

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**GRUPO MARCO EMPRESARIAL 2010, S.L.**

CIF:B22359350

Avda. del Pilar nº:33,- 1º

22500 - Binefar

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

GRUPO MARCO EMPRESEARIAL

#### 02 - Dirección - CP - Población

Avenida de Nuestra Señora del Pilar, 31

22500 Binéfar (Huesca)

#### 03 - Sector. Actividad

Sector de la Construcción

#### 04 - Año comienzo actividad.

2010

#### 05 - Número de personas empleadas

> 500

#### 06 - Persona contacto

Juan Carlos Escolano Pueyo / Conchita Morata Bedoya

#### 07 - E-mail persona contacto

[jcescolano@grupomarco.org](mailto:jcescolano@grupomarco.org) / [sostenibilidad@grupomarco.org](mailto:sostenibilidad@grupomarco.org)

#### 08.- Página web

<https://grupomarco.org/>

### 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**

Los temas Económicos, políticos, ambientales, tecnológicos y sociales son importantes para la empresa y se tienen en cuenta en los planes estratégicos activando acciones a corto y medio plazo con el propósito de que aseguren el negocio de la empresa a largo plazo.

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

**2.- 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

**2.1. Información adicional**

Nuestro Sistema es Integrado de Gestión, afecta a aspectos de Seguridad y Salud, Medio Ambiente, Calidad y aspectos sociales.

Tenemos para ello, Procedimientos, Objetivos e Indicadores de Seguimiento.

Los plazos para su consecución pueden ser a corto, medio o largo plazo.

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

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

**3.1. Información adicional.**

La organización GRUPO MARCO, está en la actualidad creando las bases del Área de Sostenibilidad para centralizar la gestión de los asuntos económicos, ambientales y sociales de Responsabilidad Social del grupo empresarial. De esta manera se pretende ser más eficiente en la planificación, acción, control y actuación para alcanzar los objetivos sostenibles y lograr los impactos positivos acordes con las expectativas de nuestros grupos de interés.

**Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**4.- 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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

**4.1. Información adicional**

La alta dirección de GRUPO MARCO está muy interesada en impulsar el diálogo con sus

grupos de interés, con el propósito de conocer sus necesidades y expectativas, Estamos convencidos que sólo de esta manera seremos capaces de alinear nuestras actuaciones sostenibles con los asuntos de la responsabilidad social más relevantes para nuestros Grupos de Interés y potenciar los impactos positivos y sus efectos. El primer paso ha sido identificar los Grupos de Interés de entre las partes interesadas. Para ello hemos aplicado varias metodologías con criterios de relevancia, impacto y prominencia que nos han permitido, además clasificarlos por perfiles, definir tanto el canal comunicación como el tipo de diálogo con el que dirigirnos a cada uno de ellos.

## **5.- ¿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

### **5.1. Información adicional**

El Sistema Integral de Gestión, SIG, de GRUPO MARCO cuenta con procedimientos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés de forma periódica que se analizan e integran en el negocio de la empresa. Además, la Alta Dirección ha querido darle un impulso a la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social, destinando esfuerzos y recursos para realizar un Análisis de la Materialidad mediante una consulta a los grupos de interés. Este análisis nos ha permitido conocer los asuntos de la RS que les resultan mas relevantes a nuestros Grupos de Interés, y con ello, definir cuales van a ser nuestras líneas de actuación y seleccionar los contenido de la Memoria de Sostenibilidad anual.

## **Gobierno de la organización**

## **6.- 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 a disposición de todas las personas de la organización

### **6.1.. Información adicional.**

Recientemente, la Alta Dirección de la organización empresarial GRUPO MARCO ha aprobado el CODIGO DE CONDUCTA ÉTICA, y lo ha puesto en conocimiento de los gestores de la empresa y los responsables de personas de la organización, además, está disponible y es comunicado a los grupos de interés para asegurar su cumplimiento.

