

RSA - PYMES

Empresa evaluada

**PROYECTOS, COMUNICACION Y
PROTOCOLO, S.L.**

CIF: B22428296

C/del Parque 2, piso 4º Dcha. Oficina 3.-

22002 - Huesca

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

PROYECTOS COMUNICACION Y PROTOCOLO S.L.

02 - Dirección - CP - Población

CALLE DEL PARQUE, 2 4º DERECHA

22002 HUESCA

ESPAÑA

03 - Sector. Actividad

Agencia de comunicación. Diseño y Organización de eventos y congresos. Servicio de azafatas. Formación en protocolo.

70.21 / Relaciones públicas y comunicación

82.30 / Organización de convenciones y ferias de muestras

04 - Año comienzo actividad.

05/06/2019

05 - Número de personas empleadas

Según necesidades del mercado

06 - Persona contacto

BLANCA PELEATO ABADIA

652.803.021

<http://comunicacionyprotocolo.com/>

07 - E-mail contacto

asistencia@comunicacionyprotocolo.com

08.- Página web

<http://comunicacionyprotocolo.com/>

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- **Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**
- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

1.1 Información adicional

A nivel global, estamos viviendo un momento de extremada incertidumbre debido a la COVID19 que está asolando el mundo y que está cambiando muchos de los parámetros empresariales que hasta ahora teníamos interiorizados. Esta situación necesita de una respuesta extraordinaria a nivel económico, político, social, medioambiental y empresarial. Respuestas que permitan superarnos y mantener el ritmo, la competitividad y el empleo. En función de esta realidad de cambios y para conocer cuál va a ser el comportamiento del consumidor a partir de ahora, desde Comunicación y Protocolo nos intentamos adaptar a las nuevas demandas económicas, sociales y laborales. En lo referente al sector económico, hemos apostado siempre por la creación de empleo, teniendo 10 empleados a nuestro cargo, hasta que en marzo de 2020, nos vimos obligadas a la realización de un ERTE debido a la cancelación de todos los eventos fijos y mensuales, siendo en verano de 2020, obligada la cancelación de dichos contratos, debido a que la situación no mejoró.

En lo referente a lo político, trabajamos conjuntamente y mantenemos una relación activa, siempre que podemos, con Administraciones Públicas locales y autonómicas. Por ejemplo, cabe destacar, nuestras acciones sin ánimo de lucro durante la crisis sanitaria de la Covid19, donde hemos realizado acciones altruistas con los sanitarios y empleados del Hospital San Jorge de Huesca, así como hemos aportado nuestro trabajo y servicios de manera totalmente, altruista para el bien de la comunidad, aportando nuestras habilidades en el desarrollo y organización de actividades sociales, como una exposición de la pandemia Covid19.

Por otro lado en lo que respecta a lo tecnológico, apostamos por las comunicaciones activas con nuestro público, así como valoramos el uso de las redes sociales, pues comunican y aportan valor a la sociedad en la que vivimos. Somos conscientes que si haces algo, debes comunicarlo. Por último, haciendo hincapié en los focos sociales, hemos apostado siempre por la igualdad de género en nuestros empleados, apostando por la paridad en todos nuestros trabajos realizados.

2.- ¿Cree que las PYMES o pequeñas organizaciones pueden enfrentarse de forma individual a temas como los anteriores?

2.1. Información adicional

Las Pymes pueden enfrentarse y además, apostar por involucrarse en la medida de sus posibilidades por todos los temas anteriores. Desde Comunicación y Protocolo es lo que

hemos hecho y queremos seguir haciendo. Como Pyme no nos podemos desentender de todos los factores externos que nos afectan como empresa, pues queramos o no, nos afectan, al fin y al cabo, por lo que debemos considerarlos un reto. Además, en adición, ahora más que nunca, la tendencia de autónomos, pymes y grandes empresas tendría que ser crear valor, reforzar su identidad y su reputación humana, y esto no se puede lograr si nos desentendemos de temas económicos, políticos, sociales, medioambientales, etc. Son factores que afectan al buen funcionamiento empresarial en todos los sentidos. En Comunicación y Protocolo estamos viviendo una gran crisis económica del sector debido a la Covid19, pero aun así estamos haciendo el esfuerzo por llevar a cabo acciones completamente solidarias y altruistas para nuestra comunidad local y de la región. No nos hemos desentendido nunca de este cometido, aunque obviamente, ahora nos resulta bastante más complicado debido al presupuesto.

