



INFORME DE PROGRESO

2020

Media Planning Group,
S.A.



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



D. Enrique Escalante Sierra, con DNI 27385969F, en calidad de Director de Recursos Humanos Iberia y miembro del Comité Ejecutivo de la empresa HAVAS MEDIA GROUP SPAIN S.A. con CIF A78809662 y domicilio en C/ Eloy Gonzalo 10, c.p. 2801, Madrid.

DECLARA

Que HAVAS MEDIA GROUP S.A. renueva el compromiso adoptado en 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.

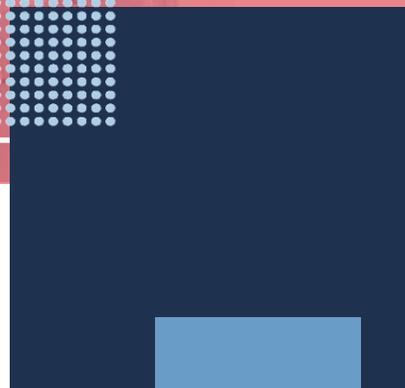
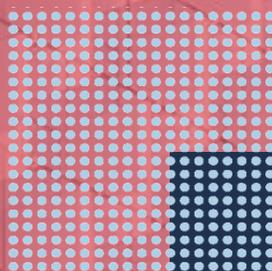
En el año 2020 la evaluación del nivel de Orgullo de Pertenencia de nuestros empleados con la empresa reflejó una participación del 82% demostrando un alto nivel de compromiso en la participación entre la Organización y sus colaboradores.

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

Madrid, a 26 de Abril del 2021

Enrique Escalante Sierra
Director de Recursos Humanos Iberia
Havas Media Group Spain.

PERFIL DE LA ENTIDAD



DATOS GENERALES

Nombre Completo (Razón Social)

Havas Media Group Spain S.A.U.

Tipo de empresa

Gran Empresa

Dirección

Doctor Fleming, 17 Barcelona, Barcelona 08017 Spain

Localidad

Madrid

Provincia

Madrid

Comunidad Autónoma

Comunidad de Madrid

Dirección Web

<http://www.mpg.com>

Número total de empleados

2000

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

240 - 956 millones

MODELO DE NEGOCIO Y

ENTORNO EMPRESARIAL

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.

Organigrama de su entidad

[Descargar elemento adjunto](#)

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 y 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.

SELECCIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de interés más significativos: (Los grupos de interés configuran su Informe de Progreso)

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

INFORME DE PROGRESO 2019

Criterios seguidos para seleccionar los grupos de interés

Havas Media es un intermediario entre los Grandes Anunciantes con los que trabaja, lo 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 Medio Ambiente debido a la política de Prevención de Riesgos Laborales, que incide de manera indirecta en este aspecto

Cómo se está difundiendo el Informe de Progreso a los grupos de interés

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.

ALCANCE Y MATERIALIDAD

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 se ha establecido la materialidad o definido 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.

Periodo cubierto por la información contenida en la memoria

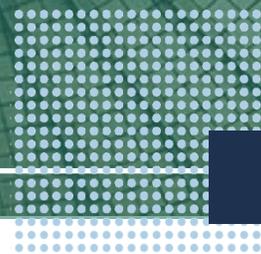
año calendario

Ciclo de presentación del Informe de Progreso

anual

REPORTE EN ODS

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.

INFORME DE PROGRESO 2019

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 las temáticas de sostenibilidad más significativas para los grupos de interés seleccionados.
3. Describir de forma detallada el trabajo de la entidad en la materia a través de:

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

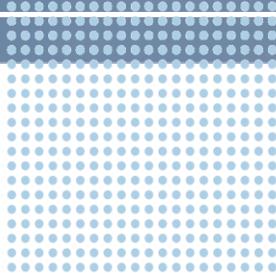
Acciones/Proyectos: las acciones ayudan a la entidad a dar forma a las políticas desarrolladas y minimizar los riesgos detectados. Las acciones deben estar planificadas en el tiempo y diseñadas en base al grupo de interés al que van dirigidas.