- a) Establece los valores de la organizacio?n que soportan los principios de la sostenibilidad y la responsabilidad social.
- b) Sirve de gui?a de actuacio?n para todos los miembros de la organización y de los grupos de interés sobre los que ésta tiene influencia.
- c) Facilita la toma de decisiones y mejora la conducta profesional.
- c) Proporciona un modelo de actuacio?n comu?n para un comportamiento e?tico apropiado a su propo?sito y actividades,
- d) Fomenta la integracio?n de la sostenibilidad y la responsabilidad social en toda la organizacio?n.

## **7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

Sí, pero no de manera formal

### **7.1. Información adicional**

En Grupo Marco, el canal para comunicar posibles incumplimientos en materia de conducta ética es el "Canal de Denuncias". Un buzón de acceso web que gestiona el Órgano de Compliance garantizando la confidencialidad en todo el proceso de resolución de conflictos, incumplimientos, etc... en materia de ética, igualdad, corrupción, ilegalidad, etc..

### **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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

#### **8.1 Información adicional**

El Sistema Integral de Gestión, SIG, establece un procedimiento para transmitir la cultura empresarial, según el cual el Departamento de Gestión de Personas (RRHH), a cada persona que es incorpora, le entrega o envía información sobre los orígenes de la actividad, razón de ser, los valores, principios, objetivos y las normas de conducta que rigen el comportamiento de la organización y de las personas que hacen posible el desempeño de sus actividades empresariales. Además, cuenta con un aplicación móvil informativa privada (de acceso exclusivo para las personas empleadas) a través de la cual transmiten las noticias de actualidad que suceden dentro de la organización empresarial

### **9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

Sí, mi organización suministra productos o servicios a grandes organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida y se está avanzando en su cumplimiento

#### **9.1. Información adicional**

Entre las acciones que Alta Dirección ha decidido llevar a cabo para impulsar la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social de GRUPO MARCO, se encuentra la de crear un Órgano Interno de Compliance, que entre otras funciones se ocupará de la gestión del canal de denuncias garantizando la confidencialidad en el proceso de resolución. En estos momentos se está elaborando el manual de riesgos penales y definiendo sus procedimientos de control y auditoría periódica para asegurar su actualización, cumplimiento y vigencia.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **10.1. Información adicional.**

Este año estamos desarrollando el área de Sostenibilidad del Grupo Marco, para abordar los asuntos de la responsabilidad social a nivel organización empresarial, centralizando en un único departamento las funciones de identificación, diagnóstico, definición, control y

rectificación de las acciones, indicadores e informes de RSC.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ....

**11.1. Información adicional.**

El Área de Sostenibilidad está elaborando el Plan de Sostenibilidad 2020-2025, en el que se alinean los objetivos estratégicos, con los retos para contribuir con los ODS y la materialidad, o asuntos de la RSC relevantes para nuestros grupos de interés, al tiempo que se están teniendo en cuenta los requisitos legales en materia de Informe No Financiero para las cuentas anuales, Plan de Igualdad, Integración del servicio de Compliance, etc... La aprobación del plan está prevista para mediados de Julio de 2021.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

**12.1. Información adicional**

Grupo Marco cuenta con un Sistema Integrado de Gestión que incluye dentro de sus procedimientos para el tratamiento de sugerencias, reclamaciones y no conformidades de los clientes así como acciones de comunicación y consulta orientadas a conocer su grado de satisfacción de los cliente, De esta manera el grupo empresarial cuenta con información para tomar decisiones preventivas, correctivas e iniciativas.

**13.- ¿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

**13.1. Información adicional**

El Grupo Empresarial dispone de un mecanismo que permite identificación de mejoras en el servicio a los clientes y saber si son exitosas, pero el día a día de la actividad empresarial y la estructura organizativa actual no alcanzan a integrarlo de forma eficiente y efectiva. Se ha detectado esta debilidad y se están tomando medidas para transformarla en fortaleza.

