



Informe de renovación del compromiso con el PACTO MUNDIAL. (2020-2021)

Dircom, Asociación de
Directivos de Comunicación

Madrid, 19 de abril de 2022



Madrid, 19 de abril de 2022

A nuestras partes interesadas:

Me complace confirmar que la Asociación de Directivos de Comunicación reafirma su respaldo al Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y a sus Diez principios. Presentamos a continuación nuestra Comunicación sobre Involucramiento con el Pacto Mundial de la ONU.

En ella, describimos algunas de las medidas y actividades diseñadas por Dircom para respaldar el Pacto Mundial de la ONU y sus principios, tal como se sugiere para una organización como la nuestra, que es una asociación profesional. También nos comprometemos a compartir esta información con nuestros grupos de interés a través de nuestros principales canales de comunicación.

Atentamente

José Fernández-Álava de la Vega

Director General de Dircom



Describimos en este informe las medidas prácticas que Dircom ha desarrollado a lo largo de los años 2020 y 2021 con el fin de apoyar algunos de los principios del Pacto Mundial. Estas medidas están relacionadas, a su vez, con las actividades específicas que sugiere el Pacto para un perfil de participante no corporativo, en apoyo a la iniciativa.

Dentro de la Junta Directiva de Dircom existen dos figuras clave: Por un lado, el presidente de la Asociación, que impulsa la mejora de los procesos de decisión y buen gobierno. Por otro, la asociación cuenta con una serie de vocalías, algunas de las cuales se centran en aspectos muy afines a algunos de los principios del Pacto Mundial. Así, las vocalías de Participación, Ética y Defensa de la verdad o la de Compromiso, a través de sus actividades, contribuyen a apoyar las buenas prácticas en materia profesional y de respaldo a los derechos humanos. Desde el año 2015, las vocalías son también un elemento esencial para el apoyo al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia

1. El seguimiento del progreso de los empleados es una práctica habitual en la Asociación, planteando reuniones para la definición de los objetivos en cada una de las áreas y asociando a su consecución una retribución variable, lo que supone un incentivo para los trabajadores.

2. En otro orden de cosas, pero también relativo a este primer principio del Pacto, desde Dircom se ha trabajado para impulsar la **Comunicación Interna** durante los años de pandemia (2020-2021), siendo ésta una de las disciplinas que mayor crecimiento experimentó durante el tiempo de la Covid. Desde Dircom se contribuyó a fomentar esta actividad en las organizaciones, sensibilizando a los profesionales y a los directivos y directivas de las empresas en materia de Comunicación Interna y, por tanto, sobre el cuidado de las personas.

A lo largo de los años 2020 y 2021 Dircom organizó diversos webinars sobre Comunicación Interna en los que directores y directoras de Comunicación transmitieron algunas de las buenas prácticas que se estaban desarrollando en sus organizaciones. En concreto estos webinars se desarrollaron en Aragón, Madrid y Andalucía, en 2021 y en el País Vasco, Valencia y Canarias en 2021.

Además, en enero 2021 Dircom publicó un **Manual de Comunicación Interna** que pudiera servir de base a cualquier organización para iniciarse en esta actividad. El manual tuvo más de 5.000 descargas.

3. **Los Premios Dircom 2021.** En esta edición se creó un nuevo bloque sobre Comunicación Interna, en el que se incorporan las siguientes categorías: motivación y engagement, cuidado de los empleados, y la comunicación de los cambios organizativos. La acogida de este bloque fue muy favorable, ya que **se presentaron 51 candidaturas**. Esta iniciativa contribuyó a la difusión de buenas prácticas de Comunicación Interna.

4. Sobre este primer principio, DIRCOM forma parte de la Global Alliance, la organización que reúne a las principales asociaciones profesionales de la Comunicación de todo el mundo. Esta organización publicó en su día los **principios éticos que deben liderar los profesionales de la comunicación a nivel global**. Los 16 principios éticos se dividen en dos grupos, nueve principios rectores y otros siete principios orientados a la práctica profesional.

Principios rectores

- o Trabajar para el interés público.
- o Respetar las leyes, la diversidad y las costumbres locales.
- o Libertad de expresión.
- o Libertad de asociación.
- o Libertad de medios.
- o Honestidad, veracidad y comunicación basada en hechos.
- o Integridad.
- o Transparencia.
- o Privacidad.

Principios orientados a la práctica profesional

- o Compromiso con el aprendizaje continuo y la capacitación.
- o Evitar conflictos de interés.
- o Defender la profesión.
- o Respeto e imparcialidad en el trato con los públicos.
- o Experiencia sin resultados garantizados por encima de la capacidad.
- o Comportamientos dirigidos a engrandecer la profesión.
- o Conducta profesional.

