguridad y Salud en el trabajo - Política**

#### **Observaciones Genéricas**

Como objetivo principal y prioritario la promoción de

la mejora de las condiciones de trabajo, con el fin de elevar el nivel de protección, la seguridad y salud de todos/ as nuestros/ as trabajadores/ as, desarrollando de esta forma una cultura preventiva en todos los procesos y procedimientos de trabajo.

#### **Comentarios**

Fomentaremos y favoreceremos la participación social y la implicación efectiva de todos/ as nuestros/ as trabajadores/ as en los procesos productivos para la mejora continua. Para alcanzar niveles óptimos en seguridad es necesaria la colaboración y participación de todos/ as los/ as empleados/ as que integramos Salesland, lo que sin duda redundará en una mejora constante de nuestra seguridad y salud.

#### **Objetivos**

Las personas constituyen el activo más importante de Salesland por este motivo, la prevención de riesgos laborales es un factor prioritario y estratégico en nuestra organización. Implantaremos con rigor el sistema de gestión de prevención de riesgos laborales a fin de asegurar, identificar, evaluar y controlar de manera eficaz los riesgos asociados al trabajo.



---

## Crear relaciones estables con los proveedores

---

### Política de Calidad - Política

#### Observaciones Genéricas

En Salesland nos dedicamos a la externalización de Servicios, a través de la multicanalidad en Venta Presencial, Venta Remota y Punto de venta, ofreciendo soluciones rentables, eficientes y de una calidad excelente a todos nuestros clientes, aportando un valor añadido y claramente diferenciador, aplicando la innovación, el desarrollo tecnológico y la excelencia en todas nuestras líneas de negocio. Salesland considera la calidad como un factor clave y estratégico en el desempeño de nuestras funciones, dirigiendo todos los esfuerzos hacia la mejora continua. Somos conscientes de que si gestionamos la calidad gestionamos la satisfacción de nuestros clientes para poder mejorar la atención personal de nuestros clientes y por tanto, los resultados, y ser un referente en el mercado.

#### Comentarios

Política de proveedores

#### Objetivos

Evaluación de proveedores Establecer canales de

comunicación ágiles para solventar posibles incidencias

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

#### Observaciones Genéricas

Salesland seleccionará entre los proveedores homologados atendiendo a la fiabilidad y calidad de los productos y servicios suministrados.

#### Comentarios

Selección rigurosa en función de los criterios establecidos.

#### Objetivos

Crear un sistema de clasificación de proveedores para aumentar la calidad en la cadena de servicios suministrados

### Gestión de incidencias - Indicador de Seguimiento

#### Observaciones Genéricas

A través de procedimientos de notificación, gestión y respuesta de las incidencias.

#### Comentarios

Controlando todos los servicios y suministros solicitados

#### Objetivos

Crear indicadores de control y reportes globales asociados a los servicios





# ANEXO CORRELACIÓN DE DESAFÍOS Y ODS



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	10 5	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	10 5 8	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	10 8	6
Promoción del valor de las personas en las organizaciones	8 17	1

### Proveedores

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	12 13 8	2
Falta de criterios responsables en la selección de proveedores	12 13 8	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	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>Clientes</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**

- 1 Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos
- 2 No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- 3 Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
- 4 Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- 5 Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- 6 Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
- 7 Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
- 8 Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- 9 Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
- 10 Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.











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.