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 cuantitativos 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

MEDIOAMBIENTE

ANTICORRUPCIÓN



8

9

3

2

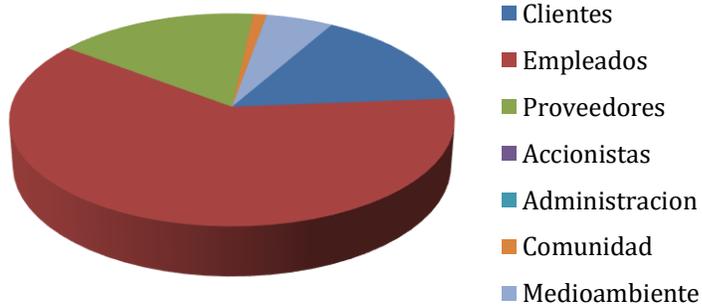
Temáticas contempladas

Temáticas contempladas

Temáticas contempladas

Temáticas contempladas

Elementos aplicados por grupos de interés



GRUPO DE INTERÉS

Clientes



Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes

Política RSE - Política

Desarrollamos cada año un Departamento Exclusivo centrado en Acciones de REsponsabilidad Social Corporativa cuya misión es centrar su actividad en tres grandes colectivos. - Ayuda a pequeñas empresas de manera gratuita en nuestra area de expertice (Publicidad y Comunicación) - Ayuda en la inserción laboral de personas con alguna discapacidad o riesgo de exclusión social - Colaboración con entidades externas en materia de concienciación sobre el Cambio Climático

Resolución de incidencias y 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.

Normativa Vigente - Política

Políticas y protocolos pertinentes en materia de Ley Orgánica de Protección de Datos.

Código Ético Comercial - Política

Compliance & Behavior Code para todo el Grupo

Política de Responsabilidad Social Corporativa - Política

Planta 7, departamento transversal dedicado en exclusiva a la creación de políticas de REsponsabilidad Social Corporativa,

Formación a clientes en el uso de los productos o servicios - Acción / Proyecto

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

Medidas establecidas para fomentar la salud y seguridad de los clientes - Acción / Proyecto

Reuniones periódicas para articular la actividad a través de comités, 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.

Resultados encuestas de satisfacción clientes - Indicador de Seguimiento

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.

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

.Eventos corporativos con invitación a clientes para

INFORME DE PROGRESO 2019

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

Encuestas de satisfacción - Herramienta de Seguimiento

.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

Información transparente al clientes

Era política habitual dentro del sector el, al ejercer

de intermediarios, no ser del todo transparencia ni en nuestra prima ni en los medios que usábamos. Es recientemente más extendido 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

Política de Formación en Materia de Integridad y Transparencia

Formación - Acción / Proyecto

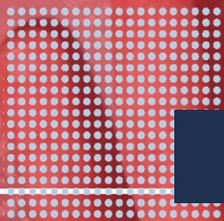
Cursos formativos, reuniones de Kick Off con los delegados comerciales, publicaciones del nuevo estilo de trabajo en las carpetas comerciales compartidas

Visitas a clientes - Herramienta de Seguimiento

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

GRUPO DE INTERÉS

Empleados



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. c) Master en Transformación Digital para el Marketing y la Comunicación, realizado en espejo del de la Universidad de Salamanca, en esta ocasión para Barcelona de la mano de la Universidad Ramón Llull.

Política de Contratación Responsable - Política

Plan de Sucesión pendiente de revisión y aprobación por mecanismos de Organización central antes de llevar a cabo el piloto en local.

Desarrollo profesional - Acción / Proyecto

Desarrollo de un Programa Formativo de carácter intensivo llamado Havas X Knowledge que permite capacitar a todos los jóvenes talentos en materia de technical y soft skills para favorecer la movilidad interdepartamental y movilidad vertical dentro de los nuevos y diferentes `puestos de la Organización.

Objetivos marcados para la temática

Alcanzar el 70% de estudiantes formados a final de año con al menos 3 de los 4 cursos obligatorios propuestos y 3 de los 6 cursos recomendados para cada uno de los perfiles.