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

3.1. Información adicional

Al planificar y distribuir la actividad se incluyen aspectos ambientales como evitar el mayor número de desplazamientos en vehículos.

4.- ¿Existe presupuesto o un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y medioambientales?

4.1. Información adicional

Somos una pequeña empresa y no nos hemos podido permitir todavía destinar parte de nuestro presupuesto a nuevos retos económicos, sociales y ambientales. No obstante, en la medida en lo que hemos ido pudiendo, si que hemos integrado en nuestros planes acciones sociales, sobre todo. Por ejemplo, en nuestra plantilla se contrataba a personas con incapacidades intelectuales, a las cuales se les daba una formación específica para que luego, pudiesen desarrollar normalmente, su trabajo con el resto de sus compañeros. También, hemos trabajado con Plena Inclusión en Aragón, redactando un Manual formativo para Auxiliares de eventos adaptado a personas con discapacidad intelectual o limitaciones cognitivas. En definitiva, en la medida de nuestras posibilidades en nuestro sector, intentamos siempre avanzar en RSC (Responsabilidad Social Corporativa) contribuyendo en ayudar a nuestra comunidad.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

5.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo, conocemos nuestros principales grupos de interés o stakeholders con los que interactuamos en la actividad de la empresa, ya que como se reitero en el curso online, debemos "satisfacer de forma equilibrada el conjunto de diferentes expectativas que mantienen sus Grupos de Interés". El primer paso para satisfacerlos es fomentar y ampliar el dialogo, la escucha y los canales de comunicacio?n de nuestra empresa con ellos para mejorar nuestras relaciones, incluso con los opositores, realizando con ellos sinergias y aprendiendo recíprocamente, pues en definitiva, nuestro objetivo es aumentar la confianza y la seguridad en todos nuestros stakeholders.

6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

6.1. Información adicional

Todavía no nos ha dado tiempo a poder profundizar en técnicas más cualitativas para conocer a nuestros stakeholders. No obstante, lo que si que llevamos a cabo siempre, es un pequeño dialogo con nuestros clientes después de cada evento o trabajo. Así como también, intentamos tener una relación de confianza y cercana con nuestros proveedores y empleados. En concreto, a estos dos últimos los consideramos un público muy activo y que busca de nosotros una seguridad.

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

7.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo, C&P, durante nuestra andadura siempre hemos considerado a nuestro capital humano uno de los valores intangibles más importantes, razón por la cual tenemos un Manual de buenas prácticas y normas de actuación, tanto para nuestros empleados como para el Gobierno de la empresa. El objetivo de este es que sigamos por el camino del buen hacer, reforzar el buen nombre de la empresa y de su equipo y de ser recordados por los clientes como buenos profesionales.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo contamos con un Manual del empleado donde se le explican las buenas prácticas y las pautas de comportamiento que debe llevar a cabo antes de trabajar en la empresa. La formación es un valor intangible muy importante para nosotras, que dota de aptitudes y capacidades a nuestro capital humano. Es por ello, que consideramos que todo nuestro personal debe conocer a fondo nuestros valores y nuestras metas, así como nuestra política de calidad completa hacia nuestros clientes.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

