

RSA - PYMES

Empresa evaluada

AD HOC GESTIÓN CULTURAL, S.L.

CIF:B99304685

Lugarico de Cerdán 279 D

50195 - ZARAGOZA

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

AD HOC GESTIÓN CULTURAL

02 - Dirección - CP - Población

LUGARICO DE CERDÁN 279 D. 50194 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

Ad Hoc Gestión Cultural es una empresa dedicada a la creación, producción y realización de proyectos turísticos y culturales, cuenta con más de 15 años de experiencia en la realización de todo tipo de servicios a medida, donde la calidad, la creatividad y el compromiso con el cliente son sus señas de identidad.

Sus principales ámbitos de trabajo son los siguientes:

1. La coordinación, planificación y gestión de proyectos culturales y turísticos: AD HOC trabaja sus proyectos entendiendo la gestión desde su concepción más global (dirección, administración, planificación, gestión de recursos humanos, de proveedores, coordinación, gestión económica, gestión del marketing y la comunicación, seguimiento y evaluación del proyecto...) desde su nacimiento hasta su finalización.

2. El diseño, la producción y la ejecución de eventos: Ad Hoc concibe los eventos culturales (congresos, ferias, espectáculos, actividades de animación a la lectura?) como una herramienta para la comunicación y difusión del trabajo y los valores de sus clientes.

3. La formación, el coaching y la consultoría cultural y turística: Con una amplia experiencia en la formación de los sectores turístico y cultural, AD HOC ha impartido más de 700 horas lectivas para diferentes colectivos y clientes como la Federación Aragonesa de Municipios, Comarcas y Provincias (FAMCP); ARAFOREM, Fundación Aragonesa para la formación y el empleo; UGT, Universidad de Zaragoza; Ayuntamiento de Zaragoza y Comarca de la Jacetania.

4. Diseño y producción de exposiciones y museos. Diseño gráfico: Nuestro compromiso con el arte y la cultura nos ha llevado a realizar numerosas exposiciones didácticas, planes museográficos y proyectos expositivos.

04 - Año comienzo actividad.

Ad Hoc comenzó su andadura en el año 2003, con la unión de 2 autónomas, Ana Latorre y Marta Fernández que en el año 2006 se constituyeron en sociedad civil para pasar en 2011 a crear la sociedad limitada desde la que operan en la actualidad.

05 - Número de personas empleadas

Ad Hoc Gestión Cultural es una sociedad limitada compuesta por 2 socias trabajadoras: Marta Fernández y Ana Latorre.

Su actividad se centra en el trabajo por proyectos, por lo que para cada proyecto específico se contrata al personal necesario.

06 - Persona contacto

Marta Fernández Sanz

07 - E-mail contacto

info@adhocgestioncultural.es

08.- Página web

www.adhocgestioncultural.es

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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Ad Hoc Gestión Cultural trabaja con la cultura como materia prima para contribuir a crear un mundo mejor. En nuestra empresa creemos que la cultura y el arte pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas, por lo que diseñamos nuestros proyectos implicando a la población local y estableciendo alianzas con las instituciones políticas implicadas en el desarrollo de los territorios.

Nuestros proyectos y servicios turísticos y culturales tienen en cuenta en su concepción y ejecución los siguientes temas globales:

La generación de empleo y riqueza en el territorio, a través del diseño de proyectos sostenibles en el tiempo, contando con proveedores locales y productos de proximidad

para que la riqueza generada con los proyectos repercuta en la población local. Vigilamos que nuestros proveedores cumplan la legalidad vigente y pagamos un salario justo y responsable por el trabajo de nuestros colaboradores.

Nuestros clientes principales son administraciones públicas por lo que trabajamos para instituciones de diferentes ideologías comprometidas siempre con el trabajo bien hecho y no con un pensamiento político determinado. Trabajamos desde la pluralidad y el respeto.

Así mismo, integramos en el diseño de nuestros proyectos procesos participativos para integrar la opinión de los destinatarios y realizar proyectos adaptados a las necesidades reales de la población.