Impulsar la sensibilización en materia medioambiental

Se ha establecido una Política Medioambiental que está no solo en la Intranet, sino también en las web relativas al Holding de Campañas que integran Havas Media Group Spain a nivel nacional/internacional y disponible para todo aquel que, fuera del entorno de Havas, quiera tener acceso a ella.

Política Ambiental - Política

Política desarrollada y firmada por el ExcCom que se compromete a velar por la buena praxis en materia medioambiental, revisada y renovada de manera anual.

Información/ sensibilización medioambiental - Acción / Proyecto

.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.

Auditorías - Herramienta de Seguimiento

.Pasando primero una auditoría interna preparatoria para la auditoría externa, y posterior auditoría externa, con idea de obtener certificados como la ISO

Número de proveedores y subcontratas de bienes y/o servicios con sistemas de gestión medioambiental implantados por tipo (p.e. ISO 14001, EMAS, etc.) % - Indicador de Seguimiento

.Solicitamos todas las licencias, validaciones y acreditaciones acorde a la legislación vigente con respecto a empresas responsables con el medioambiente

Documentos adjuntos: [HG IT Politica 90001 14001 2019 firmada.pdf](#)

INFORME DE PROGRESO 2019

Objetivos marcados para la temática

Mantenimiento y cumplimiento de dichas políticas, así como información/formación al colectivo general de los colaboradores, proveedores y clientes de la Organización a todos los niveles de impacto.

Igualdad de género

Hemos lanzado para este ejercicio 2021 el Primer Plan de Igualdad para la Compañía de manera transversal, pionera en el sector, que aborda todas las acciones para garantizar una igualdad de género real en el trabajo en término de salario, condiciones, promociones, acceso a la formación y desarrollo, etc

Plan de Igualdad - Política

.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. Política de igualdad de genero

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

.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.

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

.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

INFORME DE PROGRESO 2019

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.

Documentos adjuntos: [firma.plan.igualdad.-signed.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

Adjuntamos el Plan de Igual para consulta

Derecho a la negociación colectiva y respeto de los convenios

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

.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.

Reuniones periódicas con el Comité de Empresa - Herramienta de Seguimiento

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

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

Reuniones de equipo - Acción / Proyecto

Creación de un comité de WellBeing llamado HAVAS Care que recoge, sobre un paraguas estratégico común, todas aquellas acciones extra y voluntarias para un mayor índice de satisfacción dentro de la Compañía
Creación de un Comité de Felicidad "Happyess" responsable de elaborar un programa anual de actividades de carácter lúdico que favorezcan las relaciones no profesionales entre compañeros y el sentimiento de equipo y pertenencia

Buzón de sugerencias - Herramienta de Seguimiento

.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.

INFORME DE PROGRESO 2019

Encuesta Clima Laboral - Herramienta de Seguimiento

.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.

Indicadores Clima Laboral y Comunicación Interna - Indicador de Seguimiento

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

Objetivos marcados para la temática

Elevar a más de 75% el nivel de Engagement y Satisfacción del empleado de cualquiera de las agencias dentro de la Organización

Conciliación familiar y laboral

Reducción del Presencialismo en oficinas de 4 días obligatorios a 3 días, pudiendo cada empleado disponer de 2 días enteros de teletrabajo.

Establecimiento de Política de presencialismo con un periodo ventana dentro de los 3 días presenciales que va desde las 09:00 a las 16:00, pudiendo teletrabajar el resto de la Jornada
Política de Desconexión digital y prohibición de reuniones antes de las 09:30 y posteriores a 17:30 - recogido dentro de dicha política
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

Política de Teletrabajo al 35%. Política de Desconexión Digital para favorecer la Conciliación .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.

Formación al empleado/a

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

Política de Formación Havas X Knowledge 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...