### **Innovación en los productos y servicios**

**14.- ¿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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

**14.1. Información adicional.**

La apuesta por mejorar la diferenciación y la competitividad de GRUPO MARCO, desde la innovación y la sostenibilidad, es firme. La organización empresarial esta experimentando un rápido crecimiento como resultado de su expansión internacional, diversificación del actividades y ampliación de la oferta de servicios y productos. Potenciar la IDI, (Investigación, Desarrollo e Innovación) dentro de la organización es una decisión estratégica para desarrollar productos y servicios que satisfagan las necesidades y expectativas de la sociedad de la nueva normalidad y así asegurar el futuro de las empresas de la organización.

## **Calidad de los productos y servicios**

### **15.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?**

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analiza sistemáticamente de estos aspectos en la gestión.

#### **15.1. Información adicional.**

Nuestros Proyectos, tienen Evaluación de Impacto Ambiental, así que debemos tener identificados los riesgos y medidas preventivas.

Algunos de los Proyectos llevan condicionado la contratación de personal en exclusión social.

En todos los Proyectos gestionamos todos los residuos con entidades homologadas.

### **16.- ¿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

#### **16.1. Información adicional.**

El grupo MARCO ha establecido los procedimientos G05 (No conformidades, acciones correctivas y preventivas), G07 (Comunicación, participación y consulta) y G08 (Valoración de la satisfacción de los clientes y partes interesadas), para el tratamiento y resolución, en su caso, de las sugerencias, quejas y reclamaciones de los clientes. En estos procedimientos se definen las responsabilidades y se hace referencia a los registros que se emiten durante la gestión correspondiente, en los que se incluyen los plazos de actuación. Mediante las acciones de comunicación indicadas en el procedimiento G07, se transmite a los clientes la existencia de procedimientos para el tratamiento de reclamaciones y sugerencias, estando a su disposición, siempre que los soliciten a sus interlocutores.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

### **17.- ¿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

#### **17.1. Información adicional.**

Tanto los proyectos de ejecución de obras públicas como los de construcción de edificios e

instalaciones, y los productos para la industria y la construcción proporcionan información y evaluación detallada de las características, propiedades y riesgos.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

#### **18.- ¿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.

##### **18.1. Información adicional**

Con una periodicidad anual, el Departamento de Gestión de Personas (RRHH) realiza una "Encuesta de clima laboral" para conocer el grado de satisfacción de las personas empleadas en y por el GRUPO MARCO, con el ambiente en el entorno de trabajo, las remuneraciones, las medidas de vigilancia de la salud y prevención de riesgos, las acciones formativas, las atenciones y complementos voluntarios que ofrece la empresa para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores internos. etc...

Las encuestas son analizadas y sus resultados son de gran utilidad para el diseño y planificación de acciones orientadas a desarrollar talento dentro de la empresa y mejorar el rendimiento y dedicación de las personas empleadas.

El objetivo es lograr que las personas que hacen posible la actividad empresarial sean los mejores embajadores de la organización GRUPO MARCO, y sea un orgullo para todos formar parte de esta gran familia.

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

#### **19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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 cultural)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

##### **19.1. Información adicional**

Se está Elaborando el PLAN DE IGUALDAD DE GRUPO MARCO que garantiza 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.....) en la organización. Nuestro sector de actividad está muy masculinizado, por lo que existe una gran distancia entre el número de empleados y empleadas, pero esto no se debe a que la oferta de empleo, o la selección del personal se apliquen filtros de género, sino que es consecuencia de la reducida demanda de empleo femenino que hay en el sector que nos ocupa. Sin embargo, se están tomando fomentos para la participación de más candidatas en los procesos de selección.

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

### **20.- 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.

#### **20.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de corresponsabilidad y conciliación personal, familiar y laboral, especificarlas.**

La Dirección de Gestión de Personas (RR.HH.), siguiendo el Plan de igualdad de la organización y bajo la aprobación del Presidente, atiende las expectativas y necesidades de los empleados, estableciéndose acciones para lograr un adecuado equilibrio entre la vida privada y profesional, buscando que estas medidas no se desvinculen de la competitividad de la organización.