Nuestro trabajo nos obliga a estar actualizadas constantemente siendo sensibles a las nuevas tendencias y avances científicos y tecnológicos, ya que la cultura implica todas las áreas de la vida y está estrechamente ligada a la identidad de las personas y sentido de pertenencia a un territorio.

Cuando diseñamos un evento, por ejemplo un congreso, tenemos en cuenta la igualdad de género y diseñamos programas con igual representación de hombres y mujeres. Diseñamos proyectos de formación que empoderan a la población en general y en especial a los colectivos con riesgos de exclusión social.

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

Si

2.1. Información adicional

Nuestra empresa, al trabajar con el imaginario colectivo, con la cultura, con la identidad, puede marcar la diferencia con cada proyecto contribuyendo a mejorar la calidad de vida de las personas, bien empoderándolas a través de la formación, bien contribuyendo a crear empleo a través del diseño de productos culturales y turísticos que generen riqueza en los territorios.

A lo largo de nuestros más de 10 años de experiencia profesional hemos realizado proyectos de todo tipo vinculados a los principales retos económicos, políticos, sociales y medioambientales a los que se enfrenta nuestra sociedad.

Por ejemplo, creamos la Feria de Turismo Cultural Románico Blanco con la comarca de la Jacetania con el objetivo de desestacionalizar el turismo y crear nuevos productos de turismo cultural. Trabajamos desde la sostenibilidad (económica, social y medioambiental), analizamos las nuevas tendencias turísticas a través del uso de las nuevas tecnologías, incluimos actividades innovadoras para los participantes, formación, networking... en colaboración con la población local y la asociación de empresarios de la comarca.

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?

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

AD HOC es una empresa de gestión cultural que apuesta por el arte y la cultura como

herramienta para mejorar la calidad de vida de las personas, especialmente de aquellos colectivos más vulnerables. Sus proyectos culturales apuestan por el desarrollo sostenible de los territorios que quieren contribuir a ofrecer soluciones creativas a alguno de los principales retos de nuestra sociedad como la lucha contra el desempleo juvenil (Proyecto europeo Photography for Future), el acceso a la cultura de personas vulnerables (proyecto europeo SceneGrowth) y el cuidado del medio ambiente y la apuesta por el turismo cultural circular (Proyecto europeo Be.Cultour).

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

4.1. Información adicional

Nuestro pequeño tamaño y nuestro trabajo por proyectos hace que en nuestra planificación económica anual sea difícil saber con qué presupuesto vamos a contar ya que trabajamos por proyectos y a través de concurso públicos. Por esta razón, no tenemos un presupuesto/porcentaje fijo establecido.

Nuestra inversión en proyectos sociales y medioambientales depende no sólo de nuestros recursos económicos sino de los recursos humanos disponibles, ya que al ser sólo 2 trabajadoras y socias a veces es muy difícil disponer de tiempo adicional para dedicar a estos proyectos.

Conscientes de esta debilidad, vamos a trabajar para mejorarla.

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.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Nuestros más de 10 años de experiencia en el sector cultural y turístico nos han dotado de un amplio conocimiento de los grupos de interés/stakeholders de nuestro sector, a los que conocemos y con los que dialogamos.

Formamos parte de la Mesa de Servicios y Gestión para la Cultura del Ayuntamiento de Zaragoza, que reúne a los principales agentes culturales de la ciudad y tenemos una reunión mensual para debatir las tendencias y necesidades del sector.

También somos miembros de Procura, la Asociación de Gestores Culturales, públicos y privados, de Aragón, por lo que hablamos con nuestros clientes/colaboradores y conocemos sus intereses y necesidades.

Hemos sido empresa socia del Zaragoza Convention Bureau (2010-2015) y aquí hemos dialogado con los principales agentes turísticos a nivel local, nacional e internacional, desde proveedores, empresas organizadoras de eventos y clientes finales.

También participamos en diferentes programas europeos sobre formación para adultos, donde realizamos encuestas a los grupos de interés para conocer sus necesidades formativas (empresas vinícolas aragonesas ó emprendedores por citar dos ejemplos)

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

6.1. Información adicional

Sí, contamos con mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la empresa como reuniones mensuales, formamos parte de asociaciones y grupos de trabajo y realizamos encuestas para adaptar nuestras propuestas a sus necesidades y expectativas.