9.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo no tenemos un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado, pero si que nos encontramos inmersas en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social. Somos activas en llevar a cabo acciones de RSC, siempre que podemos y acorde a nuestras posibilidades. Nos hemos enfocado sobre todo, en materia de Responsabilidad social y económica. Como hemos explicado, con nuestro pequeño granito de arena, pretendemos mejorar la sociedad de nuestro entorno más cercano, por ejemplo, contratando siempre que podemos, a personas con alguna discapacidad cognitiva y ofreciéndoles nuestra formación para que puedan desempeñar su trabajo. O por otro lado, en lo referente a la economía, siempre buscamos proveedores locales o la contratación de mano de obra local, fomentando la economía local, puesto que es lo que también nos gusta que hagan con nuestra empresa. Y cabe destacar, que durante la crisis de la Covid19, no hemos dejado de realizar acciones de RSC por y para nuestra comunidad local. Acciones altruistas con los sanitarios locales o aportando nuestro trabajo de manera gratuita para ayudar a actividades sociales de interés para la comunidad.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

10.1. Información adicional

Como hemos explicado, en Comunicación y Protocolo no tenemos un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado, pero si que nos encontramos inmersas en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social. Los objetivos los vamos marcando según van surgiendo nuevas oportunidades de realizar RSC con nuestro entorno interno y externo.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

11.1. Información adicional

No existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes, pero si que creemos firmemente, en la excelencia en la gestión y orientación al cliente. Por ello, conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos. Después de dar por terminado un trabajo, nos ponemos en contacto con nuestro cliente para conocer su feedback; sus puntos positivos y negativos, y de este modo, ver los puntos negativos como una oportunidad para poder seguir mejorando. Por experiencia personal, en Comunicación y Protocolo sabemos que el

dialogo con nuestros clientes es uno de los pilares del sistema de gestión de la RSC. Sin feedback y dialogo, no hay una buena adaptación a nuestro entorno o a nuestro público de interés, por lo que esto se vería repercutido en nuestros resultados a medio plazo.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

12.1. Información adicional

Mediante el feedback por parte de nuestro cliente al finalizar cualquier tipo de trabajo, identificamos las mejoras y las implantamos en los procesos de la empresa para próximos trabajos. La gestión del diálogo con nuestros clientes forma parte fundamental de la gestión de nuestra responsabilidad social, ya sea mediante una reunión presencial o telemática, mediante una llamada telefónica o mediante un correo electrónico.

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

13.1. Información adicional

En cada servicio que ofrecemos, buscamos siempre innovar en calidad y otorgar siempre, un valor añadido. La CALIDAD es nuestro valor principal, así como el objetivo a alcanzar con cada trabajo. La calidad es prioritaria en todas nuestras áreas: dar satisfacción a las necesidades y expectativas del cliente en cada momento con un producto o servicio competitivo y contar con la participación de nuestros consultores y colaboradores externos para mejorarla y ampliar nuestra área de trabajo, impulsando nuevos proyectos.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

14.1. Información adicional

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un servicio responsable como:

- Aplicación de las 3R en materia de residuos
- Controlar que los proveedores de servicios o productos que contratamos para el evento sostenible tengan implantadas medidas o certificaciones ambientales
- Controlar el gasto energético: control de temperaturas, siempre que sea posible buscar la iluminación y ventilación natural.
- Transporte sostenible: garantizar el transporte público, el acceso a pie al evento
- Servicios de catering. Intentar emplear productos y proveedores de carácter local, evitar los envases o material de catering no reciclables o reutilizables, o evitar el empleo de materiales desechables.

- Merchandasing sostenible:
- Accesibilidad: garantizar que el lugar donde se organice el evento sostenible disponga de acceso para personas con discapacidad o movilidad reducida.
- Utilizar medios digitales para la difusión del evento

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

15.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo ofrecemos un servicio posventa integral con la meta de afianzar y mejorar las relaciones con nuestros clientes, garantizando unas políticas y procedimientos justos por nuestra parte. Por ejemplo, al finalizar el servicio de la organización integral de un evento, nos reunimos o nos comunicamos con el cliente para recibir su feedback. Si se detecta alguna incidencia en este, nosotras respondemos a posteriori.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

En cada servicio que ofrecemos y sobre los que el cliente está interesado, se le proporciona información de las características de dicho servicio, informándole de todas las especificaciones, requisitos y condiciones sobre él.