Formación - Acción / Proyecto

-Desarrollo de 10 cursos por perfil, con 4 mandatory y 6 sugeridos para establecer un training path concreto

INFORME DE PROGRESO 2019

acorde a las necesidades de desarrollo de negocio competenciales para cada perfil .- Desarrollo de Política - Negociación con Proveedores de Idiomas - Estrategia de Formación/Información y criterios de inclusión en dicha Política

Plan de carreras - Acción / Proyecto

Desarrollo de Plataforma llamada "Havas X Knowledge" con idea de crear una Cultura del Conocimiento corporativa, en la que se analizan las skills de cada una de las posiciones, tanto técnicas como no técnicas y en base a tres principales fuentes de formación (Havas University / Cursos Presenciales / Cursos On-line con un proveedor externo - Coursera) se crean itinerarios de formación en base a perfil para un mejor desarrollo y adecuación de esas skills al perfil competencial de cada uno de los puestos

Horas de formación por empleado - Indicador de Seguimiento

Nº de cursos realizados de los sugeridos en el itinerario formativo dentro del Proyecto Transversal "Havas X Knowledge" .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 (tecnica/no técnica/idiomas)

Objetivos marcados para la temática

Un 80% de los colaboradores formados en un mínimo de 6 sobre 10 competencias adscritas a su perfil profesional antes de final de año

Diversidad de la plantilla en la entidad

Favorecer la inclusión laboral en todo tipo de colectivos minoritarios garantizando el mismo trato y la misma igualdad de oportunidades

Gestión de la diversidad - Acción / Proyecto

Este año nos hemos adscrito a la Asociación REDI,

Asociación para la inserción de personas del Colectivo LGTBI, que imparte seminarios de Identidad de Género, posee de un Buzón de Consultas y Sugerencias, etc

Objetivos marcados para la temática

Dos talleres anuales mínimo referente a aspectos relativos a la Diversidad e Inclusión

Erradicación del trabajo infantil/forzoso

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

Contrato de Trabajo - Política

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.

Código Ético / Conducta - Política

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

Política de RRHH - Política

Política de contratación acorde a la ley laboral vigente así como al Convenio de Publicidad que se renueva anualmente acorde a los parámetros de los sindicatos/trabajadores/Ministerio de Trabajo, con revisiones salariales al alza de manera anual con pago retroactivo de los devengos.

Incluir una cláusula contractual - Acción / Proyecto

INFORME DE PROGRESO 2019

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

Creación de Canal de Denuncias - Herramienta de Seguimiento

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 marcados para la temática

Cumplir estrictamente con la ley vigente en materia de trabajo por parte no solo de la Organización, sino de proveedores, partners y suppliers a todo nivel en cada uno de los estamentos organizativos.

Lucha contra la corrupción y soborno dentro de la entidad

Política Anticorrupción - Política

Desarrollo, Formación, Información y Evaluación ANUAL de la Política de Compliance heredada del Grupo y ajustada a entorno local

Visitas de verificación - Acción / Proyecto

Auditorías regulares (anuales) para garantizar el debido cumplimiento de todos y cada uno de los aspectos recogidos en dichas políticas. Dichas auditorías generan un reporte acorde a KPIs y en base a dichos KPIs gestionamos desde RR.HH. Planes de Acción precisos acorde a los GAPS entre objetivo/consecución.

Salud y seguridad en el lugar de

trabajo

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales

Salud mejor y más accesible - Acción / Proyecto

Desarrollo de todo un programa de Wellbeing que abraza una serie de acciones relativas al bienestar y la salud dentro de la Organización, subdividido en diversas acciones y poniendo el foco en diferentes aspectos. - Acceso al 100% de los empleados a una app para consejos de alimentación y ejercicio físico con videos tutoriales, campeonatos, dietas en base a objetivos, nutricionista, clases de yoga y meditación On-Line, etc - Talleres y seminarios bimensuales y por solicitud democrática sobre temas relativos a Salud y Bienestar

Formación en seguridad y salud en el trabajo - Acción / Proyecto

Designación de un nuevo perfil dentro de la Organización en el Departamento de RR.HH. denominado "Responsable de Higiene Laboral. - Dicho rol se encarga de formar e informar en asuntos relativos a PRL a toda la Organización - Es el responsable a modo de advising de todo lo relativo a salud e higiene laboral

Indicadores de accidentalidad laboral - Indicador de Seguimiento

.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 marcados para la temática

100% de la plantilla formada/informada en materia de PRL.

Inserción y accesibilidad de

personas con discapacidad

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

Política de RSC Colaboración con diferentes entidades como Zaua 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

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

.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.