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?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

7.1. Información adicional

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la empresa que se revisa periódicamente. Cuando tenemos la incorporación de un nuevo colaborador/proveedor en la empresa, se le informa de nuestro código y manera de trabajar para que nuestros clientes cuenten siempre con la misma calidad en la prestación del servicio y todos nuestros proyectos/servicios se adecuen a nuestros estándares de calidad.

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

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

8.1. Información adicional

Sí, es conocido por todas las personas que trabajan con nosotras y cuando se realiza la incorporación, temporal o permanente, de un nuevo miembro del equipo se realiza una reunión para que lo conozca. Además, se establece un periodo de adaptación/bienvenida donde supervisamos su integración en la empresa.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Estamos abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social, por lo que formar parte de este programa del IAF y aprender de su formación, es muy enriquecedor para nuestra empresa.

Hemos incluido la necesidad de elaborar un plan de responsabilidad social en nuestra empresa a finales de este año y estamos trabajando en su elaboración.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

Todavía estamos en la fase de diseño y no hemos definido aún nuestros indicadores ni objetivos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Al finalizar cada servicio se habla con el cliente y se analiza su satisfacción y posibles áreas de mejora.

También realizamos encuestas para conocer la satisfacción del cliente final y aplicamos las correcciones necesarias para futuros proyectos.

Además, solicitamos un documento de buenas prácticas al finalizar cada proyecto con el objetivo de contar con evidencias por escrito de la satisfacción de nuestro cliente.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

12.1. Información adicional

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y y saber si son exitosas. Para ello realizamos reuniones con el cliente y los destinatarios finales de cada proyecto y/o servicio. También realizamos encuestas al cliente final.

Tenemos protocolos de evaluación diseñados ad hoc para cada producto (un curso de formación, la organización de un eventos...) y aplicamos mejoras continuamente para garantizar la satisfacción del cliente y la innovación.

Además, después de evaluar cada proyecto con el cliente y el destinatario final, reunimos al equipo de trabajo y hacemos una evaluación interna estableciendo las áreas de mejoras y las herramientas de corrección/innovación para futuras ocasiones.

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?

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

Formación continua
Asistencia a foros especializados
Seguimiento tendencias del sector.
Aplicación de los avances del sector en los nuevos proyectos.

Calidad de los productos y servicios

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

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

14.1. Información adicional

los proyectos y servicios que realiza nuestra empresa, trabajan con elementos intangibles como el desarrollo de la autoestima, el fortalecimiento del sentimiento de pertenencia a una comunidad. AD HOC trabaja con el arte y la cultura como herramientas para mejorar la vida de las personas por lo que se presta especial atención a la calidad de nuestros proyectos y servicios. Para ello, se realizan procesos de co-diseño con los destinatarios de nuestros proyectos y un exhaustivo análisis de sus necesidades antes de comenzar cada actividad. El diálogo y la participación son herramientas de seguimiento. Los proyectos establecen un plan de evaluación con indicadores cuantitativos y cualitativos que permiten medir el grado de cumplimiento de nuestros objetivos y garantizan la calidad de los proyectos que realizamos.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

15.1. Información adicional

Ad Hoc realiza un seguimiento de cada uno de sus proyectos culturales, realizando un plan de evaluación de la calidad y satisfacción de las personas participantes que integra no solo aspectos cuantitativos, sino también cualitativos, que le permiten medir la mejora de la calidad de vida de las personas y el aumento de su autoestima (por ejemplo, el plan de evaluación del proyecto Barrios Extraordinarios, que este año celebra su 7ª edición, y cuenta con indicadores de calidad y seguimiento que se revisan y actualizan año tras año con el objetivo de conseguir una mejora continua).

La documentación se archiva y los resultados de la evaluación se comparten con el equipo de trabajo.

