



# Memoria de Sostenibilidad 2018

SERNUTEC, SERVICIOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS S.L.



**sernutec**

GRI - Diciembre 2018

## INDICE

### CONTENIDO

<b>I- CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES</b> .....	<b>4</b>
<b><i>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</i></b> .....	<b>4</b>
1 DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE .....	4
<b><i>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</i></b> .....	<b>10</b>
2-A-RIESGOS Y OPORTUNIDADES .....	10
3-A NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN .....	11
4-A-MARCAS Y PRODUCTOS .....	11
5-A-LUGAR DONDE SE ENCUENTRA .....	11
6-A PAISES DONDE OPERA .....	11
7-A NATURALEZA DEL REGIMEN DE PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA .....	11
8-A MERCADOS, TIPOS DE CLIENTES Y DESTINATARIOS .....	11
9-A ESCALA DE LA ORGANIZACIÓN .....	12
Sernutec, Servicios y Nuevas Tecnologías, es una empresa del sector de la informática, dedicada al desarrollo de soluciones informáticas en la “nube”, que la propia empresa comercializa entre sus usuarios finales. Estos usuarios o clientes finales, son fundamentalmente AA.PP. de toda España, fundamentalmente ayuntamientos, diputaciones y gobiernos autonómicos. ....	12
La empresa emplea directamente a ocho personas. Durante 2018, la cifra de negocios de la empresa ha sido de 454.756,09 euros de los cuales 83.067,08 euros corresponden al sector privado, mientras que el resto corresponde al sector público. ....	12
10-A NUMERO DE EMPLEADOS POR CONTRATO LABORAL Y SEXO .....	12
10-B NUMERO DE EMPLEADOS FIJOS POR TIPO DE CONTRATO, SEXO y jornada .....	12
10-C TAMAÑO DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO Y SEXO .....	12
10-D tamaño de la plantilla por región .....	13
10-E NATURALEZA DE LA PLANTILLA .....	13
10-F cambios significativos en la plantilla .....	13
11-A MERCADOS, TIPO DE CLIENTES Y DESTINATARIOS .....	13
12-A CADENA DE SUMINISTRO .....	13
13-A CAMBIOS SIGNIFICATIVOS en la organización y su cadena de suministro .....	14
14-A PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN .....	14
15-A PRINCIPIOS ACEPTADOS Y OTRAS INICIATIVAS .....	14
16-A ORGANIZACIONES A LAS QUE PERTENECE .....	14
17-A ENTIDADES EN LOS ESTADOS FINANCIEROS .....	15
18-A DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA .....	15
19-A ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS .....	16
20-A COBERTURA Y ASPECTOS MATERIALES .....	17
22-A REFORMULACIÓN DE MEMORIAS .....	22
23-A CAMBIOS SIGNIFICATIVOS .....	22
<b><i>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</i></b> .....	<b>23</b>
24-A GRUPOS DE INTERÉS .....	23

24-B IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS -----	23
26-A PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN -----	24
27-A CUESTIONES Y PROBLEMAS -----	24
<b>PERFIL DE LA MEMORIA -----</b>	<b>27</b>
28-A PERIODO -----	27
29-A FECHA DE LA ÚLTIMA MEMORIA -----	27
30-A CICLO DE PRESENTACIÓN -----	27
31-A PUNTO DE CONTACTO -----	27
32-A OPCIÓN DE CONFORMIDAD ELEGIDA -----	27
<b>VERIFICACIÓN -----</b>	<b>28</b>
33-A POLÍTICA Y PRÁCTICAS VIGENTES SOBRE LA VERIFICACIÓN EXTERNA -----	28
33-B ALCANCE Y FUNDAMENTO -----	28
33-C RELACIÓN CON PROVEEDORES DE VERIFICACIÓN -----	28
33-D DECISIÓN DE VERIFICACIÓN EXTERNA -----	28
<b>GOBIERNO -----</b>	<b>29</b>
34-A ESTRUCTURA DE GOBIERNO -----	29
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD -----</b>	<b>30</b>
56-A VALORES PRINCIPIOS ESTÁNDARES Y NORMAS -----	30
<b>II- CONTENIDOS BÁSICOS específicos -----</b>	<b>31</b>
<b>ASPECTOS MATERIALES -----</b>	<b>31</b>
<b>INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN -----</b>	<b>32</b>
CATEGORÍA: ECONOMICA - FUNCIONAL -----	32
CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTAL -----	36
CATEGORÍA: SOCIAL -----	37
<b>OBJETIVOS, INDICADORES Y METAS POR GRUPOS DE INTERÉS -----</b>	<b>41</b>
<b>CUENTAS ANUALES -----</b>	<b>52</b>
<b>VERIFICACIÓN EXTERNA -----</b>	<b>53</b>

## I- CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

### ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

#### 1 DECLARACIÓN DEL RESPONSABLE

##### ANTECEDENTES

Sernutec, Servicios y Nuevas Tecnologías, es una empresa de carácter tecnológico fundada en el año 2.001, que tiene su sede en el municipio de Moncada de la provincia de Valencia en España y que ofrece servicios informáticos relacionados con el software y la Red Internet, a clientes públicos y privados de todas las Comunidades Autónomas Españolas.

Desde hace algunos años, la dirección de la empresa de manera intuitiva y por convicción personal, ha ido buscando y poniendo en práctica nuevas formas de relación y gestión con todas las personas y entidades que en el día a día se relacionan con la empresa (grupos de interés), asumiendo su responsabilidad y compromiso en relación con los principales asuntos de interés común.

Profundizando en este camino e inspirados inicialmente en la idea clásica económica de que las organizaciones deben devolver a la sociedad parte de lo que reciben de ella, la dirección de la empresa encontró el concepto de RSC y la idea de sostenibilidad como buen reflejo de las prácticas que se había iniciado de manera informal. A partir de ese momento la empresa asumió una decidida apuesta en varias dimensiones. Por un lado, la Dirección se ha ido formando y especializando en estos conceptos y por otro lado a nivel de gestión, se ha empezado a utilizar una metodología que va a permitir controlar mucho mejor los procesos de negocio para gestionarlos y controlarlos en el marco de la RSC y sostenibilidad. Esta primera fase ha culminado con la obtención de esta primera edición de la Guía de Sostenibilidad en el marco del GRI.

##### DECLARACIÓN

El Director Gerente y Administrador de la empresa D. Francisco Javier Barbé Marchán como responsable principal de las decisiones de la organización hace la siguiente declaración, sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla:

*“En línea con las aportaciones de Porter y Kramer (2011), también asumida por la Comisión Europea en 2011, para nosotros la Responsabilidad Social Corporativa, implica una nueva forma de concebir y gestionar la empresa, donde el objetivo principal es la creación de valor compartido para todas las partes interesadas, en un marco de sostenibilidad económica, social y medioambiental.*

*En este contexto, también intentamos practicar y seguir, lo que Carroll en 1.983 definió como “gestión ética de la empresa”, entendiendo a la empresa como una entidad económica, que afecta a muchas personas en términos de bienestar y riesgos.*

*Propietarios, personal, proveedores, clientes, competidores, sociedad en general, medioambiente y en definitiva todas las personas que afectan o son afectadas por la empresa, forman parte indisoluble de ella, compartiendo el camino y los resultados.*

*Utilizando el lenguaje popular podemos decir que “vivimos y navegamos en el mismo barco”, lo que significa que todos estamos vinculados a través de lazos que exceden de lo meramente contractual.*

*Todas estas personas o grupos de interés (stakeholders), polarizan en mayor o menor medida su actividad y su toma de decisiones a las demandas y necesidades de la empresa, derivándose de ello un importante coste de oportunidad, tanto a nivel profesional, como a nivel personal. Este coste de oportunidad lleva implícita la asunción de determinados riesgos que determinarán en mayor o menor grado, futuros niveles de bienestar.*

*De alguna forma todo está conectado: Los propietarios arriesgan su patrimonio a través de la inversión en la empresa; Las empresas para desarrollar sus actividades requieren de la dotación de capital técnico y humano; Ese capital técnico y humano, se ha formado en parte gracias a los recursos de la sociedad ha puesto a disposición (escuelas, universidades, centros de investigación, Etc.); A su vez, este capital técnico y humano, se enriquece de la especialización que le ofrece la empresa, poniendo a disposición los medios necesarios para desarrollar la actividad...; El personal polariza su vida y sus decisiones en función de los requerimientos derivados del funcionamiento de la empresa; Los proveedores se especializan y toman decisiones de inversión en función de los pedidos de sus clientes: Los clientes apuestan por la empresa trasladando a otras personas los productos y servicios adquiridos, poniendo en juego su prestigio profesional; Las empresas revierten a la sociedad parte de los recibido de ésta, a través de los impuestos y otras acciones; Etc. Etc.*

*Todo este proceso, se desarrolla en un marco que debe perdurar a largo plazo para beneficio de todos los implicados, sin perder de vista a las generaciones futuras, a las cuales deberíamos legarles cuanto menos, las mismas condiciones que nosotros hemos encontrado. La sostenibilidad en sus tres dimensiones (económica, social y medioambiental), debe ser un objetivo general para todas las organizaciones y personas.*

*En el caso de SERNUTEC, este ejercicio 2019 hemos empezado a caminar de manera decidida. Para nosotros, esta memoria de sostenibilidad describe la situación de la empresa como punto de partida y referencia, para ir mejorando en la medida de nuestras posibilidades en sucesivos ejercicios.*

*En función de ello, esta memoria tiene un alcance limitado y circunscrito a la situación en el momento de inicio a finales del 2018 de esta nueva forma de enfoque empresarial, en el cual se han establecido las bases para establecer el contexto de actuación y por consiguiente los aspectos materiales de la empresa, es decir, cómo a criterio de la dirección la empresa es afectada y afecta a la sociedad.”*

## PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

---

Nuestra estrategia a **corto plazo**, es seguir profundizando en las ideas expuestas, a través de la redefinición de nuestro modelo de negocio (ajustando procesos y tareas) para desarrollar un modelo de gestión orientado cada vez más a la satisfacción de todas las personas que nos afectan y son afectadas por nuestro negocio, en un marco de sostenibilidad en términos generales.

Como grandes ejes de actuación, hemos tomado las directrices para PYMES publicadas por Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil, que son:

- Incrementar la transparencia a todos los niveles.
- Reforzar la atención y relación con empleados y colaboradores.
- Trabajar por el medioambiente en nuestro contexto de actuación.
- Involucrar a socios y proveedores.
- Aumentar los vínculos con clientes y consumidores.
- Desarrollar las relaciones con nuestra comunidad local.
- Compromiso con el bien común.

En relación con la transparencia, durante este ejercicio vamos a iniciar una serie de acciones encaminadas a reforzarla. La primera de ellas es empezar a elaborar y publicar periódicamente la memoria de RSC y sostenibilidad de la empresa. En principio se plantea una periodicidad bianual, ya que dos años se considera un periodo razonable para analizar resultados en el corto plazo.

En relación con nuestros empleados y colaboradores, vamos a seguir trabajando en temas tan importantes como la conciliación laboral y familiar, flexibilidad horaria, cualificación y otros importantes aspectos de desarrollo profesional, con especial atención a la no discriminación de la mujer.

En cuanto a nuestro compromiso con el Medio Ambiente, además de abordar cuestiones básicas relacionadas con el reciclado y el consumo responsable, vamos a explorar otras posibilidades en cuanto a la eficiencia energética de componentes electrónicos que normalmente utilizamos y en algunos casos suministramos a clientes y colaboradores.