5. Dircom tiene un compromiso con la ética y la lucha contra la corrupción, de tal forma que obliga a todos sus socios a firmar un **Código Ético** que asegura el cumplimiento de un correcto funcionamiento y de una deontología profesional. En este año 2022 se está procediendo a la revisión y actualización de este código.

6. A través de su página web, en la sección Actualidad Dircom difundió **25 artículos** sobre RSC y gestión responsable en la web en el periodo 2020-2021. Estos artículos se difundieron también a través de las redes sociales, muchos de ellos se incorporaron a la newsletter mensual.

7. La Asociación de Directivos de Comunicación, Dircom, y la Revista Corresponsables mantuvieron durante 2020 y 2021 su acuerdo para poner en valor la figura esencial de los directores de comunicación y también de la Responsabilidad Social Corporativa a través de un

Ciclo de entrevistas. Se trata de seguir impulsando la RSC, los ODS y la Comunicación Responsable.

RESULTADOS

En la sección Dircom-Corresponsables se publicaron **16 entrevistas** con dircoms para hablar de RSC y Gestión Responsable.

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

No aplica en nuestro caso, pues nuestros asociados lo son a título nominativo.

Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva

1. En materia de seguridad y salud, durante estos dos años, 2020-2021, en Dircom se establecieron procedimientos para el cuidado de la salud de los empleados, con la puesta a disposición de los empleados de mascarillas y gel hidroalcohólico, y cumplimiento de la normativa vigente en materia de teletrabajo.
2. En 2021 Dircom firmó un acuerdo con las principales asociaciones de periodistas de España (FAPE, APM Y APIE) bajo el título: Periodistas y dircoms: Un compromiso ético de futuro, en el que se definen los principios que rigen estas profesiones y cómo deben ser las relaciones entre ambas.

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

1. Durante 2020 y 2021 Dircom ha continuado realizando su actividad poniendo foco en el respeto de los derechos humanos, tanto en lo que respecta a sus trabajadores como a los clientes y proveedores como los que trabaja. Dircom hace cumplir y reconocer un código ético a todas las empresas con las que trabaja, para asegurarse de que las mismas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos. Además, durante 2021 Dircom promovió el inicio de un trabajo de revisión del código ético de la Asociación, con el fin de presentar una nueva redacción en este 2022
2. Dircom ha venido reconociendo a sus empleados el derecho a la negociación colectiva como un derecho inalienable. De forma activa y con su código ético, Dircom apoya la eliminación de toda forma de trabajo forzoso y hace un seguimiento de las condiciones laborales dentro de la propia organización.

Principio 5: Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

No aplica en nuestro caso, al ser una Asociación Profesional de Comunicación, que es un intangible. No trabajamos en relación con menores.

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

1. Dircom se caracteriza por llevar a cabo una política activa de impulso de la conciliación laboral y familiar de sus empleados. Este impulso también permite que Dircom flexibilice los horarios de trabajo y adapte sus procesos de forma adecuada lo que permite que en 2020 y 2021 en torno a un 40% de su plantilla tuviese alguna medida de conciliación laboral y familiar, bien con una reducción de jornada o bien con una jornada continuada.
2. A lo largo de 2020 y 2021 Dircom implementó medidas de teletrabajo, más allá de la normativa existente en esta materia, a raíz de la Covid. Una vez superados los momentos más duros de la pandemia, y con el fin de mejorar la conciliación de la vida profesional y personal, en Dircom se ha establecido un **20%** de las horas en teletrabajo, lo que supone un día por semana en el que se puede teletrabajar.
3. Dircom tiene un acuerdo con la Asociación Española de Directivos de Responsabilidad Social (DIRSE), para el desarrollo de actividades y programas que resulten en el interés mutuo de promover la función de la comunicación en el seno de las organizaciones, con especial énfasis en las acciones de RSE, para la creación de valor en las organizaciones a través de sus profesionales. A lo largo de sus ediciones ha reunido a varios centenares de profesionales e interesados en responsabilidad social y sostenibilidad. Y han participado las áreas de Recursos Humanos, Comunicación, Compras, Finanzas, Compliance, y otros actores del ecosistema de la sostenibilidad como son los CEO y los emprendedores sociales.
4. Dircom cuenta con una bolsa de empleo que dinamiza entre sus asociados, y más allá de ellos. En la Asociación se reciben curriculums y ofertas de trabajo posibilitando que algunas personas encuentren empleo o cambien de posición.