Debido a las actividades culturales que realiza AD HOC, la relación con los clientes es la de colaboradores y aliados estratégicos, por lo que se trabaja mano a mano para realizar una evaluación continua de los proyectos y se mantienen activos estos lazos de colaboración y se tejen redes duraderas que permanecen una vez que finaliza el proyecto.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada

de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

16.1. Información adicional

Nuestra empresa cree en la total transparencia informativa al cliente a través de una propuesta detallada, especificando el trabajo que se va a realizar y el coste real que va a tener dejando constancia por escrito de todo esto.

Trabajamos también en la transparencia en los presupuestos y sobretodo en nuestro sector y forma de contratación, donde la transparencia es también un requisito administrativo y toda la información debe estar clara, bien detallada y accesible para el cliente y el ciudadano.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

17.1. Información adicional

Debido al pequeño tamaño de nuestra empresa, nos resulta fácil medir y evaluar la satisfacción de nuestros empleados y colaboradores ya que nuestra relación es cercana y de proximidad.

Realizamos reuniones semanales para repartir el trabajo y comentar las dificultades de cada uno proponiendo soluciones.

Nuestra relación con los proveedores/colaboradores externos también es de proximidad y los integramos en la toma de decisiones de nuestra empresa. Cuidamos de nuestra relación y evaluamos la satisfacción mutua resolviendo rápida y efectivamente los conflictos que puedan surgir.

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)?

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

Nuestra empresa garantiza la igualdad de oportunidades y la no discriminación.

Al ser una empresa de pequeño tamaño el acceso a los puestos de trabajo no es público sino que buscamos colaboradores entre nuestros proveedores y antiguos alumnos. No discriminamos colaboradores por circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura. Nuestros proyectos culturales contemplan la diversidad y la integran.

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?

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Al ser una pequeña empresa es fácil facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral de los trabajadores y colaboradores de la empresa.

Existe flexibilidad horaria, se facilita el teletrabajo.

La dirección establece una reunión con el equipo de trabajo y se establece un trabajo por proyectos y objetivos, con personas responsables de cada tarea y fecha de finalización. La persona que necesita conciliar se organiza el trabajo según sus necesidades.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas.

20.1. Información adicional.

Debido a nuestro pequeño tamaño las necesidades formativas de las trabajadoras/socias se planifican en función de las necesidades de los proyectos específicos de cada año. Hay proyectos que requieren aumentar la formación en determinadas competencias (idiomas, marketing...) por lo que nuestra empresa facilita y se implica económicamente en la formación continua de sus trabajadores.

Además, se favorece la polivalencia de los trabajadores y se incentiva su formación continua. Se incentiva la asistencia a congresos, ferias y eventos relevantes para el sector para estar al tanto de las últimas tendencias.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

21.1. Información adicional.

Las capacidades y competencias del equipo de trabajo se analizan antes de comenzar cada uno de nuestros proyectos y se establece un plan de crecimiento y desarrollo profesional con el equipo para suplir las carencias formativas detectadas. Se cuenta con un plan formativo por competencias profesionales claves.

AD HOC apuesta por la formación continua y mantiene un diálogo constante con sus trabajadores desarrollando un seguimiento del desarrollo de su carrera profesional.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Cada proyecto cultural nuevo, cuenta con su plan de seguridad y salud y los riesgos son revisados con el equipo de trabajo

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

AD HOC cuenta con criterios de compra concretos: apuesta por productores locales, comercio justo y KM 0 para la compra de sus productos y bienes con el objetivo de reducir su huella de carbono y promover la economía circular. Prioriza la compra de productos que generan menos residuos y que no utilizan envases plásticos. Cuando es posible, reutiliza y da una segunda vida a los materiales para evitar la compra innecesario de nuevos productos, reduciendo así su impacto medioambiental.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

24.1. Información adicional.

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

AD HOC valora la responsabilidad social de sus proveedores, a los que convierte en

colaboradores y aliados estratégicos. Por ejemplo, colabora con entidades sociales como Cerámicas el Cierzo en sus actividades culturales, que integran a personas con diversidad funcional y cuenta con un código ético.