Vamos a hacer un análisis más profundo de la oferta que nos hacen nuestros proveedores de productos y servicios, para seleccionar aquellos que sean en mayor o menor medida más respetuosos con el entorno y las personas, iniciando con ellos una nueva forma de relación desde la perspectiva de la sostenibilidad medioambiental.

En relación con nuestros clientes y colaboradores, vamos a darles a conocer esta nueva forma de gestionar la empresa, para que la puedan valorar, compartir y asumir en la medida de sus posibilidades. Esto esperamos que tenga especial repercusión en nuestros clientes de carácter público, los cuales también se hallan inmersos en importantes procesos de adaptación y fomento de la RSC y Sostenibilidad

En relación con la Comunidad Local, vamos a explorar espacios de colaboración que puedan suponer la generación de valor compartido, con especial atención a los procesos de formación y prácticas especializadas y otras actividades dirigidas a ayudar, en la medida de nuestras posibilidades, a disminuir los niveles de desempleo en el ámbito local.

Lógicamente todo ello en un objetivo general, que no es otro que buscar el bien común tanto de los grupos de interés implicados, como de las generaciones futuras.

También es importante para nosotros reflejar en esta memoria, que durante 2019 esperamos iniciar el desarrollo de una herramienta de software que va a facilitar la gestión de la relación con los grupos de interés, el seguimiento de las metas establecidas y la mejora continua del sistema. Esta herramienta también va a incorporar un módulo de gestión de la comunicación con todos los grupos de interés. Todo ello va a posibilitar avanzar en la mayoría de los ejes enunciados anteriormente y en especial los relacionados con la transparencia y la relación con los grupos de interés.

Esta herramienta va a dar respuesta a la metodología desarrollada por la Dirección de la Empresa, que tiene como objetivo general reorientar la forma de gestionar las organizaciones, desde un enfoque de solo orientación al cliente a otro distinto, donde lo que se plantea es el enfoque hacia los grupos de interés. La idea que subyace en este objetivo es que, si una empresa es capaz de gestionar bien a todos sus grupos de interés, tendrá éxito y estará contribuyendo a asegurar la sostenibilidad general.

Como dato de valor estratégico, comentar que esta herramienta también se va a poner a disposición de nuestros clientes suponiendo la apertura de una nueva línea de negocio para la empresa.

**A medio plazo**, nuestra estrategia se basa en consolidar la idea de que la RSC y sostenibilidad, implica una nueva forma de gestionar la empresa y en este marco, vamos a, por un lado seguir dando rigor a los procesos internos profundizando en su mejora continua y por otro, a la consolidación de otra línea de negocio para la empresa, basada en la creación de herramientas informáticas dirigidas a fomentar la penetración de la filosofía de la RSC y la Sostenibilidad en las empresas y organizaciones de todo tipo.

**A largo plazo**, el objetivo a nivel interno es funcionar con normalidad gestionando los modelos de negocio de manera responsable y sin que ello suponga esfuerzo adicional, trabajando en armonía con nuestros grupos de interés y convencidos de la necesidad de afrontar los retos relacionados con la Sostenibilidad.

En relación con la estrategia de desarrollo empresarial, nuestro objetivo es constituirnos como empresa referente de suministro de herramientas informáticas y metodologías, relacionadas con la RSC y la sostenibilidad, entre nuestros clientes, con especial atención a las Administraciones Públicas de tipo local.

## TENDENCIAS GENERALES QUE AFECTAN A LA SOSTENIBILIDAD

---

Haciendo un análisis Pestel, se han seleccionado las siguientes categorías de variables:

- Económicas.
- Políticas.
- Tecnológicas.
- Legales.
- Socioculturales.
- Medioambientales.

### **Económicas.**

A nivel económico no es previsible que existan problemas a corto o medio plazo, puesto que la empresa tiene una situación económica buena y un parque de clientes consolidado que consumen sus servicios de suscripción anual. Por otro lado, se está llevando a cabo el plan estratégico de expansión comercial en toda España que durante el ejercicio 2018 está dando sus primeros frutos produciendo un incremento del volumen de negocio de la empresa.

### **Políticas.**

Como ya se ha indicado anteriormente, la empresa trabaja fundamentalmente para la Administración Pública Local. Por ello a corto plazo habrá un momento de incertidumbre por los cambios de gobierno propiciados por las próximas elecciones municipales que se celebrarán en 2019. No obstante, dada la naturaleza de los servicios informáticos contratados (creación de empleo, servicios al consumidor, Etc.) lo más probable es que no se vean afectados por estos cambios en lo relativo a su renovación.

### **Tecnológicas.**

No es previsible que haya problemas relacionados con esta variable, puesto que la empresa está dando los pasos adecuados para mejorar la calidad informática de sus servicios. Durante este ejercicio 2018 la empresa ha migrado sus infraestructuras en la nube a la plataforma Microsoft Azure y actualmente se está certificando en el cumplimiento del Esquema Nacional de Seguridad.

### **Legales.**

Durante el ejercicio 2018 la empresa se está adaptando a los nuevos requisitos establecidos por la Administración Pública para los servicios ofrecidos por la empresa en relación a la seguridad y a requerimientos que debe cumplir relacionados con la RSC y sostenibilidad. Por otro lado, también se está trabajando en obtener la certificación media o alta en el cumplimiento del Esquema Nacional de Seguridad, exigido a empresas que trabajan ofreciendo productos en la nube a las AAPP.

Por otro lado, se abre un periodo de adaptación a la entrada en vigor de la nueva ley de contratos del Sector Público, publicada en 2018, que afectará a los procesos de contratación con las AAPP. No obstante, pensamos que lo que parece una amenaza se convertirá en una oportunidad, puesta que permitirá las contrataciones por periodos de tiempo más extensos.

### **Socioculturales.**

En este campo la empresa deberá estar atenta a los cambios que se puedan producir vinculados a las actitudes que puedan tener los ciudadanos en general, en su forma de relacionarse con la Administración Pública. No podemos olvidar, que muchos de las herramientas que la empresa comercializa entre la Administración Local y Autonómica, son para uso del ciudadano en general.

#### **Medioambientales.**

También en este campo, se tendrá que estar alerta y totalmente alineados con las sensibilidades sociales y las tendencias que paulatinamente se van produciendo y que tienen un impacto directo en como el ciudadano se relaciona con la Administración (por ejemplo, administración electrónica eliminando el uso del papel y otros consumibles). A nivel interno se analizarán cuáles son los impactos mayores de la empresa y se establecerá un plan para intentar reducirlos.

### **SUCESOS LOGROS Y FRACASOS**

---

#### **En lo económico:**

El principal logro está siendo la expansión de la empresa a nivel nacional que ha conseguido abrir cuentas de clientes muy importantes como la Dirección General de Comercio de Madrid, la Dirección General de Empleo de Castilla la Mancha, diversos ayuntamientos en las Islas Canarias y Ayuntamientos importantes como el de Ávila o el de Valencia a través de la Fundación Valencia Activa.

Tal vez el principal contratiempo es el retraso en la consolidación de las cuentas y clientes relacionados con la participación ciudadana, que esperamos crezca en los próximos meses. También esperamos en este periodo incrementar nuestra presencia en asociaciones empresariales y sectoriales.

#### **En lo social:**

Reseñar la obtención del premio nacional de soluciones innovadoras para el comercio minorista, otorgado por el Ministerio de Economía.

Como asignatura pendiente y relacionado con la sostenibilidad, quedan los retos derivados de conseguir una mejor relación con los grupos de interés de la comunidad local (asociaciones, ONG, Etc., de carácter social). Esperamos, con ayuda de la metodología implantada ir mejorando en esta área de actuación durante el ejercicio 2018.

#### **En lo medioambiental:**

Implantar en la empresa la cultura del reciclaje y la necesidad de la sostenibilidad, en una micropyme como la nuestra.

Tal vez el principal tema que queda pendiente, es el protocolizar el proceso de compra para seleccionar productos y servicios que sean respetuosos con el medioambiente y las personas y empezar a generar en la medida de nuestras posibilidades, consciencia de lo que significa la sostenibilidad, entre nuestros proveedores habituales.

### **OPINIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS**

---

Teniendo en cuenta que la empresa ha empezado a formalizar e implantar su compromiso con la RSC y la sostenibilidad a final de 2018, opinamos que los objetivos conseguidos, aunque muy limitados son los esperados y están relacionados sobre todo con el logro de implantar la cultura de la sostenibilidad en la empresa. Esperamos durante el ejercicio 2019 ir consolidando situaciones, en base a la puesta en marcha de la metodología que permitirá ir ajustando los indicadores de desempeño a la realidad de la empresa.

## RETOS Y OBJETIVOS PARA LOS PROXIMOS AÑOS

---

Aunque en el apartado “prioridades estratégicas” se recogen en mayor detalle los retos y objetivos para los próximos años, comentar que el principal reto para 2020 es consolidar el modelo de gestión implantado basado en la metodología descrita anteriormente, que nos permitirá empezar a medir y corregir determinados aspectos relacionados con la gestión diaria. Esto permitirá ir profundizando poco a poco en aspectos relacionados con la sostenibilidad en sus tres niveles.

Los retos y objetivos a más largo plazo, están relacionados con la consolidación de la sostenibilidad económica de la empresa. Esta consolidación económica requiere generar en el resto de España, un volumen de negocio similar al de la Comunidad Valenciana, poniendo a disposición para ello, los medios materiales y humanos necesarios. Todo ello sin perder de vista la evolución positiva de los indicadores relacionados con sostenibilidad social y medioambiental. Todo ello se irá midiendo con ayuda de los indicadores de desempeño definidos para cada uno de los aspectos materiales definidos al efecto.

## DIRECTRICES SEGUIDAS Y MARCO DE ACTUACIÓN

---

La empresa es una micropyme y desarrolla su actividad en el marco del ordenamiento jurídico español por ello puede parecer anacrónico hacer referencia al cumplimiento de cuestiones y principios básicos elementales propios de países en desarrollo.

No obstante, consideramos necesario, mencionar nuestro compromiso con el desarrollo de determinados aspectos contenidos en el marco de referencia compuesto por:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Diez principios de la iniciativa del Pacto Mundial
- Líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- Principios rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos
- Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Aspecto que en muchos casos contienen retos importantes todavía por alcanzar, como los relacionados con la igualdad de la mujer en la sociedad y más concretamente en el mundo laboral (paridad de género, brecha salarial, conciliación laboral, no discriminación, Etc. Etc.) o los relacionados con prácticas anticorrupción o compromisos a escala, con el medioambiente y la sociedad. Por resumirlo en una frase se trata de hacer todo lo que esté a nuestro alcance y en la medida de nuestras posibilidades, para alcanzar los objetivos planteados.

En este sentido, pensamos que puede ser un buen marco de referencia el planteado en el apartado “prioridades estratégicas” relacionado con directrices para PYMES publicadas por Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil.

## PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

---

### 2-A-RIESGOS Y OPORTUNIDADES

A continuación, se repasan los principales riesgos y oportunidades conocidos a día de hoy:

#### RIESGOS

- Cambios políticos: Los cambios políticos son un factor importante en la actividad de la empresa, puesto que generan un cierto nivel de incertidumbre en la continuidad de los servicios contratados en modalidad Saas. Durante el ejercicio 2019, se celebrarán elecciones municipales, autonómicas y nacionales. Como consecuencia de ello puede haber un cambio en las políticas económicas seguidas hasta el momento. No obstante, la experiencia nos dice que una vez se ponen en marcha los servicios, los clientes valoran muy positivamente los resultados obtenidos derivados del uso de las herramientas y toman en consideración también los costes de oportunidad derivados de la no renovación de los servicios.
- También relacionado con los cambios políticos, puede haber un cambio en las políticas económicas seguidas hasta el momento y ello podría afectar a los mercados y a la situación de España en general.
- Recrudescimiento de la crisis: Una vez superados los efectos devastadores de la última crisis mundial, a fecha de hoy nos empiezan a llegar comentarios de analistas económicos mundiales que alertan sobre inminente desaceleración de la economía mundial y posibilidad de nuevos episodios de crisis. Lo positivo para la empresa es que este tipo de grandes olas negativas producidas en la economía mundial suelen llegar con efectos bastante debilitados hasta las contrataciones realizadas por las A.A.P.P.