Por ejemplo, en la contratación de personal auxiliar para un evento desde C&P se informa y garantiza al cliente sobre todo lo que incluye la tarifa del servicio. Como por ejemplo, que todo el personal está cualificado. con alta en Seguridad Social y seguros sociales incluidos, que todo el personal está formado adecuadamente para realizar los trabajos contratados, garantizando que todo el personal cuenta con información y formación relativa a las normas y procedimientos de actuación referentes al COVID-19, tal y como indican las recomendaciones de Salud Pública, que el cliente está exento de cualquier responsabilidad hacia nuestro personal, que los responsables de C & P responderán ante cualquier incidencia que pueda surgir en el desarrollo del servicio, que se dispone de seguro de responsabilidad civil el cual podrá solicitarse, etc.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

17.1. Información adicional

En Comunicación y Protocolo tratamos de tener siempre un trato cercano con nuestros empleados, buscando siempre que se sientan a gusto desempeñando su puesto de trabajo, así como que nos hagan llegar sus descontentos directamente. No realizamos

encuestas de satisfacción formales, pero si que nos reunimos e intentamos entablar una comunicación interna activa con nuestros empleados. Sabemos que nuestros empleados son nuestro público interno activo, por lo que es el primero al que tiene que poderse comunicar adecuadamente para lograr los objetivos de nuestra empresa. Cuando una organización tiene un proyecto y quiere lograr unos objetivos, necesita crear un clima interno favorable como primer paso para lograrlo.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

18.1. Información adicional.

Antes de la crisis económica causada por la Covid-19, teníamos empleados con contrato de temporada de manera fija, de septiembre a junio. Con el fin de igualar las oportunidades entre todas las posibles vacantes a los puestos, se realizaban iniciativas para promover la igualdad de oportunidades. Como bien indica la respuesta, se comunicaban los puestos de trabajo vacantes, se realizaba una entrevista en igualdad de condiciones, se promovía la promoción interna, así como también se buscaba la paridad en porcentaje en la medida de lo posible y la contratación de personas con alguna discapacidad cognitiva, colaborando con entidades del sector, como Plena Inclusión.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

19.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Nuestros trabajadores contratados lo hacen por horas, al tratarse de eventos eventuales o fijos, por lo que no se ha dado el caso todavía de poder valorar esta cuestión.

Formación y desarrollo profesional

20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?

20.1. Información adicional.

En Comunicación y Protocolo ponemos a disposición de las personas empleadas formación estándar mediante un Manual del empleado que entregamos a todos los trabajadores que se incorporan antes de desarrollar el trabajo. De igual manera, también llevamos a cabo una reunión previa al trabajo para poder llevar a cabo una pequeña

formación de cómo deben desempeñar su puesto de trabajo. En este línea, en la empresa siempre tenemos disponible formación en Auxiliares de eventos y congresos y en Excelencia en la atención al cliente para que libremente, quien considere necesario, pueda recurrir a esta materia de manera opcional, mejorando su empleabilidad futura.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

21.1. Información adicional.

El Manual del empleado es entregado a todos los trabajadores que se incorporan antes de desarrollar el trabajo.

Seguridad y Salud

22.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?

22.1. Información adicional.

Al comenzar la relación laboral, además de realizar el curso de Prevención de riesgos en puestos de Azafata/o de congresos y eventos, se hace entrega de la siguiente documentación:

- Ejercicios posturales
- Equipos de trabajo eléctricos
- Manipulación manual de cargas
- Medidas de emergencia
- Seguridad en desplazamientos

PROVEEDORES

Compras responsables

23.- ¿Se han definido criterios de compra responsable para los productos, bienes y servicios?