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?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

25.1. Información adicional.

Ad Hoc Gestión Cultural colabora con proyectos sociales afines a los valores de la empresa, con iniciativas que también creen que la cultura puede contribuir a crear un mundo mejor a través del empoderamiento de la sociedad civil y del desarrollo sostenible de los territorios.

Su actividad empresarial no puede desligarse de estos proyectos sociales por lo que participa diseñando proyectos para el programa Arte para la Mejora Social de la Fundación La Caixa y colabora con la Universidad de Zaragoza ayudando a los jóvenes a definir su proyecto de futuro a través de la formación y el apoyo al emprendimiento cultural.

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?

Se planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Ad Hoc Gestión Cultural quiere trasladar a la sociedad su experiencia profesional por lo que participa en foros especializados del sector y contribuye a la formación de colectivos en riesgo de exclusión.

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?

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

27.1. Información adicional

Ad Hoc Gestión Cultura comunica a la sociedad en general y a su equipo más próximo de colaboradores y proveedores su compromiso con la sociedad a través de su página web y de sus redes sociales.

Forma de varios proyectos europeos y comparte sus experiencias formativas con colectivos

en riesgo de exclusión social con sus socios (proyecto europeo Typecast). Los aprendizajes obtenidos se comparten en forma de buenas prácticas que benefician al sector y a otros colectivos que trabajan en el mismo sector.

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?

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Se utilizan diferentes herramientas de comunicación para compartir estas acciones y buenas prácticas:

Facebook

Foros especializados

Universidad

Publicación de manuales de buenas prácticas en la intranet de los proyectos (wiggio, Dropbox) para que estén accesibles a los implicados y a los stakeholders o grupos de interés.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

Se tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Aunque la gestión ambiental no está 100% integrada en nuestra empresa, hemos comenzado a trabajar en aspectos concretos que nos ayudan a mejorar nuestra gestión ambiental como son:

El diseño de eventos sostenibles, controlando el uso de los recursos, evitando el despilfarro de comida, imprimiendo sólo la documentación necesaria.... y para ello contamos con un manual de buenas prácticas para la organización de eventos sostenibles

En los proyectos/servicios que diseñamos fomentamos el uso del transporte público y la contratación de proveedores medioambientalmente responsables.

Vigilamos el consumo de papel y agua y hacemos un uso sostenible de la climatización controlando la temperatura mínima en verano y máxima en invierno.

Realizamos mejoras en nuestras instalaciones para conseguir mayor eficiencia energética.

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?

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Tenemos una estrategia frente al cambio climático interna que comunicamos a nuestros trabajadores:

Uso eficiente de la climatización

Ahorro de agua

Gestión de residuos y reciclaje

Uso del transporte público

Elección de proveedores medioambientalmente responsables

Economía circular

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

31.1. Información adicional

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

AD HOC diseña sus productos y servicios culturales centrada en los principios de la economía circular. Para ello cuenta con un plan de acción de reutilización y reciclaje de los materiales que utiliza en sus talleres y actividades culturales y cuando es necesario, apuesta por la compra de nuevos materiales en comercios locales y de KM 0

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?

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

En las propuestas a los clientes se detallan los compromisos ambientales del proyecto/servicio

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)

- 1 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 2 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 3 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa

- 5 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 6 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 7 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 8 - Disponer de presupuesto
- 9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Debido a nuestro pequeño tamaño la relación con los clientes y con los recursos humanos de la empresa es uno de nuestros puntos fuertes debido a la proximidad, la confianza y el conocimiento mutuo. Trabajamos cada día para estar más cerca de nuestros clientes y trabajar de la mano para ofrecerles el mejor producto/servicio para sus necesidades. El trabajo que realizamos es nuestra mejor carta de presentación.

36.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Tenemos que seguir trabajando para tener una gestión medioambiental más eficiente. Además, hemos comenzado ahora a diseñar nuestro plan de RSA, por lo que es un área de mejora que esperamos poder resolver antes de que acabe este año para tenerla integrada en la estrategia de nuestra empresa con unos objetivos e indicadores bien definidos y una dotación de recursos, económicos y humanos adecuada.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.