#### OPORTUNIDADES

- Cambios políticos: Los cambios políticos también se pueden considerar en su aspecto positivo como una oportunidad. La entrada de nuevos cargos públicos con nuevas ideas y ganas de llevar a cabo proyectos en sus respectivos entornos, supone una oportunidad que la empresa debe intentar aprovechar.
- Mayor aceptación de servicios Saas por parte de la Administración: Cabe esperar que la evolución en la adopción de soluciones “cloud” por parte de la Administración Pública, evolucione de manera muy favorable. Esto provocará un incremento en las contrataciones de todo tipo de soluciones, entre ellas las departamentales que son el objeto central de la actividad de la empresa.

- Cambios legislativos beneficiosos: En este sentido mencionar los cada vez mayores condicionantes establecidos por las A.A.P.P. para sus proveedores, relacionados con los registros oficiales como ROLECE, la seguridad informática (E.N.S.), Etc. que, aunque inicialmente supongan un replanteamiento de importantes aspectos de la empresa, al final se convierten en una oportunidad de mejora.

---

### 3-A NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN

SERNUTEC, Servicios y Nuevas Tecnologías, S.L.

---

### 4-A-MARCAS Y PRODUCTOS

Las marcas más importantes de la empresa, están relacionadas con los servicios SaaS comercializados:

PortalEmp ®:

Intrafic ®

Gescomercio ®

OmicWeb ®

Mercanova ®

Los servicios ofrecidos son:

- Desarrollo de software
- Mantenimiento
- Alojamiento
- Soporte técnico
- Formación

---

### 5-A-LUGAR DONDE SE ENCUENTRA

La empresa se encuentra en Moncada (Valencia), España

---

### 6-A PAISES DONDE OPERA

La empresa hasta el momento solo opera en España

---

### 7-A NATURALEZA DEL REGIMEN DE PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA

Es una sociedad limitada participada por dos personas físicas

---

### 8-A MERCADOS, TIPOS DE CLIENTES Y DESTINATARIOS

El cliente objetivo de la sociedad es la Administración Pública, especialmente la Administración Local (ayuntamientos).

El sector es el del software de gestión comercializado como servicio SaaS (software como un servicio o software en la nube).

El ámbito geográfico de la empresa es el Estado Español, donde actualmente tiene presencia en todas las Comunidades Autónomas.

#### 9-A ESCALA DE LA ORGANIZACIÓN

Sernutec, Servicios y Nuevas Tecnologías, es una empresa del sector de la informática, dedicada al desarrollo de soluciones informáticas en la “nube”, que la propia empresa comercializa entre sus usuarios finales. Estos usuarios o clientes finales, son fundamentalmente AA.PP. de toda España, fundamentalmente ayuntamientos, diputaciones y gobiernos autonómicos.

La empresa emplea directamente a ocho personas. Durante 2018, la cifra de negocios de la empresa ha sido de 454.756,09 euros de los cuales 83.067,08 euros corresponden al sector privado, mientras que el resto corresponde al sector público.

El activo total de la empresa ascendió a 589.006,90 euros, con unas reservas de 284.684,29, lo que supone un ratio de reservas sobre activos de 48,33 %.

En relación con el balance de situación de la empresa, el patrimonio neto de la empresa asciende a 318.333,20 euros, con un pasivo de 270.673.70 euros.

#### 10-A NUMERO DE EMPLEADOS POR CONTRATO LABORAL Y SEXO

Número de empleados	Contrato laboral	Sexo
1	Contrato obra o servicio	V
2	Indefinido	H
4	Indefinido	V
1	Contrato de relevo	V

Tabla 1. Plantilla por contrato y sexo.

#### 10-B NUMERO DE EMPLEADOS FIJOS POR TIPO DE CONTRATO, SEXO Y JORNADA

Número de empleados	Tipo de contrato	TIPO DE JORNADA	Sexo
3	Fijo – TECNICO SUPERIOR	COMPLETA	H
4	Fijo – TECNICO SUPERIOR	COMPLETA	V
1	Contrato de relevo– TECNICO SUPERIOR	COMPLETA	V

Tabla 2. Plantilla por tipo de contrato, jornada y sexo.

#### 10-C TAMAÑO DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO Y SEXO

Número de empleados	Tipo de contrato	Sexo
2	Indefinido	H
5	Indefinido	V
1	Contrato de relevo	V

Tabla 3. Plantilla por tipo de contrato y sexo

## 10-D TAMAÑO DE LA PLANTILLA POR REGIÓN

Número de empleados	Región
8	COMUNIDAD VALENCIANA

Tabla 4. Tamaño de la plantilla

## 10-E NATURALEZA DE LA PLANTILLA

La mayor parte de los trabajos requeridos por la organización los desarrollan personal interno con contrato en vigor. Se subcontratan una pequeña parte de los trabajos relacionados con el diseño gráfico y la gestión de infraestructuras Internet.

## 10-F CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA PLANTILLA

No se han observado cambios significativos en la plantilla.

## 11-A MERCADOS, TIPO DE CLIENTES Y DESTINATARIOS

El porcentaje de empleados cubiertos por convenidos colectivos es del 100%

## 12-A CADENA DE SUMINISTRO

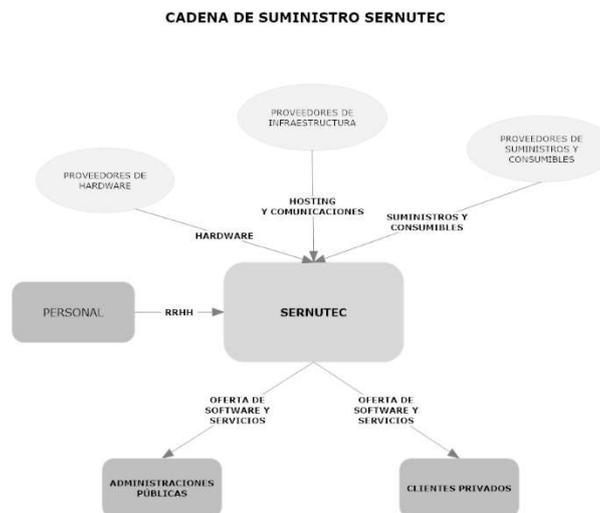


Figura 1. Cadena de suministro.

Sernutec, para desarrollar su actividad consistente principalmente en la oferta de software y servicios, se debe nutrir de los servicios y suministros de tres tipos de proveedores:

- Proveedores de hardware: Necesario para desarrollar su actividad de programación y servicios y residualmente para comercialización.
- Proveedores de infraestructura: Necesarias para ofrecer servicios de hosting para sus productos SaaS.
- Proveedores de suministros y consumibles: Necesarios para hacer funcionar el equipamiento y facilitar el funcionamiento de la oficina.

Con la dotación de estos elementos y el personal contratado, Sernutec produce el software y los servicios que ofrece a sus clientes de la Administración Pública fundamentalmente y a clientes privados residualmente.

---

#### 13-A CAMBIOS SIGNIFICATIVOS EN LA ORGANIZACIÓN Y SU CADENA DE SUMINISTRO

Durante el ejercicio 2018, en el ámbito de las infraestructuras, se ha apostado por ir hacia un alojamiento en la nube y suprimir las infraestructuras de hardware existentes previamente. Concretamente se han contratado todos estos servicios con el proveedor Microsoft Azure.

Con ello se pretende mejorar el rendimiento de las infraestructuras y evitar problemas relacionados con el envejecimiento técnico del equipamiento dedicado a ello.

En el ámbito de la comercialización, se está realizando una expansión a nivel nacional que, aunque avanza lentamente, se ha ido consolidando en un crecimiento del 8 % de la facturación aproximadamente.

---

#### 14-A PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

El principio de precaución se aborda a través de la identificación de los efectos potencialmente negativos relacionados con cada uno de los grupos de interés. De esta forma se definen expectativas, temas/aspectos materiales, asuntos, indicadores y metas, que permiten hacer un seguimiento efectivo sobre la evolución de los mismos.

---

#### 15-A PRINCIPIOS ACEPTADOS Y OTRAS INICIATIVAS

La empresa suscribe, entre otros, los siguientes principios:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU
- Los principios del Pacto Mundial en relación con Derechos Humanos, Normas Laborales y Medio Ambiente.
- Líneas directrices de la OCDE para las empresas multinacionales
- Los cinco principios que rigen la RSC del Observatorio de ESC español
- Directrices para PYMES publicadas por Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil

---

#### 16-A ORGANIZACIONES A LAS QUE PERTENECE

Durante el ejercicio 2018, la empresa es miembro del Registro de Transparencia de la UE, como grupo de interés, en el bloque de Consultorías Profesionales, Bufetes y consultores.

También es miembro de la asociación empresarial ASOTICOM, asociación para el desarrollo de las tecnologías de la información en el comercio.

Ambas organizaciones están alineadas con los objetivos y estrategias de la empresa.

A título personal, pero también relacionado con el funcionamiento de la empresa, el gerente es miembro del Colegio de Economistas de Valencia.

Durante el ejercicio 2019 Y 2020 se van a establecer nuevas asociaciones y alianzas que permitan seguir aportando valor añadido a los grupos de interés.

## ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

La identificación de los “aspectos materiales” de la empresa, se ha realizado tomando en consideración las expectativas y necesidades de los grupos de interés que interactúan con ella y definiendo los temas y asuntos concretos que les preocupan. Para ello se ha utilizado la metodología mencionada anteriormente y que se resume en los siguientes pasos:

### METODOLOGÍA PARA GESTIONAR LA RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Figura 2. Metodología desarrollada y empleada por la empresa.

No obstante, hay que tener en cuenta que, el año 2018, la empresa ha fijado las bases para el funcionamiento de todo el sistema de gestión y control de los grupos de interés, con lo cual los primeros resultados se irán produciendo durante el ejercicio 2019.

## 17-A ENTIDADES EN LOS ESTADOS FINANCIEROS

En el apartado denominado “Anexos” de esta memoria, se puede encontrar copia de las cuentas anuales de la empresa presentadas en el Registro Mercantil de Valencia.

## 18-A DETERMINACIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA

Para determinar el contenido de la memoria, se ha tenido en consideración el trabajo realizado durante el ejercicio 2018, que ayudó a determinar los grupos de interés y sus expectativas y necesidades. A partir de ahí se definieron los objetivos, indicadores y metas que van a permitir durante los ejercicios 2019 y 2020, medir la evolución de la relación con cada Entidad.

Por otro lado, se han seguido las directrices emitidas por GRI, para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

## 19-A ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS

Como ya se ha indicado en el apartado “ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA”, la empresa identificó los aspectos materiales que cubrían las expectativas de cada grupo de interés. Sobre esos temas se establecieron objetivos, indicadores y metas.

Estos aspectos materiales se han relacionado con los ejes del Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil y con las categorías establecidas por GRI. A continuación, se enuncian estos ejes y categorías:

### EJES INSTITUTO ETHOS DE BRASIL

1. Incrementar la transparencia a todos los niveles.
2. Reforzar la atención y relación con empleados y colaboradores.
3. Trabajar por el medioambiente en nuestro contexto de actuación.
4. Involucrar a socios y proveedores.
5. Aumentar los vínculos con clientes y consumidores.
6. Desarrollar las relaciones con nuestra comunidad local.
7. Compromiso con el bien común.