23.1. Información adicional.

Servicios de catering. Intentar emplear productos y proveedores de carácter local para servir el evento. También evitar los envases o material de catering no reciclables o reutilizables, o evitar el empleo de materiales desechables.

Merchandasing sostenible: si en el evento se va a hacer entrega de materiales de difusión o de regalos promocionales, se prioriza los criterios de sostenibilidad a la hora de seleccionar los regalos, (materiales reciclados, materiales sostenibles, de comercio justo o comercio local)

Clasificación y evaluación de proveedores

24.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales y ambientales?

24.1. Información adicional.

Además de la calidad y el precio existen otros criterios para la clasificación y evaluación de proveedores como los aspectos ambientales y sociales

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

25.1. Información adicional.

Como hemos explicado en la primera parte de este cuestionario, son tiempos complicados para nuestro sector, comunicación, eventos, congresos, ferias, etc. lo que ha repercutido en nuestras acciones sociales. Aunque, hemos seguido haciendo acciones sociales en la medida en la que hemos podido. Como ya se ha explicado, hemos colaborado en acciones solidarias con todo el personal sanitario oscense, así como también, aportando nuestro trabajo de manera altruista en acciones en relación a la pandemia, como exposiciones solidarias.

Además, también, podemos aportar a esta cuestión las acciones que llevábamos a cabo antes de la pandemia. Por ejemplo, entre la contratación de personal de temporada, siempre se incluía a una persona con algún tipo de discapacidad cognitiva y se le ayudaba para que aprendiera a desempeñar su puesto correctamente junto con el resto de sus compañeros. Podemos poner un caso real de nuestra empresa. Durante la temporada anual de la liga de futbol se realiza el servicio a auxiliares de protocolo y eventos en las zonas de los palcos, y siempre se incluye a una persona con discapacidad cognitiva, ayudándoles a empoderarse y a introducirse poco a poco en el mercado laboral.

Es por esta razón que se colabora en proyectos afines a la cultura de la empresa sin planificación específica, puesto que dada la situación, no podemos llevar a cabo proyectos de esta tipología.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

26.1. Información adicional.

En Comunicación y Protocolo siempre hemos planificado e implantado proyectos que estén unidos con el negocio y con la comunidad y sus necesidades sociales y económicas. Una parte de nuestro negocio se dedica al protocolo y a la formación, por ello, en el año 2018 colaboramos junto con la Asociación Española de Protocolo en la redacción del Primer

manual de formación para Auxiliares de eventos adaptado a personas con limitaciones cognitivas con motivo de su elaboración y publicación por parte de Plena inclusión Aragón. Por otro lado, también colaboramos con la entidad de acción caritativa y social, Caritas Huesca, dando trabajo a personas en riesgo de exclusión social.

Otra acción a destacar durante la crisis de la Covid19, fue realizar un lote de regalos para sortear en Navidad entre los trabajadores del Hospital de San Jorge durante las Navidades 2020.

Sabemos que cuando mejore la situación económica tras la Covid19, la tendencia tiene que seguir en esta línea, creando valor, reforzando nuestra identidad y nuestra reputación humana con acciones socialmente responsables.

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

27.1. Información adicional

Cuando desarrollamos actuaciones en materia social, a día de hoy, desde Dirección de Comunicación y Protocolo solo lo hemos compartido con el grupo de interés de prensa o medios de comunicación o en su caso, si es un tema de contratación de personas con discapacidad cognitiva, con el cliente en cuestión para que sea consciente de ello.

No obstante, en el futuro y si todo vuelve a su cauce tras la crisis económica de la Covid-19, nos gustaría poder involucrar a más grupos de interés, entre ellos, nuestros empleados.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

28.1. Información adicional

A día de hoy, las acciones que se han ido realizando no se han comunicado abiertamente. Un error por nuestra parte, puesto que como se reiteró en el curso del pasado día 26 de enero, lo que no se comunica, no existe. Por ello, identificamos este terreno como un punto de mejora de cara a continuar avanzando en este ámbito.