De esta manera, se tienen en cuenta las características inherentes al tipo de actividad de las empresas del grupo MARCO y a su estrategia, considerando la puesta en marcha de medidas relacionadas con la gestión de personas, la organización del trabajo y el desarrollo profesional, atendiendo para ello a esquemas de flexibilidad espacial y temporal, teniendo en cuenta las situaciones personales de los empleados, especialmente aquellas en las que existan responsabilidades de atención de hijos y otros dependientes. Estas medidas son eficaces, dado que existe una cultura de organización y un estilo de dirección y liderazgo que tiene en cuenta las necesidades de conciliación y la necesidad de eliminar cualquier tipo de discriminación injustificada en el lugar de trabajo (según se establece en el Plan de igualdad).

## **Formación y desarrollo profesional**

### **21.- ¿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

#### **21.1. Información adicional.**

El Departamento de Gestión de Personas (RR.HH.), bajo la aprobación del Presidente, organiza la formación de los trabajadores para la obtención y actualización de conocimientos y competencias que redunden en la mejora de su futuro profesional, de su productividad y de la competitividad de las empresas del grupo MARCO, Se tiene siempre en cuenta la promoción profesional en el seno de la propia organización.

### **22.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

#### **22.1. Información adicional**

El Grupo cuenta con un Plan de Formación, en el se recogen además de las necesidades legales, formaciones no legales que aportan otro tipo de formación para el desarrollo



profesional.

El plan de evalua, comprueba la eficacia, incidencias, utilidad de la formación.

## **Seguridad y Salud**

### **23.- ¿Tiene implantados en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **23.1. Información adicional.**

El Sistema Integrado de Gestión contiene:

- Manual de Gestión
- Planificación PRL
- Objetivos
- Indicadores
- Inspecciones Integradas de Gestión
- Reuniones de Inducción
- Reuniones de Gerencia.
- APP de comunicación
- Instrucciones de Trabajo
- Procedimiento de Trabajo
- PSS y anexos.
- Evaluaciones de Riesgo personalizadas.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

##### **24.1. Información adicional**

De momento se utilizan políticas de cercanía con los proveedores. Es difícil tener criterios ambientales con la deslocalización, y tipo de obra que hacemos.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y evaluación de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

##### **25.1. Información adicional**

Existe dentro de Sistema Integrado de Gestión, un procedimiento para la evaluación de Proveedores.

Se tiene en cuenta el tema ambiental y social, al contratar proveedores locales, y personal de la zona.

## **Homologación de proveedores**

### **26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

No existe un sistema de Homologación de Proveedores alineado a requisitos o buenas prácticas de Responsabilidad Social

#### **26.1. Información adicional**

Por ahora no se está aplicando ningún proceso de homologación de proveedores por criterios de buenas prácticas de responsabilidad social, pero estamos estudiando cómo integrarlo en el SIG en un futuro próximo.

## **Interacción con los proveedores**

### **27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

Se realizan ocasionalmente encuestas/focus group/ se participa en algún foro para conocer su opinión

#### **27.1. Información adicional**

Para realizar el Análisis de la Materialidad de Grupo Marco, se ha realizado una encuesta a los Grupos de Interés, entre los que se encuentran los proveedores, en la que se les consultó sobre cuáles de los asuntos de la Responsabilidad Social y la Sostenibilidad son más importantes para ellos. En esta ocasión la encuesta se ha dirigido a la persona de contacto que habitualmente nos atiende. Conocer cuáles son sus preferencias nos permite alinear nuestras acciones sociales y cumplir sus expectativas. La RSC trata de generar impacto positivo y beneficio compartido y para lograrlo es preciso establecer canales de interacción y comunicación ágiles.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

#### **28.- 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 algunos proyectos de forma puntual

#### **28.1. Información adicional.**

En 2021, tras realizar el diagnóstico de la situación del grupo empresarial en materia de sostenibilidad en 2020, se está elaborando el primer Plan de Sostenibilidad 2020-2025, con el propósito de definir nos retos, unas líneas de actuación, unos indicadores de control y evaluación del progreso y un informe anual del desempeño en materia de sostenibilidad y

Responsabilidad social. Esto nos permitirá generar mayor impacto positivo, reducir, compensar o eliminar los impactos negativos y comunicar puntualmente la evolución a nuestros grupos de interés para que puedan tomar sus decisiones fundamentadas.