### TODAS LAS CATEGORÍAS GRI

#### 200. **Economía**

- 201. Desempeño económico
- 202. Presencia en el mercado
- 203. Impactos económicos
- 204. Prácticas de adquisición
- 205. Anticorrupción
- 206. Competencia desleal

#### 300. **Medio ambiente**

- 301. Materiales
- 302. Energía
- 303. Agua
- 304. Biodiversidad
- 305. Emisiones
- 306. Efluentes y residuos
- 307. Cumplimiento ambiental
- 308. Evaluación ambiental de proveedores

#### 400. **Desempeño social**

- 401. Empleo
- 402. Relaciones entre los trabajadores-empresa
- 403. Salud y seguridad en el trabajo
- 404. Formación y educación
- 405. Diversidad e igualdad de oportunidades
- 406. No discriminación
- 407. Libertad de asociación y negociación colectiva
- 408. Trabajo infantil
- 409. Trabajo forzoso obligatorio
- 410. Prácticas en materia de seguridad
- 411. Derechos de los pueblos indígenas
- 412. Evaluación de derechos humanos
- 413. Comunidades locales
- 414. Evaluación social de proveedores
- 415. Política Pública

**Tabla 5. Clasificación GRI aspectos materiales.**

En el apartado “II- CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS” – ASPECTOS MATERIALES, se muestra toda la información gestionada por la empresa, vinculando cada uno de los aspectos materiales, con los ejes enunciados anteriormente.

## 20-A COBERTURA Y ASPECTOS MATERIALES

A continuación, se relacionan todos los aspectos materiales identificados por la empresa y clasificados por dimensión y grupo de interés, con expresión de si el aspecto material lo es para la empresa y si también lo es para el grupo de interés.

### CATEGORÍA: ECONÓMICA FUNCIONAL

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	PROPIETARIOS

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
RENTABILIDAD / ESTABILIDAD	SI	SI
RENTABILIDAD/ ESTABILIDAD	<b>SI</b>	<b>SI</b>
FUNCIONAMIENTO ÓPTIMO / ESTABILIDAD	SI	SI
CRECIMIENTO	<b>SI</b>	<b>SI</b>
SOLVENCIA	SI	SI
COMPORT. RESPONSIBLE	<b>SI</b>	<b>SI</b>

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	PERSONAL PROPIO

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
SALARIOS ACORDES	SI	SI
PARTICIPACIÓN DECISIONES	SI	SI
CONCILIACIÓN FAMILIAR	SI	SI
<b>ENTORNO DE TRABAJO</b>	SI	SI
<b>COMPROMISO</b>	SI	SI

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	CLIENTES

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
TARIFAS	SI	SI
CALIDAD	SI	NO
REPUTACIÓN	SI	NO

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	PROVEEDORES

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
CUMPLIMIENTO ACUERDOS	SI	SI
REPUTACIÓN	SI	NO
COMPROMISO	SI	NO

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	BANCOS Y FINANCIACIÓN AJENA

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
SOLVENCIA	SI	SI
ESTABILIDAD EMPRESARIAL	SI	NO
REPUTACIÓN	SI	NO
COMPROMISO	SI	NO
CONDICIONES	SI	NO
CALIDAD	SI	NO



<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	COMUN. SOFT LIBRE

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
COLABORACIÓN	SI	SI

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	EMPRESAS COLABORADORAS

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
COLABORACIÓN	SI	SI
CONTINUIDAD	SI	NO

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA-FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	ASOCIACIONES EMPRESARIALES

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
NECESIDADES EMPRESARIALES	SI	SI
CAPACIDAD COLABORATIVA	SI	NO

CATEGORÍA: SOCIAL

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
NOTICIAS	SI	NO
PUBLICIDAD	SI	SI

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	REDES SOCIALES

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
NOVEDADES Y NOTICIAS	SI	SI
COMPROMISO	SI	NO
REPUTACIÓN	SI	NO
NIVEL DE DIFUSIÓN	SI	SI

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	REGULADOR

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
LEGISLACIÓN	SI	SI
PARTICIPACIÓN	SI	SI
INFORMACIÓN	SI	SI



<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	COMUNIDAD LOCAL

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
COLABORACIÓN	SI	SI
EMPLEO	SI	SI
REPUTACIÓN / NOTORIEDAD	SI	SI

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
SENSIBILIDAD	SI	SI
CAPACIDAD	SI	NO
REPUTACIÓN	SI	NO



---

CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTAL

<b>DIMENSIÓN</b>	MEDIOAMBIENTAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	GESTORES DE RESIDUOS

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
GENERACIÓN	SI	SI
SERVICIO	SI	NO

<b>DIMENSIÓN</b>	MEDIOAMBIENTAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	MATERIAL DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN	MATERIAL FUERA DE LA ORGANIZACIÓN
SENSIBILIDAD	SI	SI
CAPACIDAD	SI	SI
REPUTACIÓN	SI	SI

Tabla 6. Aspectos materiales identificados en la empresa.

---

22-A REFORMULACIÓN DE MEMORIAS

No se ha realizado ninguna reformulación, puesto que es la primera memoria de sostenibilidad que emite la empresa.

---

23-A CAMBIOS SIGNIFICATIVOS

No se ha realizado ningún cambio, puesto que es la primera memoria de sostenibilidad que emite la empresa.

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

### 24-A GRUPOS DE INTERÉS

Para la correcta identificación de los grupos de interés, se creó el grupo de trabajo seleccionando a las personas de la empresa que, normalmente se hayan más en contacto con los grupos de interés (nivel operacional) o que tienen una visión más estratégica de éstos (nivel de dirección). También se buscó una representación del grupo clientes y se contó con la visión del grupo “propietarios” en la persona del gerente y uno de los propietarios de la empresa.

La siguiente tabla relaciona a las personas que constituyeron el grupo de trabajo. Comentar que previamente se les ha pedido autorización para mencionar sus nombres en este trabajo:

DIMENSIÓN	ECONÓMICA-FUNCIONAL
GRUPO DE INTERÉS	PROPIETARIOS
GRUPO DE INTERÉS	PERSONAL PROPIO
GRUPO DE INTERÉS	CLIENTES
GRUPO DE INTERÉS	PROVEEDORES
GRUPO DE INTERÉS	BANCOS Y FINANCIACIÓN AJENA
GRUPO DE INTERÉS	COMUN. SOFT LIBRE
GRUPO DE INTERÉS	EMPRESAS COLABORADORAS
GRUPO DE INTERÉS	ASOCIACIONES EMPRESARIALES

DIMENSIÓN	SOCIAL
GRUPO DE INTERÉS	MEDIOS DE COMUNICACIÓN
GRUPO DE INTERÉS	REDES SOCIALES
GRUPO DE INTERÉS	REGULADOR
GRUPO DE INTERÉS	COMUNIDAD LOCAL
GRUPO DE INTERÉS	TERCER SECTOR

DIMENSIÓN	MEDIOAMBIENTAL
GRUPO DE INTERÉS	GESTORES DE RESIDUOS
GRUPO DE INTERÉS	TERCER SECTOR

Tabla 7. Grupos de interés identificados.

### 24-B IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Como ya se ha indicado, la identificación se ha llevado a cabo desde la reflexión realizada por un grupo de trabajo constituido al efecto, sobre cómo la organización puede afectar o puede verse afectada por el grupo de interés. De esta forma se ha intentado contextualizar de manera realista la materialidad de la empresa y los actores intervinientes. El grupo de trabajo fue constituido por:

<i>PERSONAS</i>	<i>CENTRO U ORGANIZACIÓN EN EL CUAL DESARROLLA SU ACTIVIDAD</i>	<i>CARGO O FUNCIÓN DESARROLLADA</i>
<i>Fco. Javier Domínguez Palacios</i>	Sede empresa en Moncada (Valencia)	Coordinador de proyectos y responsable de atención al cliente y representante del grupo de interés "personal propio"
<i>Sara Barbé Garay</i>	Sede empresa en Moncada (Valencia)	Responsable de marketing – Community manager y experta en el grupo de interés "redes sociales"
<i>Jose M<sup>a</sup> Martínez Santamaría</i>	Ayuntamiento de Paterna	Representante del grupo de interés "clientes"
<i>Fco. Javier Barbé Marchán</i>	Sede empresa en Moncada (Valencia)	Gerente y Director Comercial y representante del grupo de interés "propietarios"

**Tabla 8. Interlocutores representantes de grupos de interés.**

El análisis de los grupos de interés sigue abierto, puesto que la realidad de las organizaciones se realiza en un contexto cambiante, en el que pueden aparecer y desaparecer los actores intervinientes. No obstante, la intención de Sernutec es seguir avanzando en el conocimiento y relación con los grupos de interés a través de nuevos mecanismos que se irán implementando durante el ejercicio 2019.

## 26-A PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN

Aunque la memoria presentada es un punto de partida, para la elaboración de esta memoria y definición de la materialidad, se contó con la participación de una representación de los propietarios, personal de la empresa y clientes, tal y como se muestra en el apartado 26. A continuación se muestra un cuadro con la tipología de los grupos representados:

<i>PERSONAS</i>	<i>GRUPO DE INTERÉS REPRESENTADO</i>
<i>Fco. Javier Domínguez Palacios</i>	PERSONAL
<i>Sara Barbé Garay</i>	REDES SOCIALES
<i>Jose M<sup>a</sup> Martínez Santamaría</i>	CLIENTES
<i>Fco. Javier Barbé Marchán</i>	PROPIETARIOS - DIRECTIVOS

**Tabla 9. Participantes con expresión del grupo representado.**

No obstante, dentro de las previsiones de la empresa para el ejercicio 2019, está la creación una herramienta de software que permite gestionar la comunicación con los distintos grupos de interés, a través de un Portal en Internet, que va a permitir realizar un seguimiento exhaustivo sobre todos los aspectos materiales que interesan a cada representante de las entidades que constituyen los grupos de interés.

## 27-A CUESTIONES Y PROBLEMAS

En el anexo "Objetivos, indicadores y metas", que se puede encontrar en el apartado "Anexos" de esta memoria, se detallan exhaustivamente los aspectos identificados por cada grupo de interés, así como los temas y asuntos con expresión de los objetivos definidos y los indicadores y metas para poder conseguirlos.