Principio 7: Las empresas deberán apoyar un enfoque de precaución respecto a los desafíos del medio ambiente

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

PRINCIPIO 9: Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente

1. En la III edición de los **Premios Dircom Ramón del Corral 2020**, se presentaron dos categorías dedicadas a la Responsabilidad Social Corporativa Interna y Externa. Existía también una tercera categoría sobre Informes de Sostenibilidad.

En 2021, conscientes de la importancia que están adquiriendo todos los temas de Responsabilidad Social y los criterios ESG, en la **IV edición de los Premios** se creó un nuevo bloque de categorías bajo la denominación: **Sostenibilidad y criterios ESG** y otro sobre **Comunicación de Propósito**, para dar difusión a las mejores Campañas de Compromiso Social, Compromiso Medioambiental, Buen Gobierno e Informes de Sostenibilidad.

En estos proyectos se valoraron el conjunto de acciones internas y externas y de soportes, integrados de manera coherente, con el objetivo de vincular los valores de la organización con el comportamiento social o ambiental, donde la igualdad, la inclusión, la equidad y la conciliación juegan un papel fundamental.

La creación de los nuevos bloques de categorías supuso un incentivo para que las empresas difundieran sus buenas prácticas en esta materia. Se dio la circunstancia de que fue uno de los bloques de categorías que más candidaturas recibió, **44 candidaturas en total en el bloque de Sostenibilidad y Criterios ESG y 48 en las categorías de Comunicación de Propósito**.

RESULTADOS

- 2020: Más de 4.000 VISUALIZACIONES DE LA GALA EN YOUTUBE
- 2021: Más de 2.200 VISUALIZACIONES DE LA GALA EN YOUTUBE
- **Premios Dircom 2020:** <https://www.dircom.org/wp-content/uploads/2022/04/Repercusiones-en-medios-destacadas-pdrc2020.pdf>
- **Premios Dircom 2021**
<https://wakelet.com/wake/X8rTz8jElFP99GZya4vSE>

2. En materia de medioambiente, Dircom puso en marcha hace ya más de 7 años, y continúa impulsando, a día de hoy, un programa de reducción del impacto ambiental de su actividad, lo que lleva a implantar medidas de reducción y reciclabilidad de sus residuos, la mejora de la eficiencia energética de sus oficinas y la optimización de sus eventos para disminuir el impacto ambiental de los mismos. Así, además de comunicar de forma activa la importancia de luchar contra esta amenaza global, Dircom ha gestionado que aquellos empleados que tengan coches eléctricos puedan cargarlos en la oficina. Las propias oficinas de Dircom son un modelo de accesibilidad y están junto a un intercambiador de transporte.

3. Las oficinas de Dircom en Madrid cuentan con contenedores específicos para la recogida de papel y para la recogida de plásticos y envases.

4. Los Anuarios de la Comunicación 2020 y 2021 fueron digitales. Se ha prescindido del papel en esta publicación y en otras de la Asociación (Guía Adecec, Manual de Comunicación Interna en 2021). Ya con anterioridad a los anuarios digitales, es decir, en el 2018 y 2019 que se publicaron Anuarios de la Comunicación en papel, estos fueron Neutros en Carbono, es decir, las emisiones de gases de efecto invernadero generadas en el proceso de producción de los mismos, se compensaron.

RESULTADOS:

- Anuario Dircom 2020: Más de 150.000 páginas vistas
- Anuario Dircom 2021: 40.000 páginas vistas

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno

1. En 2021 Dircom firmó un acuerdo con las principales asociaciones de periodistas de España (FAPE, APM Y APIE) bajo el título: **Periodistas y dircoms: Un compromiso ético de futuro**, en el que se definen los principios que rigen estas profesiones y cómo deben ser las relaciones entre ambas.

El segundo apartado de este documento recoge una serie de compromisos de los directivos de comunicación, en torno a la información veraz; canalizar y facilitar los contactos entre los profesionales de los medios y los responsables de las empresas de acuerdo con la política de comunicación de éstas (...) la no discriminación entre periodistas y medios; que las estrategias comerciales y publicitarias no deben condicionar el contenido informativo, y el respeto a la confidencialidad en las relaciones entre ambas partes.