Evaluación de desempeño a empleados/as

Análisis anual del Performance Review de cada empleado de cara a ayudarlo a conseguir sus metas individuales y sus Elementos de Desarrollo en un ejercicio anual que realizamos conjuntamente con los managers directos

Política de RRHH - Política

Políticas de Evaluación del Performance Política de Talent Matrix Política de Formación y Desarrollo

Acciones de coaching - Acción / Proyecto

Forma parte de las reuniones de Feedback con el manager, a veces tuteladas por RR.HH. para un desarrollo idoneo de las reuniones y consecución de Objetivos Individuales

Evaluación continua - Acción / Proyecto

La herramienta de la que disponemos (Workday) permite un flujo de feedback positivo continuo an todos los niveles de interacción de los colaboradores (management, colaterales y colaboradores) en niveles inferiores de responsabilidad) que permite ir dando agradecimientos por causa de buenas prácticas, colaboración con otros colaboradores y relación intra-departamental positiva

Plan de carreras - Acción / Proyecto

Por política cada año, a través de nuestro Software de Gestión, cada colaborador fija un mínimo de tres y un máximo de cinco metas individuales vinculadas a su desarrollo, con KPIs determinados, que siguen un flujo de información y formación concreto, con sentadas de Feedback y análisis de los frenos en el nivel de consecución para el empleo de dichas metas. RR.HH. lleva un registro pormenorizado y dicha información se analiza para promociones, movilidad interna y acceso a la polític ade incrementos de la Compañía

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño por sexo y categoría profesional - Indicador de Seguimiento

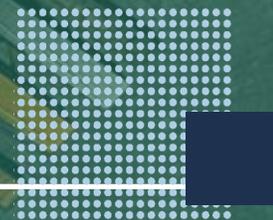
100% de los empleados han de realizar su Performance Review Anual

Objetivos marcados para la temática

Que al menos el 80% de los empleados hayan logrado el 100% de sus obkjetivos

GRUPO DE INTERÉS

Proovedores



Evaluación de proveedores en aspectos de RSE

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

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. .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.

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

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

Homologación de proveedores - Herramienta de Seguimiento

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.

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

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

Relación duradera 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

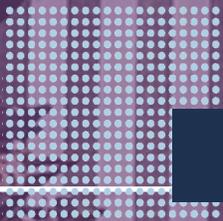
Establecimiento de la Política de rotación o concurso de proveedores. Generación de la documentación pertinente para la permanencia o no de la colaboración. Creación d eun Comité de Compras que será quien decida la colaboración, continuidad o extinción del contrato de colaboración.

INFORME DE PROGRESO 2019

Formación - Acción / Proyecto

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.

GRUPO DE INTERÉS Comunidad



Alianzas entre empresas y tercer sector

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

Colaboración mutua - Acción / Proyecto

.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. Acció 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

INFORME DE PROGRESO 2019

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 telediaros”. 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

INFORME DE PROGRESO 2019

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 se 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 FCSO 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,

INFORME DE PROGRESO 2019

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^a 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

INFORME DE PROGRESO 2019

estratos en todo el mundo. Para ellos, conseguimos juntar en una misma agencia a directores creativos de las principales agencias de Barcelona. Perfiles que en 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

INFORME DE PROGRESO 2019

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.