Por otro lado, el reto que se plantea a partir de este momento, es hacer un seguimiento activo que permita mantener una relación fluida con los distintos tipos de interés. Para ello, la empresa intenta identificar a los interlocutores válidos de cada grupo de interés, establecer el canal de comunicación habitual y definir una periodicidad adecuada para mantener contactos y/o reuniones. A continuación, se ha elaborado un cuadro que resume el trabajo realizado por la empresa:

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONOMÍA - FUNCIONAL</b>
------------------	-----------------------------

<b>GRUPO DE INTERES</b>	<b>ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE</b>	<b>INTERLOCUTOR</b>	<b>CANAL DE COMUNICACIÓN HABITUAL</b>
<b>PROPIETARIOS</b>	NO APLICA	JAVIER BARBÉ	NO APLICA
<b>PERSONAL PROPIO</b>	NO APLICA	TODOS	REUNIONES SEMANALES
<b>CLIENTES</b>	TODAS	RESPONSABLES DE CADA EMPRESA	EXTRANET
<b>PROVEEDORES</b>	TODAS	RESPONSABLES DE CADA EMPRESA	EXTRANET
<b>BANCOS</b>	BANKIA	RESPONSABLE SUCURSAL	REUNIONES ANUALES
<b>BANCOS</b>	ING DIRECT	SERVICIO TELEFÓNICO	REUNIONES ANUALES
<b>COMUNIDAD DE SOFTWARE LIBRE</b>	TODAS	TODOS	FOROS SOFT LIBRE
<b>EMPRESAS COLABORADORAS</b>	TODAS	GERENTES	REUNIONES TRIMESTRALES EMAIL
<b>ASOCIACIONES EMPRESARIALES</b>	TODAS	GERENTES	ASAMBLEAS ANUALES
<b>COLEGIOS Y ASOCIACIONES PROFESIONALES</b>	COLEGIO DE ECONOMISTAS	DECANO	REUNIÓN ANUAL

**DIMENSIÓN SOCIAL**

GRUPO DE INTERES	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE	INTERLOCUTOR	CANAL DE COMUNICACIÓN HABITUAL
MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TODOS	RESPONSABLE DE ÁREA	EXTRANET - TELÉFONO
REDES SOCIALES	NO APLICA	TODOS	ENTORNO DE CADA RED
REGULADOR	UNIDADES ADMINISTRATIVAS EN CADA CASO	RESPONSABLES DE SERVICIO	ASESORES Y GESTORES
COMUNIDAD LOCAL	TODAS	A DETERMINAR	EXTRANET - VISITAS PUNTUALES
TERCER SECTOR	TODAS	A DETERMINAR	EXTRANET - VISITAS PUNTUALES

**DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL**

GRUPO DE INTERES	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE	INTERLOCUTOR	CANAL DE COMUNICACIÓN HABITUAL
GESTORES LOCALES DE RESÍDUOS	TODOS	GERENTES	TELÉFONO
ORGANIZACIONES FINES MEDIOAMBIENTALES	TODAS	RESPONSABLES	EXTRANET

**Tabla 10. Interlocutores y canales de comunicación identificados**

Para facilitar la comunicación con grupos de interés con muchos componentes, como por ejemplo los clientes, se está trabajando en la creación de un sistema de comunicación de tipo extranet, donde se podrá gestionar toda la problemática derivada del mantenimiento de una comunicación fluida.

## PERFIL DE LA MEMORIA

---

### 28-A PERIODO

Esta memoria define un punto de partida de la empresa en la senda de la sostenibilidad y de la transparencia, que intenta hacer una fotografía de la situación inicial de la empresa a 31 de Diciembre de 2018.

La próxima memoria se emitirá a 31 de Diciembre de 2020 y contemplará todo el camino recorrido durante el periodo 2019-2020.

---

### 29-A FECHA DE LA ÚLTIMA MEMORIA

Ésta, es la primera memoria emitida por la empresa.

---

### 30-A CICLO DE PRESENTACIÓN

La empresa quiere publicar sus avances y situación con periodicidad bianual.

---

### 31-A PUNTO DE CONTACTO

#### DATOS Y PERSONA DE CONTACTO DE LA EMPRESA A EFECTOS DE LA MEMORIA

Nombre: Sernutec, Servicios y Nuevas Tecnología, S.L.

Dirección: C/ Mestre Miguel Buendía, 12-B

Población: Moncada

Código Postal: 46113

Provincia: Valencia

Responsable: Francisco Javier Barbé Marchán

Cargo: Gerente

Email de contacto: [sernutec@sernutec.com](mailto:sernutec@sernutec.com)

Teléfono: +34 961309114

---

### 32-A OPCIÓN DE CONFORMIDAD ELEGIDA

La empresa ha elegido la opción “Esencial” para la publicación de la memoria, con el siguiente especificado en la página 1.

## VERIFICACIÓN

---

### 33-A POLÍTICA Y PRÁCTICAS VIGENTES SOBRE LA VERIFICACIÓN EXTERNA

Con el objetivo de ofrecer la mayor transparencia posible, la empresa ha elegido que la verificación de la memoria sea realizada por una organización externa e independiente.

---

### 33-B ALCANCE Y FUNDAMENTO

El alcance y fundamento se especifican en el informe de verificación externa.

---

### 33-C RELACIÓN CON PROVEEDORES DE VERIFICACIÓN

Como ya se ha indicado, no existe relación alguna entre la empresa o sus responsables y la empresa de verificación externa, más allá de la correspondiente relación mercantil.

---

### 33-D DECISIÓN DE VERIFICACIÓN EXTERNA

La decisión de implantar la cultura de la sostenibilidad, de la publicación de esta memoria y de su verificación externa, ha sido tomada por sus propietarios o partícipes, a través de la junta general de la empresa.

Posteriormente, a través de las reuniones de coordinación semanales, se han trasladado estas decisiones al personal propio, intentando consensuar y explicar el contexto en el que quiere desarrollar la empresa su actividad.

## GOBIERNO

---

### 34-A ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Sernutec, es una empresa que tiene forma jurídica de sociedad limitada por lo tanto el órgano formal de decisión es la junta general compuesta por los partícipes, que se reúne todos los años. No obstante, a nivel operativo, las decisiones principales relacionadas con las dimensiones económicas, sociales y medioambientales, se plantean en el Comité de Dirección compuesto por el Gerente, el Director Comercial y el Director de Técnico.

## ETICA E INTEGRIDAD

### 56-A VALORES PRINCIPIOS ESTÁNDARES Y NORMAS

Cómo ya se explicó en el apartado “Estrategia y análisis”, desde hace algunos años, la dirección de la empresa ha ido buscando y poniendo en práctica nuevas formas de relación y gestión con todas las personas y entidades que en el día a día se relacionan con la empresa (grupos de interés), asumiendo su responsabilidad y compromiso en relación con los principales asuntos de interés común.

La dirección de la empresa encontró el concepto de RSC y la idea de sostenibilidad como buen reflejo de las prácticas que se había iniciado de manera informal. A partir de ese momento la empresa asumió una decidida apuesta en varias dimensiones.

La Dirección ha empezado a utilizar una metodología que va a permitir controlar mucho mejor los procesos de negocio para gestionarlos y controlarlos en el marco de la RSC y sostenibilidad. Esta primera fase ha culminado con la obtención de esta primera edición de la Guía de Sostenibilidad en el marco del GRI.

El objetivo principal es la creación de valor compartido para todas las partes interesadas, en un marco de sostenibilidad económica, social y medioambiental.

Todo este proceso, se desarrolla en un marco que debe perdurar a largo plazo para beneficio de todos los implicados, sin perder de vista a las generaciones futuras, a las cuales deberíamos legarles cuanto menos, las mismas condiciones que nosotros hemos encontrado. La sostenibilidad en sus tres dimensiones (económica, social y medioambiental), debe ser un objetivo general para todas las organizaciones y personas.

En relación con el Medio Ambiente, además de abordar cuestiones básicas relacionadas con el reciclado y el consumo responsable, vamos a explorar otras posibilidades en cuanto a la eficiencia energética de componentes electrónicos que normalmente utilizamos y en algunos casos suministramos a clientes y colaboradores.

Como marco de referencia, se han tomado las directrices para PYMES publicadas por Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil y las directrices del GRI.

Es importante mencionar que como muestra de nuestro decidido camino hacia la RSC y sostenibilidad, hemos iniciado un proceso de inversión para el desarrollo de una herramienta de software que va a facilitar la gestión de la relación con los grupos de interés, el seguimiento de las metas establecidas y la mejora continua del sistema. Esta herramienta también va a incorporar un módulo de gestión de la comunicación con todos los grupos de interés. Todo ello va a posibilitar avanzar en la mayoría de los ejes enunciados anteriormente y en especial los relacionados con la transparencia y la relación con los grupos de interés.

Por último, hay que indicar que, durante 2019, uno de los objetivos es el de redactar un código ético que regule las actividades esenciales de la empresa con todos los grupos de interés.

## II- CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

### ASPECTOS MATERIALES

Tal y como se han indicado en el apartado “ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA”, durante el proceso de definición, se identificaron los aspectos materiales que cubren las expectativas de cada grupo de interés y que en su conjunto definen la materialidad de la empresa en su conjunto.

Siguiendo la metodología aplicada por la empresa, sobre los aspectos materiales identificados, se establecieron objetivos, indicadores y metas. En la sección “INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN”, aparecen relacionados de manera pormenorizada, utilizando la tabla 11. “Aspectos materiales por dimensión, relacionado con los ejes Ethos y GRI”.

Como grandes ejes de actuación, hemos tomado las directrices para PYMES publicadas por Instituto Argentino de RSE junto con el Instituto Ethos de Brasil, que a continuación se detallan:

1. Incrementar la transparencia a todos los niveles.
2. Reforzar la atención y relación con empleados y colaboradores.
3. Trabajar por el medioambiente en nuestro contexto de actuación.
4. Involucrar a socios y proveedores.
5. Aumentar los vínculos con clientes y consumidores.
6. Desarrollar las relaciones con nuestra comunidad local.
7. Compromiso con el bien común.

También se han tomado como referencia las directrices planteadas por GRI en el enfoque a la gestión e indicadores, relacionados en la Tabla 5. “Clasificación GRI aspectos materiales”.

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

A continuación, se repasan, por cada una de las dimensiones de la sostenibilidad, todos los aspectos materiales, relacionándolos con los ejes planteados anteriormente.

### CATEGORÍA: ECONOMICA - FUNCIONAL

En relación con la dimensión económica, destacamos en el marco del eje GRI 205 “Anticorrupción”, que uno de los objetivos establecidos por la empresa como planteamiento de mejora, es la creación de un código ético que, aunque hasta ahora se haya estado cumpliendo por la empresa de manera informal, es necesario que se formalice durante el siguiente periodo. Para la empresa es muy importante transmitir a todos sus grupos de interés que todas las actividades realizadas por ella están dentro de un estricto marco de Ética empresarial, que está por encima de cualquier otra condición económica que se pueda plantear.

Por otro lado, también es de destacar en cuanto al desempeño económico (GRI 201), que para la empresa es muy importante la estabilidad empresarial y la solvencia económica. Ello se refleja en el elevado porcentaje de reservas voluntarias (48,33% del Activo Total) y el objetivo futuro de mantenerlo, planteado en los indicadores de gestión, que más adelante se muestran.