## **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

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

Se realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **29.1. Información adicional.**

Existen proyectos sociales dirigidos a las personas empleadas orientados a satisfacer sus expectativas, estabilizar plantilla, desarrollar talento y oportunidades, además de para mejorar el clima laboral.

No existen proyectos sociales orientados a la comunidad local y o colectivos desfavorecidos, promovidos o acogidos por el grupo empresarial, si existen colaboraciones, patrocinios o participaciones puntuales en iniciativas sociales, realizadas de forma individual por alguna empresa del grupo. Las cuales no está alineadas con los objetivos ni con los asuntos materiales.

La organización empresarial se está planteando gestionar todas las acciones sociales a nivel grupo, y alinear los proyectos con los objetivos estratégicos, la materialidad y los ODS y retos de la Agenda 2030.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

### **30.- 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?**

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

#### **30.1. Información adicional**

Cada empresa de Grupo Marco actúa de manera independiente con su entorno, apoyando iniciativas sociales en las comunidades locales en las que operan, Se está considerando la centralización de estas actuaciones a nivel grupo empresarial para generar un mayor impacto positivo compartido.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

#### **31.1. Información adicional**

Por el momento, Grupo Marco, no está comunicado y fomentando sus buenas prácticas de una manera activa. Tan solo, se da a conocer en el entorno más próximo a la participación

y a las personas directamente afectadas por la misma.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

#### **32.- 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.

##### **32.1. Información adicional**

Grupo Marco es una agrupación empresarial adjudicataria de obras de construcción de obra pública, edificación, infraestructuras, e instalaciones, en cuyos proyectos técnicos o pliegos de condiciones ya se encuentra evaluado el impacto ambiental y definidas las medidas correctivas que lo compensan. No obstante, la empresa por iniciativa propia y de manera voluntaria está realizando actuaciones en materia de reducción de emisiones, tratamiento de residuos, consumo responsable, etc...

### **Compromiso frente al cambio climático**

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

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

### **Economía circular**

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

##### **34.1. Información adicional**

Nuestros Proyectos limitan este tipo de economía.

Se establece en Proyectos concreto, la utilización de residuos para la propia construcción: Depuradoras, rellenos de tierra, mejora de fincas, gestión de residuos para aprovechamiento.

### **Comunicación ambiental**

#### **35.- 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

##### **35.1. Información adicional.**

La comunicación ambiental es una de las acciones que se va a potenciar. GRUPO MARCO está experimentando un rápido crecimiento y muchas de sus empresas se han constituido en los últimos tres años (2018-2020). Se están haciendo y sobre todo planificando actuaciones para reducir los impactos ambientales negativos, y la intención es dar a conocer tanto la acción como su progreso o resultados anuales.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

**36.- 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 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 2 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
- 3 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
- 4 - Capacitar a las personas de la empresa
- 5 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 6 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 7 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 8 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 9 - Disponer de presupuesto
- 10 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

### **Valoración Global**

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

6

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

**38.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

#### **PUNTOS FUERTES**

- Amplia gama de productos y servicios complementarios para ofrecer una solución integral de construcción.
- Capacidad, experiencia y recursos propios para ejecutar las obras de cualquier dimensión.
- Solvencia Económica y fácil acceso a financiación.
- Alta Dirección comprometida con acometer procesos de desarrollo, innovación y mejora continua.

**39.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

#### **AREAS A MEJORAR**

- Seguir impulsando la expansión e internacionalización del mercado donde opera.
- Apostar por la eficiencia energética, la energía renovable, y la movilidad sostenible.
- Promover nuevas líneas de negocio que fortalezcan sinergias del GRUPO y generen

oportunidades.

### **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?**

Sí

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

- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.