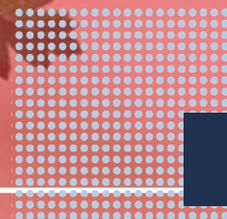
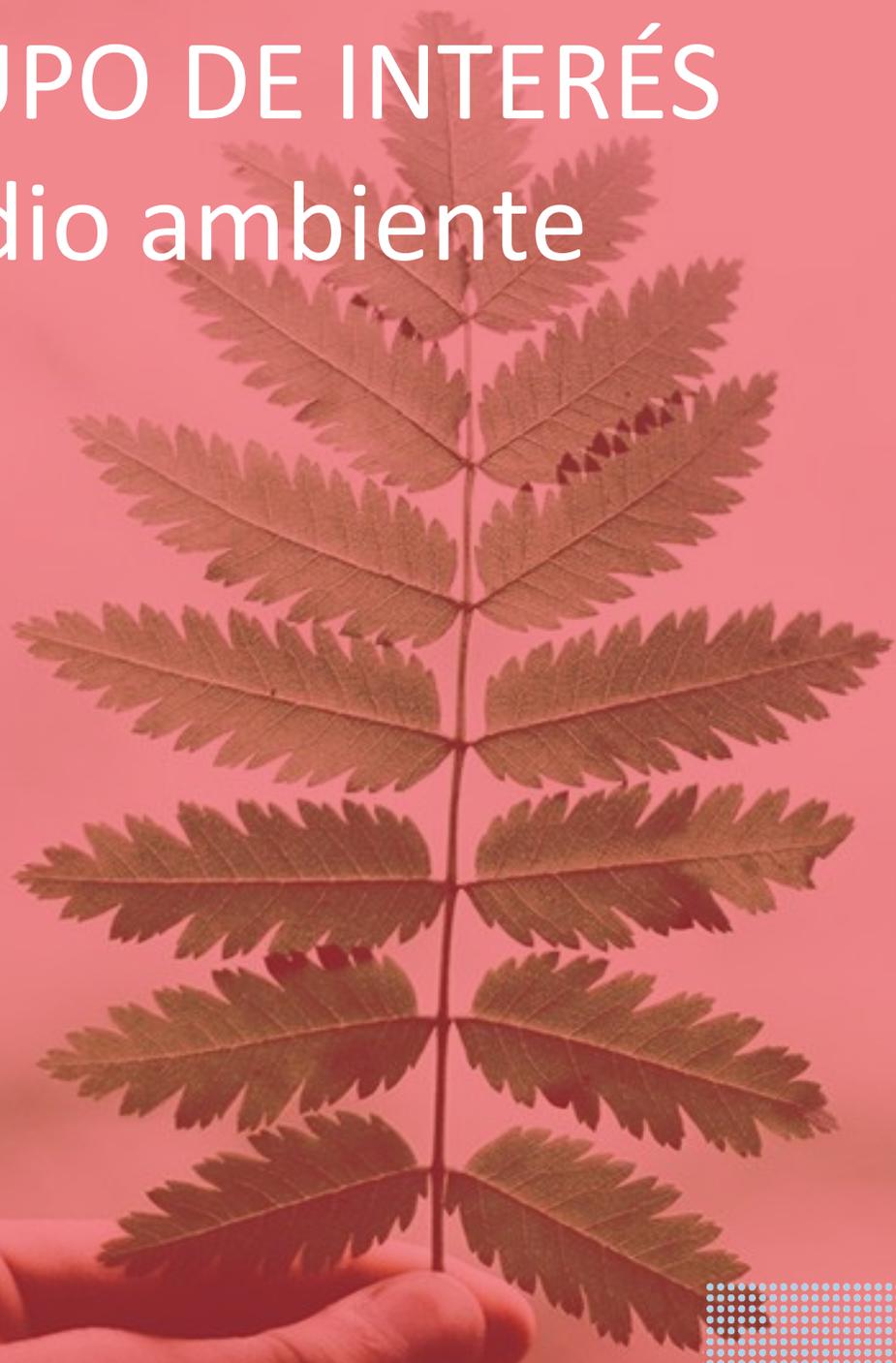
Comunidad

Adjunto Memoria de RR.HH. con respecto al año 2020

Documentos adjuntos: [Memoria RRHH 2020 online.pdf](#)

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

.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...

Cálculo y compensación de las emisiones 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.)

Política Ambiental - Política

Política medioambiental para todas las agencias del Grupo que abarca aspecto que van desde el control de Emisiones de CO2, reciclaje de papel, uso de fotocopiadoras, compromisos estatales con las leyes ISO, etc

Estrategia Climática - Acción / Proyecto

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.)

Informe o Memoria de Sostenibilidad - Herramienta de Seguimiento

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.