La siguiente tabla muestra los aspectos materiales de la dimensión económica (GRI 200), con indicación de los objetivos planteados por la empresa para el próximo periodo:

EJE GRI	TEMAS GRI	ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO
GRI 200	ECONÓMICOS	COMPORT. RESPONSABLE	IMPLANTAR GRI
GRI 200	ECONÓMICOS	CUMPLIMIENTO ACUERDOS	CUMPLIMIENTO DE PLAZOS DE ENTREGA
GRI 200	ECONÓMICOS	CUMPLIMIENTO ACUERDOS	CUMPLIMIENTO DE LOS PLAZOS DE PAGO
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	RENTABILIDAD / ESTABILIDAD	MANTENER RENTABILIDAD
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	RENTABILIDAD/ ESTABILIDAD	MANTENER RENTABILIDAD
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CRECIMIENTO	INCREMENTAR LA FACTURACIÓN
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	SOLVENCIA	MANTENER RESERVAS VOLUNTARIAS
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	COMPROMISO	MEJORA DE LAS INFRAESTRUCTURAS
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	TARIFAS	CONSEGUIR POLÍTICA DE TRANSPARENCIA DE TARIFAS ENTRE POSIBLES CLIENTES
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CALIDAD	CUMPLIMIENTO DE PLAZOS PROYECTOS
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	SOLVENCIA	OBTENER RENTABILIDAD
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	SOLVENCIA	MANTENER – INCREMENTAR LA LIQUIDEZ
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	SOLVENCIA	OBTENER BENEFICIOS
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	COMPROMISO	APOYO EN MOMENTOS PUNTUALES
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CONDICIONES	PERMISIVIDAD EN DESCUBIERTOS PUNTUALES
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CONDICIONES	TARIFAS JUSTAS
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CONDICIONES	MANTENER – INCREMENTAR EL LIMITE DE FINANCIACIÓN
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CALIDAD	TIEMPOS DE RESPUESTA A SOLICITUDES DE FINANCIACIÓN

GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CALIDAD	FACILIDAD DE OPERATORIA EN BANCA ONLINE
GRI 201	DESEMPEÑO ECONÓMICO	CALIDAD	TIEMPO RESPUESTA PLATAFORMA ONLINE
GRI 202	PRESENCIA EN EL MERCADO	FUNCIONAMIENTO ÓPTIMO / ESTABILIDAD	INCREMENTAR EL NIVEL DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO POTENCIAL
GRI 202	PRESENCIA EN EL MERCADO	CRECIMIENTO	INCREMENTO DEL NÚMERO DE SUSCRIPCIONES DE SERVICIOS SAAS
GRI 203	IMPACTOS ECONÓMICOS	ESTABILIDAD EMPRESARIAL	COMPROBAR SOLVENCIA DEL BANCO
GRI 205	ANTICORRUPCIÓN	COMPORT. RESPONSABLE	QUE EXISTA CÓDIGO ETICO

**Tabla 11. Aspectos materiales económicos clasificados por eje del GRI**

A continuación, también mostramos la totalidad de los temas que constituyen la materialidad de la empresa en la dimensión económica (GRI 200), con expresión de los ejes Ethos y GRI, con los que están incardinados, clasificados por dimensión y grupo de interés.

Posteriormente, en el apartado “Anexos” (“Objetivos, indicadores y metas”), se incluye una vista parcial del cuadro de indicadores de la empresa, donde se pueden ver las metas planteadas para el ejercicio 2.020, para cada uno de los indicadores de gestión definidos.

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONÓMICA FUNCIONAL</b>
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	<b>PROPIETARIOS</b>

<b>ASPECTOS MATERIALES</b>	<b>EJE ETHOS</b>	<b>EJE GRI</b>
RENTABILIDAD / ESTABILIDAD	1	GRI 201
RENTABILIDAD/ ESTABILIDAD	1	GRI 201
FUNCIONAMIENTO ÓPTIMO / ESTABILIDAD	1	GRI 202
CRECIMIENTO	1	GRI 202
SOLVENCIA	2-4	GRI 201
COMPORT. RESPONSABLE	1-4-7	GRI 200

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONÓMICA FUNCIONAL</b>
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	<b>PERSONAL PROPIO</b>

<b>ASPECTOS MATERIALES</b>	<b>EJE ETHOS</b>	<b>EJE GRI</b>
SALARIOS ACORDES	1-2	GRI 401
PARTICIPACIÓN DECISIONES	1-2	GRI 402
CONCILIACIÓN FAMILIAR	2	GRI 402
ENTORNO DE TRABAJO	2	GRI 403
COMPROMISO	1-2-7	GRI 406

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONÓMICA FUNCIONAL</b>
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	CLIENTES

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	
TARIFAS	1-5	GRI 201
CALIDAD	1-5	GRI 405
REPUTACIÓN	1-5-7	GRI 400

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONÓMICA FUNCIONAL</b>
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	PROVEEDORES

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
CUMPLIMIENTO ACUERDOS	4	GRI 200
REPUTACIÓN	1-4-7	GRI 414
COMPROMISO	1-4-7	GRI 414

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>ECONÓMICA FUNCIONAL</b>
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	BANCOS Y FINANCIACIÓN AJENA

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
SOLVENCIA	4	GRI 201
ESTABILIDAD EMPRESARIAL	4	GRI 203
REPUTACIÓN	1-4-7	GRI 400
COMPROMISO	4	GRI 201
CONDICIONES	4	GRI 201
CALIDAD	1	GRI 400

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	COMUN. SOFT LIBRE

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
COLABORACIÓN	2-7	GRI 400

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	EMPRESAS COLABORADORAS

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
COLABORACIÓN	2	GRI 400
CONTINUIDAD	2	GRI 400

<b>DIMENSIÓN</b>	ECONÓMICA FUNCIONAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	ASOCIACIONES EMPRESARIALES

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
NECESIDADES EMPRESARIALES	1-2	GRI 404
CAPACIDAD COLABORATIVA	1-2	GRI 400

Tabla 12. Aspectos materiales económicos clasificados por grupo de interés y eje del GRI

## CATEGORÍA: MEDIOAMBIENTAL

En el plano medioambiental y fundamentalmente en el eje GRI 306 “Efluentes y residuos”, es de destacar el camino iniciado por empresa que le va a ayudar en primera instancia a conocer la tipología de los residuos que está generando la empresa y en segunda, a llevar un estricto control de estos residuos, colaborando con gestores autorizados que le permitan conocer la cantidad y tipología de estos, además consiguiendo un adecuado tratamiento de ellos.

Sernutec, es una empresa del sector de la informática y como consecuencia, muchos materiales e instrumentos de hardware quedan obsoletos periódicamente, por lo cual el tratamiento de estos residuos es fundamental para evitar que produzcan un mayor impacto negativo sobre el medio ambiente.

También destacar con respecto al eje GRI 304 “Biodiversidad”, que la empresa va a abordar una serie de actuaciones para colaborar con organizaciones en relación con los temas de biodiversidad y más concretamente con el problema de los envases y bolsas de plástico en el sector industrial y de la distribución comercial.

La siguiente tabla muestra los aspectos materiales de la dimensión medioambiental (GRI 300), con indicación de los temas y objetivos planteados por la empresa para el próximo periodo:

EJE GRI	TEMAS GRI	ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO
GRI 306	EFLUENTES Y RESIDUOS	GENERACIÓN	CONOCER LA TIPOLOGÍA DE RESIDUOS GENERADOS POR LA ORGANIZACIÓN
GRI 306	EFLUENTES Y RESIDUOS	SERVICIO	CONOCER LA CAPACIDAD DE SERVICIO DEL GESTOR DE RESIDUOS
GRI 304	BIODIVERSIDAD	SENSIBILIDAD	COLABORAR CON ONG
GRI 304	BIODIVERSIDAD	SENSIBILIDAD	APORTAR RECURSOS A ONG SOCIALES
GRI 304	BIODIVERSIDAD	CAPACIDAD	DIFUNDIR LA COLABORACIÓN
GRI 307	CUMPLIMIENTO AMBIENTAL	REPUTACIÓN	CONOCER LA REPUTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Tabla 13. Aspectos materiales medioambientales clasificados por eje del GRI

A continuación, también mostramos la totalidad de los temas que constituyen la materialidad de la empresa, en la dimensión medioambiental (GRI 300), con expresión de los ejes Ethos y GRI, con los que están incardinados, clasificados por dimensión y grupo de interés.

Posteriormente, en el apartado “Anexos” (“Objetivos, indicadores y metas”), se incluye una vista parcial del cuadro de indicadores de la empresa, donde se pueden ver las metas planteadas para el ejercicio 2.020, para cada uno de los indicadores de gestión definidos.

<b>DIMENSIÓN</b>	MEDIOAMBIENTAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	GESTORES DE RESIDUOS

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
GENERACIÓN	3-7	GRI 306

SERVICIO	3-7	GRI 306
----------	-----	---------

<b>DIMENSIÓN</b>	MEDIOAMBIENTAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
SENSIBILIDAD	3-7	GRI 307
CAPACIDAD	3-7	GRI 307
REPUTACIÓN	3-7	GRI 307

Tabla 14. Aspectos materiales medioambientales clasificados por grupo de interés y eje del GRI

## CATEGORÍA: SOCIAL

Relacionado con los aspectos materiales de carácter social (GRI 400) la empresa se ha planteado para el próximo periodo reforzar la colaboración con la Comunidad Local de su ámbito de actuación, promoviendo la colaboración con operadores locales en áreas como las prácticas empresariales y la formación. Para ello se va a explorar que entidades de carácter local pueden ayudar a promover estas acciones en el ámbito local (centros de formación, agencias de colocación, Etc.).

Por otro lado, se va a iniciar un proceso de colaboración y apoyo a ONG de carácter social y medioambiental. Se barajan como posibles ONG seleccionadas “Médicos sin fronteras”, “Greenpeace” y “Cruz Roja” entre otras.

La siguiente tabla muestra los aspectos materiales de la dimensión medioambiental (GRI 400), con indicación de los temas y objetivos planteados por la empresa para el próximo periodo:

EJE GRI	TEMAS GRI	ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	IMPLANTACIÓN DE CÓDIGO ÉTICO
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	ABORDAR PLAN DE RSC Y SOSTENIBILIDAD
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	EXIGIR CODIGO ÉTICO A ENTIDAD
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	EXIGIR ACTITUD RESPONSABLE A LA ENTIDAD
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	EXIGIR ACTITUD SOSTENIBLE
GRI 400	TEMAS SOCIALES	CALIDAD	GARANTIAS DE LA CALIDAD DE LA ENTIDAD
GRI 400	TEMAS SOCIALES	COLABORACIÓN	FOMENTAR SOFTWARE LIBRE
GRI 400	TEMAS SOCIALES	COLABORACIÓN	INTEGRACIÓN EN COMUNIDADES
GRI 400	TEMAS SOCIALES	COLABORACIÓN	CONOCER POSIBLES ÁREAS DE COLABORACIÓN
GRI 400	TEMAS SOCIALES	CONTINUIDAD	MANTENIMIENTO – INCREMENTO DEL VOLUMEN DE COLABORACIÓN
GRI 400	TEMAS SOCIALES	CONTINUIDAD	MANTENIMIENTO – INCREMENTO DEL VOLUMEN DE COLABORACIÓN

GRI 400	TEMAS SOCIALES	NECESIDADES EMPRESARIALES	FOMENTAR LAS RELACIONES SECTORIALES
GRI 400	TEMAS SOCIALES	CAPACIDAD COLABORATIVA	COLABORAR EN PROYECTOS PROMOVIDOS
GRI 400	TEMAS SOCIALES	SENSIBILIDAD	COLABORAR CON ONG
GRI 400	TEMAS SOCIALES	SENSIBILIDAD	APORTAR RECURSOS A ONG SOCIALES
GRI 400	TEMAS SOCIALES	CAPACIDAD	DIFUNDIR LA COLABORACIÓN
GRI 400	TEMAS SOCIALES	REPUTACIÓN	CONOCER LA REPUTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN
GRI 401	EMPLEO	SALARIOS ACORDES	SALARIOS EN FUNCIÓN DE RESPONSABILIDADES
GRI 402	RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA	PARTICIPACIÓN DECISIONES	POSIBILITAR LA PARTICIPACIÓN EN LAS DECISIONES
GRI 402	RELACIONES TRABAJADOR-EMPRESA	CONCILIACIÓN FAMILIAR	CONSEGUIR FLEXIBILIDAD HORARIA
GRI 403	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	ENTORNO DE TRABAJO	CONSEGUIR UN ENTORNO DE TRABAJO CÓMODO Y AGRADABLE
GRI 404	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	ENTORNO DE TRABAJO	MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL PERSONAL
GRI 404	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	NECESIDADES EMPRESARIALES	CONOCER INNOVACIONES PRODUCTIVAS
GRI 404	FORMACIÓN Y ENSEÑANZA	NECESIDADES EMPRESARIALES	FORMACIÓN CONTINUA DE LA EMPRESA
GRI 405	DIVERSIDAD E IGUALDAD	CALIDAD	CONSEGUIR OFRECER AL CLIENTE GARANTIAS DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO
GRI 406	NO DISCRIMINACIÓN	COMPROMISO	PONER EN MARCHA CÓDIGO ÉTICO EMPRESA
GRI 413	COMUNIDADES LOCALES	COLABORACIÓN	COLABORAR CON LAS INICIATIVAS LOCALES
GRI 413	COMUNIDADES LOCALES	EMPLEO	FACILITAR EL ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LAS PRÁCTICAS
GRI 413	COMUNIDADES LOCALES	REPUTACIÓN / NOTORIEDAD	DIFUNDIR LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD LOCAL
GRI 414	EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	REPUTACIÓN	IMPLANTACIÓN DE CÓDIGO ÉTICO EN LA EMPRESA
GRI 414	EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	REPUTACIÓN	ABORDAR PLAN DE RSC Y SOSTENIBILIDAD
GRI 414	EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	COMPROMISO	CÓDIGO ÉTICO
GRI 414	EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	COMPROMISO	CÓDIGO ÉTICO
GRI 414	EVALUACIÓN SOCIAL DE PROVEEDORES	COMPROMISO	CUMPLIMIENTO CON NORMAS INTERNACIONALES Y NACIONALES
GRI 417	MARKETING Y ETIQUETADO	NOTICIAS	CONOCER LA CAPACIDAD DE LA EMPRESA DE GENERACIÓN DE NOTICIAS
GRI 417	MARKETING Y ETIQUETADO	PUBLICIDAD	DISPONER DE UN PRESUPUESTO ADECUADO PARA PUBLICIDAD

GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	NOVEDADES Y NOTICIAS	INCREMENTAR LAS INSERCCIONES EN REDES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD
GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	COMPROMISO	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LA REDES LAS ACCIONES DE RSC Y SOSTENIBILIDAD
GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	COMPROMISO	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LA REDES LAS ACCIONES RELACIONADAS CON LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO
GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	REPUTACIÓN	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LOS CASOS DE ÉXITO QUE SE VAYAN PRODUCIENDO
GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	NIVEL DE DIFUSIÓN	INCREMENTAR EL NÚMERO USUARIOS ADHERIDOS A LOS PERFILES DE LA EMPRESA
GRI 417	MARKETIN Y ETIQUETADO	NIVEL DE DIFUSIÓN	CONOCER LA TIPOLOGÍA DE USUARIOS ADHERIDOS A LOS PERFILES
GRI 419	CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO	LEGISLACIÓN	APLICAR TODA LA NORMATIVA EXISTENTE
GRI 419	CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO	LEGISLACIÓN	PAGAR LOS IMPUESTOS ESTABLECIDOS POR LA LEGISLACIÓN
GRI 419	CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO	PARTICIPACIÓN	PARTICIPAR EN LA ELABORACIÓN DE LA LEGISLACIÓN SECTORIAL
GRI 419	CUMPLIMIENTO SOCIOECONÓMICO	INFORMACIÓN	EXIGIR INFORMACIÓN RELEVANTE Y OPORTUNO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

Tabla 15. Aspectos materiales sociales clasificados por eje del GRI

La siguiente tabla muestra los aspectos materiales de la dimensión medioambiental (GRI 400), con indicación de los temas y objetivos planteados por la empresa para el próximo periodo:

A continuación, también mostramos la totalidad de los temas que constituyen la materialidad de la empresa en la dimensión medioambiental (GRI 400), con expresión de los ejes Ethos y GRI, con los que están incardinados, clasificados por dimensión y grupo de interés.

Posteriormente, en el apartado “Anexos” (“Objetivos, indicadores y metas”), se incluye una vista parcial del cuadro de indicadores de la empresa, donde se pueden ver las metas planteadas para el ejercicio 2.020, para cada uno de los indicadores de gestión definidos.

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
NOTICIAS	1-6	GRI 417
PUBLICIDAD	1-6	GRI 417

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	REDES SOCIALES

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	
NOVEDADES Y NOTICIAS	1-5-6	GRI 417
COMPROMISO	1-5-6	GRI 417
REPUTACIÓN	1-5-6	GRI 417
NIVEL DE DIFUSIÓN	1-5-6	GRI 417

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	REGULADOR

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
LEGISLACIÓN	7	GRI 419
PARTICIPACIÓN	7	GRI 419
INFORMACIÓN	7	GRI 419

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	COMUNIDAD LOCAL

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
COLABORACIÓN	6-7	GRI 413
EMPLEO	6-7	GRI 413
REPUTACIÓN / NOTORIEDAD	6-7	GRI 413

<b>DIMENSIÓN</b>	SOCIAL
<b>GRUPO DE INTERÉS</b>	TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	EJE ETHOS	EJE GRI
SENSIBILIDAD	7	GRI 400
CAPACIDAD	7	GRI 400
REPUTACIÓN	7	GRI 400

Tabla 16. Aspectos materiales sociales clasificados por grupo de interés y eje del GRI

## ANEXOS

### OBJETIVOS, INDICADORES Y METAS POR GRUPOS DE INTERÉS

#### PROPIETARIOS

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
RENTABILIDAD / ESTABILIDAD	MANTENER RENTABILIDAD	RENTABILIDAD FINANCIERA	2,44%	CONTABILIDAD EMPRESA	MANTENER
RENTABILIDAD/ ESTABILIDAD	MANTENER RENTABILIDAD	RENTABILIDAD ECONÓMICA	1,73	CONTABILIDAD EMPRESA	MANTENER
FUNCIONAMIENTO ÓPTIMO / ESTABILIDAD	INCREMENTAR EL NIVEL DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO POTENCIAL	RATIO DE PENETRACIÓN EN EL MERCADO POTENCIAL	15,55	FACTURACION Y CLIENTES POTENCIALES	(+)1%
CRECIMIENTO	INCREMENTAR LA FACTURACIÓN	CIFRA DE NEGOCIO	463.543,63	CONTABILIDAD EMPRESA	(+)5%
CRECIMIENTO	INCREMENTO DEL NÚMERO DE SUSCRIPCIONES DE SERVICIOS SAAS	NUMERO DE SUSCRIPCIONES ANUALES	214	FACTURACION	(+)5%
SOLVENCIA	MANTENER RESERVAS VOLUNTARIAS	RATIO RESERVAS VOLUNTARIAS	47,81%	CONTABILIDAD EMPRESA	MANTENER
COMPORT. RESPONSABLE	IMPLANTAR GRI	PLAN DE IMPLANTACIÓN	No implantada	DIRECCION EMPRESA	IMPLANTAR
COMPORT. RESPONSABLE	QUE EXISTA CÓDIGO ETICO	CÓDIGO ÉTICO	No existe	DIRECCION EMPRESA	REDACTAR



## PERSONAL PROPIO

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
SALARIOS ACORDES	SALARIOS EN FUNCIÓN DE RESPONSABILIDADES	TABLA DE SALARIOS RESPONSABILIDADES-CATEGORÍAS	TODOS	RESUMEN DE COSTES MENSUALES Y EVOLUCIÓN	MANTENER
PARTICIPACIÓN DECISIONES	POSIBILITAR LA PARTICIPACIÓN EN LAS DECISIONES	REUNIONES, ACTAS Y SEGUIMIENTOS	NO SE REFLEJAN ACUERDOS POR ESCRITO	NO EXISTEN ACTAS	RELACIÓN ACUERDOS - IMPLEMENTACIÓN
CONCILIACIÓN FAMILIAR	CONSEGUIR FLEXIBILIDAD HORARIA	NÚMERO DE HORARIOS NEGOCIADOS	ESTAN NEGOCIADOS, PERO NO SE REFLEJA ACUERDO POR ESCRITO	EXISTEN VENTAJAS, PERO NO FORMALIZADAS	FIRMA DOCUMENTO ACORDADO
ENTORNO DE TRABAJO	CONSEGUIR UN ENTORNO DE TRABAJO CÓMODO Y AGRADABLE	PERCEPCIÓN TRABAJADORES	DESCONOCIDA	NO HAY ENCUESTAS	CONOCER
ENTORNO DE TRABAJO	MEJORAR EL CONOCIMIENTO DEL PERSONAL	PLAN DE FORMACIÓN	REALIZADO (VER LISTA)	CURSOS REALIZADOS	MEJORAR CONTENIDOS
COMPROMISO	PONER EN MARCHA CÓDIGO ÉTICO EMPRESA	CÓDIGO ÉTICO	NO HAY	DIRECCION EMPRESA	IMPLEMENTAR

## CLIENTES

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
TARIFAS	CONSEGUIR POLÍTICA DE TRANSPARENCIA DE TARIFAS ENTRE POSIBLES CLIENTES	DEFINICIÓN DE TARIFAS	PARCIALMENTE DEFINIDAS	INDEFINICION EN ALGUNOS PRODUCTOS	TARIFAS BIEN DEFINIDAS
CALIDAD	CONSEGUIR OFRECER AL CLIENTE GARANTIAS DE LA CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO	CERTIFICACION Y AGREDITACION	SIN CERTIFICACIÓN	DIRECCION EMPRESA	CERTIFICACIÓN ENS
CALIDAD	CUMPLIMIENTO DE PLAZOS PROYECTOS	CLIENTES INSATISFECHOS POR INCUMPLIMIENTO DE PLAZOS	NO SE RECOGE	DIRECCION EMPRESA	INCORPORAR MECANISMO DE ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN
REPUTACIÓN	IMPLANTACIÓN DE CÓDIGO ÉTICO	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO	NO EXISTE	DIRECCION EMPRESA	IMPLANTAR
REPUTACIÓN	ABORDAR PLAN DE RSC Y SOSTENIBILIDAD	EXISTENCIA DE POLÍTICAS Y ACREDITACION	NO EXISTE	DIRECCION EMPRESA	PUBLICAR MEMORIAS

## PROVEEDORES

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>CUMPLIMIENTO ACUERDOS</b>	CUMPLIMIENTO DE PLAZOS DE ENTREGA	NÚMERO DE PLAZOS INCUMPLIDOS	0	NO EXISTE	IMPLANTAR SISTEMA SEGUIMIENTO
<b>REPUTACIÓN</b>	IMPLANTACIÓN DE CÓDIGO ÉTICO EN LA EMPRESA	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO	NO EXISTE	DIRECCIÓN EMPRESA	IMPLANTAR
<b>REPUTACIÓN</b>	ABORDAR PLAN DE RSC Y SOSTENIBILIDAD	EXISTENCIA DE POLÍTICAS Y ACREDITACION	NO EXISTE	DIRECCIÓN EMPRESA	IMPLANTAR MEMORIAS GRI
<b>REPUTACIÓN</b>	FOMENTAR CÓDIGO ÉTICO EN PROVEEDORES	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO	DESCONOCIDO	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y FOMENTAR
<b>REPUTACIÓN</b>	FOMENTAR PLAN DE RSC Y SOSTENIBILIDAD EN PROVEEDORES	EXISTENCIA DE POLÍTICAS Y ACREDITACION	DESCONOCIDO	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y FOMENTAR
<b>COMPROMISO</b>	CÓDIGO ÉTICO	IMPLANTACIÓN DE CÓDIGO ÉTICO	DESCONOCIMIENTO	DIRECCIÓN EMPRESA	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO
<b>COMPROMISO</b>	FOMENTAR CÓDIGO ÉTICO EN PROVEEDORES	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO	DESCONOCIMIENTO	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y FOMENTAR
<b>COMPROMISO</b>	FOMENTAR CÓDIGO ÉTICO EN PROVEEDORES	EXISTENCIA DE CÓDIGO ÉTICO	DESCONOCIMIENTO	DIRECCIÓN EMPRESA	FOMENTAR - EXIGIR
<b>COMPROMISO</b>	CUMPLIMIENTO CON NORMAS INTERNACIONALES Y NACIONALES	ADHESIONES A NORMAS Y ESTÁNDARES SOSTENIBILIDAD	DESCONOCIMIENTO	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y FOMENTAR