El tercer apartado se centra en los compromisos de los profesionales de los medios, compuestos por publicar y difundir información veraz; contrastar las informaciones con varias fuentes solventes; actuar como cortafuegos ante bulos y rumores infundados; trasladar de forma clara plazos y características de la información que solicitan; garantizar la capacidad de empresas e instituciones de aportar su punto de vista y versión de los hechos; seguir las mejores prácticas en reconocimiento de erratas y errores factuales; que las estrategias comerciales o publicitarias de las empresas, incluidas las del medio de comunicación, no deben condicionar el contenido de las informaciones; y no utilizar nunca en beneficio propio las informaciones conocidas de forma anticipada, confidencial o privilegiada como consecuencia de su ejercicio.

El último apartado se ocupa de las relaciones informativas entre dircoms y profesionales de los medios, y se refiere en primer lugar a los acuerdos institucionales y las relaciones publicitarias entre empresas y medios, que no deberán condicionar las informaciones a difundir ni el tratamiento editorial, tampoco si no existen esos acuerdos.

RESULTADOS:

- Impactos en Medios de Periodistas y Dircoms: un compromiso ético para el futuro: https://wakelet.com/wake/BGLF3JNBvZS_KzjrjeJ_M
- Visualizaciones en YOUTUBE del acto de presentación del documento: Cerca de 1.000

2. Dircom presentó en 2021 junto a la Asociación de Empresas Consultoras en Relaciones Públicas y Comunicación, **ADECEC** y la Asociación Española de Profesionales de Compras, Contratación y Aprovisionamientos, **AERCE**, una **Guía de Buenas Prácticas para el proceso de selección de una consultora de comunicación**.

La guía de buenas prácticas de **ADECEC, Dircom y AERCE** propone una serie de puntos clave a tener en cuenta de cara a la elección de una consultora por parte de un cliente. El documento define el *briefing* como un elemento fundamental en el proceso, así como los aspectos claves que hay que tener en cuenta antes de iniciar cualquier tipo de concurso.

Asimismo, el manual comparte **11 buenas prácticas en la organización de un proceso de selección de consultoras**, un proceso que suele estar organizado por el área de compras de la empresa, que es la que valora las condiciones económicas y contractuales de la relación. En ese proceso, según la guía, se deben compartir unos criterios claros de evaluación de las propuestas y ofrecer plazos adecuados y suficientes para la preparación de éstas, entre otras buenas prácticas.

La guía también pone de manifiesto las **buenas prácticas que deben existir en la relación entre cliente y consultora**, como elaborar un contrato claro y detallado con especial atención en los objetivos, definir un sistema adecuado de evaluación de resultados o desarrollar sesiones entre ambos equipos para conocerse mutuamente y entender bien el negocio, entre otros aspectos.

RESULTADOS

- Repercusiones en medios: 20
- Visualizaciones del acto, en Youtube: 500

OTRAS ACCIONES PRÁCTICAS QUE DIRCOM HA DESARROLLADO Y QUE SUPONEN UN COMPROMISO CON EL PACTO MUNDIAL

Proyectos de partenariado sobre sostenibilidad corporativa:

- **Campaña de la X en colaboración con la plataforma del Tercer Sector:**
Dircom se une a la campaña del Tercer Sector para impulsar la Casilla Empresa Solidaria y promover un cambio social. El objetivo de la campaña "Empresas que marcan, para marcar el cambio" es que las compañías marquen en el Impuesto de Sociedades la casilla, voluntaria y gratuita, "Empresa Solidaria". Con esta sencilla acción, las empresas destinarán el 0,7 % de lo recaudado a proyectos sociales.
<https://www.dircom.org/2021/07/05/dircom-se-une-a-la-campana-del-tercer-sector-para-impulsar-la-casilla-empresa-solidaria-y-promover-un-cambio-social/>

- **Campaña Dircom Aragón con la Cámara de Comercio de Zaragoza y el ayuntamiento: “We are back”.** <https://www.camarazaragoza.com/actualidad/ayuntamiento-camara-y-dircom-aragon-apoyan-a-las-pymes-de-zaragoza-con-servicios-de-comunicacion-y-marketing/>
- Creación de una **plataforma de conocimiento para promover la Comunicación en las PYMES** y que esto les ayude en su desarrollo. Diciembre 2021. www.pymes.dircom.org
- **Webinar sobre Diversidad**, en colaboración con la fundación Seres (octubre 2021).
- **Colaboración con la Madrid Woman’s Week** en su programa de 2020, con una mesa sobre Mujeres y Comunicación, con el fin de promover la igualdad en las empresas y reducir la brecha salarial.
Marzo 2020: <https://www.dircom.org/2020/02/25/dircom-y-la-fundacion-woman-s-week-suman-fuerzas-un-ano-mas-para-mostrar-su-compromiso-por-la-igualdad/>