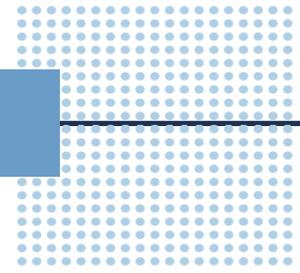
Documentos adjuntos: [HG IT Política](#)

INFORME DE PROGRESO 2019

[90001_14001_2019_firmada.pdf](#)

Objetivos marcados para la temática

Reducir notablemente el impacto de actividad en el medio ambiente en todo el espectro de acciones derivadas del funcionamiento ordinario de procesos y sistemas



ANEXO

CORRELACIÓN DE

TEMÁTICAS



Empleados

Oportunidades para jóvenes con talento



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad

Impulsar la sensibilización en materia

medioambiental



Principio: Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

ODS relacionado: 06 | Agua Limpia y Saneamiento, 13 | Acción por el clima

Igualdad de género



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo

Indicador GRI: 405, 406, 102-22, 401-1

Derecho a la negociación colectiva y respeto de los

convenios



Principio: Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Relaciones sociales, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-41

Ambiente laboral



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Conciliación familiar y laboral



Principio: Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Organización del trabajo

Indicador GRI: 401-3, 401-2

Formación al empleado/a



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación

Indicador GRI: 404

Diversidad de la plantilla en la entidad



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 05 | Igualdad de género, 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Formación, III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 102-8, 405, 401-1

Erradicación del trabajo infantil/forzoso



Principio: Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: III. Información sobre el respeto de los derechos humanos

Indicador GRI: 408, 409

Lucha contra la corrupción y soborno dentro de la entidad



Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 102-16, 102-17, 205-1, 205-2, 205-3

Salud y seguridad en el lugar de trabajo



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

INFORME DE PROGRESO 2019

ODS relacionado: 03 | Salud y Bienestar, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Salud y seguridad

Indicador GRI: 403

Inserción y accesibilidad de personas con discapacidad



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 10 | Reducción de las desigualdades

Vinculación Ley: II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Empleo, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Igualdad, II. Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal: Accesibilidad universal de las personas con discapacidad

Indicador GRI: 406

Evaluación de desempeño a empleados/as



Principio: Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

ODS relacionado: 04 | Educación de Calidad, 08 | Trabajo decente y crecimiento económico

Indicador GRI: 404-3

Proveedores

Evaluación de proveedores en aspectos de RSE



Principio: Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: III. Información sobre el respeto de los derechos humanos, V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Indicador GRI: 308-1, 308-2, 414, 407

Relación duradera con los proveedores



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico, 12 | Producción y Consumo Responsable

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Subcontratación y proveedores

Indicador GRI: 102-9

Cientes

Tratamiento óptimo de las bases de datos de clientes



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Indicador GRI: 418

Resolución de incidencias y satisfacción del cliente



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico,12 | Producción y Consumo Responsable

Relación duradera con los clientes



Principio: Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente dentro de su ámbito de influencia.

ODS relacionado: 08 | Trabajo decente y crecimiento económico,12 | Producción y Consumo Responsable

Información transparente al clientes



Principio: Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas. Incluidas la extorsión y el soborno.

ODS relacionado: 16 | Paz, Justicia e instituciones sólidas

Vinculación Ley: IV. Información relativa a la lucha contra la corrupción y soborno

Indicador GRI: 417

Comunidad

Alianzas entre empresas y tercer sector



Principio: Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

ODS relacionado: 17 | Alianzas para lograr los objetivos

Vinculación Ley: V. Información sobre la sociedad: Compromiso de la empresa con el desarrollo sostenible

Indicador GRI: 102-13

Comunidad

Principio:

Medioambiente

Conocimiento del impacto ambiental de la entidad



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 14 | Vida Submarina, 15 | Vida de ecosistemas terrestres

Vinculación Ley: I: Información sobre cuestiones medioambientales

Cálculo y compensación de las emisiones en CO2



Principio: Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

ODS relacionado: 13 | Acción por el clima

Vinculación Ley: I. Información sobre cuestiones medioambientales: Contaminación, I. Información sobre cuestiones medioambientales: Cambio Climático

Indicador GRI: 305-1, 305-2, 305-3



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.

INFORME DE PROGRESO

—
2020