## BANCOS Y FINANCIACIÓN AJENA

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
SOLVENCIA	OBTENER RENTABILIDAD	RENTABILIDAD FINANCIERA	2,44%	CONTABILIDAD EMPRESA	MANTENER
SOLVENCIA	OBTENER RENTABILIDAD	RENTABILIDAD ECONÓMICA	1,73	CONTABILIDAD EMPRESA	MANTENER
SOLVENCIA	OBTENER BENEFICIOS	RESULTADOS ANUALES	CUMPLE	IMPUESTO SOCIEDADES	POSITIVOS
ESTABILIDAD EMPRESARIAL	COMPROBAR SOLVENCIA DE LOS BANCOS	COTIZACIÓN BURSÁTIL	DESCONOCIMIENTO	INFORMACIÓN PUBLICADA	EVOLUCIÓN RAZONABLE
REPUTACIÓN	EXIGIR CODIGO ÉTICO A ENTIDAD	EXISTENCIA	DESCONOCIMIENTO	INFORMACIÓN PUBLICADA	CUMPLIR
REPUTACIÓN	EXIGIR ACTITUD RESPONSABLE A LA ENTIDAD	INFORMES ANUALES	DESCONOCIMIENTO	INFORMACIÓN PUBLICADA	CUMPLIR
REPUTACIÓN	EXIGIR ACTITUD SOSTENIBLE	INFORMES ANUALES	DESCONOCIMIENTO	INFORMACIÓN PUBLICADA	CUMPLIR
COMPROMISO	APOYO EN MOMENTOS PUNTUALES	APORTACIÓN DE SOLUCIONES PUNTUALES	DESCONOCIMIENTO	ENTIDAD	CONOCER COMPROMISO
CONDICIONES	PERMISIVIDAD EN DESCUBIERTOS PUNTUALES	NUMERO DE DESCUBIERTOS PUNTUALES	DESCONOCIMIENTO	ENTIDAD	CONOCER COMPROMISO
CONDICIONES	TARIFAS JUSTAS	TARIFAS DE MERCADO	DESCONOCIMIENTO	ESTUDIO ENTIDADES	CONOCER
CONDICIONES	MANTENER – INCREMENTAR EL LIMITE DE FINANCIACIÓN	LIMITE DE FINANCIACIÓN	DESCONOCIMIENTO	ENTIDAD	CONOCER-ADECUADO A NECESIDAD
CALIDAD	GARANTIAS DE LA CALIDAD DE LA ENTIDAD	CERTIFICACION Y AGREDITACION	DESCONOCIMIENTO	INFORMACIÓN PUBLICADA	ISO26000 GRI ISO9000
CALIDAD	TIEMPOS DE RESPUESTA A SOLICITUDES DE FINANCIACIÓN	DÍAS TRANSCURRIDOS DESDE SOLICITUD	DESCONOCIMIENTO	ENTIDAD	CONOCER COMPROMISO
CALIDAD	FACILIDAD DE OPERATORIA EN BANCA ONLINE	INTUITIVIDAD	RAZONABLE	WEB ENTIDAD	QUE SEA INTUITIVA
CALIDAD	TIEMPO RESPUESTA PLATAFORMA ONLINE	RAPIDEZ EN MOMENTOS DE MÁXIMA CONCURRENCIA	RAZONABLE	WEB ENTIDAD	QUE NO SE COLAPSE



## COMUNIDAD SOFTWARE LIBRE

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
COLABORACIÓN	FOMENTAR SOFTWARE LIBRE	CONOCER POSIBILIDADES	DESCONOCIMIENTO	COMUNIDADES INTERNET	DEFINIR ESTRATEGIA
COLABORACIÓN	INTEGRACIÓN EN COMUNIDADES	NÚMERO DE COMUNIDADES INTEGRADOS	0	COMUNIDADES INTERNET	1

## EMPRESAS COLABORADORAS

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
COLABORACIÓN	CONOCER POSIBLES ÁREAS DE COLABORACIÓN	RELACIÓN DE ÁREAS POR COLABORADOR	INDEFINIDAS	ENTIDADES	DEFINIR
CONTINUIDAD	MANTENIMIENTO – INCREMENTO DEL VOLUMEN DE COLABORACIÓN	NÚMERO DE COLABORACIONES REALIZADAS	DESCONOCIDAS	ENTIDADES	CONOCER

## ASOCIACIONES EMPRESARIALES

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
NECESIDADES EMPRESARIALES	FOMENTAR LAS RELACIONES SECTORIALES	MEMBRESÍA ASOCIACIONES	ASOTICOM, COLEGIO ECONOMISTAS	DIRECCION EMPRESA	ASOCIARSE A ASOCIACIÓN SECTORIAL
NECESIDADES EMPRESARIALES	CONOCER INNOVACIONES PRODUCTIVAS	ASISTENCIA DE JORNADAS Y EVENTOS	EXPORÁDICA	DIRECCION EMPRESA	2
CAPACIDAD COLABORATIVA	COLABORAR EN PROYECTOS PROMOVIDOS	NÚMEROS DE PROYECTOS PARTICIPADOS	NINGUNO	DIRECCION EMPRESA	ANALIZAR POSIBILIDADES

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
NOTICIAS	CONOCER LA CAPACIDAD DE LA EMPRESA DE GENERACIÓN DE NOTIICAS	NÚMERO DE NOTICIAS GENERADAS	50		CONOCER
PUBLICIDAD	DISPONER DE UN PRESUPUESTO ADECUADO PARA PUBLICIDAD	PORCENTAJE SOBRE PRESUPUESTO TOTAL	NO DETERMINADO		DETERMINAR

## REDES SOCIALES

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>NOVEDADES Y NOTICIAS</b>	INCREMENTAR LAS INSERCIONES EN REDES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD	NÚMERO DE INSERCIONES REALIZADAS	50	COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO
<b>COMPROMISO</b>	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LA REDES LAS ACCIONES DE RSC Y SOSTENIBILIDAD	NÚMERO DE ACCIONES DIFUNDIDAS	0	COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO
<b>COMPROMISO</b>	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LA REDES LAS ACCIONES RELACIONADAS CON LA APLICACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO	NÚMERO DE ACCIONES DIFUNDIDAS	0	COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO
<b>REPUTACIÓN</b>	DIFUNDIR A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES LOS CASOS DE ÉXITO QUE SE VAYAN PRODUCIENDO	NÚMERO DE CASOS DE ÉXITO	7	COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO
<b>NIVEL DE DIFUSIÓN</b>	INCREMENTAR EL NÚMERO USUARIOS ADHERIDOS A LOS PERFILES DE LA EMPRESA	NÚMERO DE USUARIOS ADHERIDOS		COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO
<b>NIVEL DE DIFUSIÓN</b>	CONOCER LA TIPOLOGÍA DE USUARIOS ADHERIDOS A LOS PERFILES	TIPOLOGÍA DE USUARIOS	1.-Empresas tecnología 2.-Ayuntamientos 3.- Organismos públicos	COMMUNITY MANAGER	CUANTIFICAR Y ESTUDIAR IMPACTO

## REGULADOR

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>LEGISLACIÓN</b>	APLICAR TODA LA NORMATIVA EXISTENTE	NÚMERO DE MULTAS O SANCIONES	TRAFICO 3 HACIENDA 1	DIRECCION EMPRESA	0%
<b>LEGISLACIÓN</b>	PAGAR LOS IMPUESTOS ESTABLECIDOS POR LA LEGISLACIÓN	NÚMERO DE IMPAGOS	0	CONTABILIDAD	0
<b>PARTICIPACIÓN</b>	PARTICIPAR EN LA ELABORACIÓN DE LA LEGISLACIÓN SECTORIAL	NÚMERO DE PARTICIPACIONES EN CONSULTAS PREVIAS	NO EXISTE	DIRECCION EMPRESA	PARTICIPAR
<b>INFORMACIÓN</b>	EXIGIR INFORMACIÓN RELEVANTE Y OPORTUNO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD	NOTAS A ÓRGANOS DECISORIOS	NO SE EXIGE	DIRECCION EMPRESA	GENERAR

## COMUNIDAD LOCAL

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>COLABORACIÓN</b>	COLABORAR CON LAS INICIATIVAS LOCALES	NÚMERO DE INICIATIVAS	DESCONOCIMIENTO DE INICIATIVAS	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y COLABORAR
<b>EMPLEO</b>	FACILITAR EL ACCESO AL EMPLEO A TRAVÉS DE LAS PRÁCTICAS	NÚMERO DE PERSONAS EN PRÁCTICAS	NO EXISTEN	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER POSIBILIDADES EXISTENTES Y COLABORAR
<b>REPUTACIÓN / NOTORIEDAD</b>	DIFUNDIR LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA EN LA COMUNIDAD LOCAL	CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN EN MEDIOS LOCALES	NO SE HACEN	DIRECCIÓN EMPRESA	DAR A CONOCER

## TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>SENSIBILIDAD</b>	COLABORAR CON ONG	NÚMERO DE COLABORACIONES	DESCONOCIMIENTO DE POSIBILIDADES	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y COLABORAR
<b>SENSIBILIDAD</b>	APORTAR RECURSOS A ONG SOCIALES	CANTIDAD DE RECURSOS APORTADOS	DESCONOCIMIENTO DE POSIBILIDADES	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER Y COLABORAR
<b>CAPACIDAD</b>	DIFUNDIR LA COLABORACIÓN	RELACIÓN DE MEDIOS	NO EXISTE	DIRECCIÓN EMPRESA	DIFUNDIR
<b>REPUTACIÓN</b>	CONOCER LA REPUTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	RELACIÓN DE PROYECTOS	DESCONOCIMIENTO	DIRECCIÓN EMPRESA	CONOCER

## GESTORES DE RESIDUOS

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>GENERACIÓN</b>	RECICLAR LOS RESIDUOS GENERADOS EN LA EMPRESA	PLAN DE RECOGIDA Y CLASIFICACIÓN	EXISTE, PERO NO SISTEMATIZADO		SISTEMATIZAR
<b>SERVICIO</b>	CONOCER OPERADORES DE LA ZONA	CONOCER ALTERNATIVAS EXISTENTES	DESCONOCIMIENTO		CONOCER

## TERCER SECTOR

ASPECTOS MATERIALES	OBJETIVO	INDICADOR	ESTADO 2018	FUENTE / EVIDENCIA	META 2020
<b>SENSIBILIDAD</b>	COLABORAR CON ONG MEDIOAMBIENTALES	NÚMERO DE COLABORACIONES	DESCONOCIMIENTO DE POSIBILIDADES	DIRECCION EMPRESA	CONOCER Y COLABORAR
<b>SENSIBILIDAD</b>	APORTAR RECURSOS A ONG MEDIOAMBIENTALES	CANTIDAD DE RECURSOS APORTADOS	DESCONOCIMIENTO DE POSIBILIDADES	DIRECCION EMPRESA	CONOCER Y COLABORAR
<b>CAPACIDAD</b>	DIFUNDIR LA COLABORACIÓN	RELACIÓN DE MEDIOS	NO EXISTE	DIRECCION EMPRESA	DIFUNDIR
<b>REPUTACIÓN</b>	CONOCER LA REPUTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	RELACIÓN DE PROYECTOS	DESCONOCIMIENTO	DIRECCION EMPRESA	CONOCER

---

## CUENTAS ANUALES

---

## VERIFICACIÓN EXTERNA