En líneas generales, únicamente, se ha comunicado a los medios de comunicación las diferentes colaboraciones que se han realizado, como por ejemplo, la colaboración con la asociación para personas con discapacidad intelectual.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

En Comunicación y Protocolo, estamos especializadas en la comunicación y en la planificación y gestión integral de eventos y congresos para clientes. Por ello, no hemos identificado, registrado y evaluado aquellos aspectos de nuestra actividad y servicios que causan o pueden causar impactos al medio ambiente. No obstante, de manera directa, el entorno ambiental no es afectado negativamente por nuestra actividad. Lo que si que podemos reiterar, es que muchos de nuestros clientes, no trabajan y no apoyan directamente actividades que no cumplan con unos mínimos en comportamiento ético con la sociedad y su entorno. Por ello, de manera indirecta estamos colaborando ofreciendo nuestros servicios a empresas socialmente y medio ambientalmente sostenibles.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

30.1. Información adicional.

Actualmente, no se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar de manera indirecta. Por ahora, no existen actividades en marcha. A pesar de ello, como ya hemos dicho, apostamos por trabajar dando servicio a empresas sostenibles y con buenas prácticas medioambientales. De igual manera, como objetivo a medio plazo, intentaremos apostar por planificar una estrategia de actuación interna con pequeñas tácticas a nuestro alcance de colaboración con Instituciones públicas y privadas para impulsar acciones de desarrollo sostenible y cuidado del medioambiente. Por ahora nuestro pequeño granito de arena, es comprar y proveernos de empresas locales y vecinas, que de alguna manera, fomentan la sostenibilidad local.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

31.1. Información adicional

La aplicación de las 3R en materia de residuos, el control del gasto energético, la economía local y el transporte son los aspectos en los que más nos centramos.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

32.1. Información adicional

Actualmente, no desarrollamos actuaciones en materia ambiental de manera directa. Tan solo llevamos a cabo pequeñas acciones a nivel de oficina, de contrato de proveedores, así como indirectamente, con los clientes con los que trabajamos.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Nuestra fortaleza podría ser el cuidado de nuestro público interno mediante escucha, dialogo, confianza, seguridad y aprendizaje, así como dar la oportunidad siempre que hemos podido, a la contratación de personas con discapacidad cognitiva. En cuanto a lo que se refiere al público externo, otra fortaleza es poseer un grupo de proveedores locales de confianza, fomentando en la medida de lo posible, la economía local.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Las áreas de mejora son muchas, sin lugar a dudas. Teniendo en cuenta la actual situación de crisis económica que nos afecta a Comunicación y Protocolo a causa de la Covid19, todavía son más, ya que nos resulta más complicado poder llevar a cabo acciones en RSC. A pesar de esta situación tan compleja, nuestra esperanza es que mejore a corto plazo y poder cumplir con nuestro objetivo de lograr nuevas aportaciones interesantes y útiles para mejorar en cuestión de RSC. Para conseguirlo deberíamos volver a investigar para conocer si respondemos a las demandas del contexto social actual, investigar cómo implantar un nuevo modelo empresarial sostenible y averiguar cuales son nuestras grietas dentro de nuestra manera de actuar.

Para conseguir el objetivo, nos planteamos unos objetivos más específicos:

- Investigar la situación actual por la que atraviesa nuestra empresa.
- Ver cuáles son las demandas de nuestro público objetivo y de interés.
- Exponer que? demandas cumplimos y cuáles no.
- Diseñar nuevas propuestas y acciones potenciales de comunicacio?n y acción en RSC, que mejoren la reputación e imagen de nuestra marca y aumenten nuestra notoriedad, y al mismo tiempo, que ayuden a mejorar nuestras relaciones.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible

(ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?