

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### **HAIKU COMUNICACIÓN**

CIF:B99330078

C/ 5 de marzo 18 4ª pl. of 3

50004 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **01 - Denominación de la organización**

KUBO COMUNICACIÓN, SL

#### **02 - Dirección - CP - Población**

CALLE CINCO DE MARZO, 18 PLANTA 4 OFICINA 3

50004 ZARAGOZA

#### **03 - Sector. Actividad**

PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

#### **04 - Año comienzo actividad.**

2012

#### **05 - Número de personas empleadas**

6

#### **06 - Persona contacto**

ANDREA MORENO

#### **07 - E-mail contacto**

[administracion@haikucomunicacion.com](mailto:administracion@haikucomunicacion.com)

#### **08.- Página web**

[www.haikucomunicacion.com](http://www.haikucomunicacion.com)

### GENERAL

#### Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)

**- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

**1.1 Información adicional**

De los aspectos mencionados anteriormente, Haiku Comunicación se ve afectada directamente en los siguientes aspectos:

**Políticos:** En empresas como Haiku Comunicación, que dan servicio a empresas relacionadas con la cultura e instituciones gubernamentales, los cambios de equipo de gobierno afectan especialmente ya que existen ciertos grupos políticos de carácter más conservador que no dan prioridad al desarrollo de la cultura, dándosela a otros aspectos con los que no trabajamos tan habitualmente.

**Tecnológicos:** Haiku Comunicación es una empresa tecnológica, es decir, que basa su actividad en el uso de la tecnología y sus aplicaciones. Principalmente se trabaja con equipos informáticos y móviles desde los que se gestionan todos los procedimientos de la actividad comercial centradas en vías de comunicación como correos electrónicos y redes sociales, que se encuentran en constante cambio y nos obliga a mantenernos actualizadas con cada novedad.

**Sociales:** En Haiku Comunicación se da prioridad a la conciliación de la vida personal y profesional plasmándolo en un Plan de Conciliación familiar, laboral y personal para nuestras trabajadoras.

**Económicos:** La reciente subida de la cifra de empleabilidad también se ha visto reflejada en nuestra empresa con la creación de 3 puestos de trabajo en los últimos 2 años, dato relevante teniendo en cuenta que se trata de una pequeña empresa.

Sin embargo, también se ve afectada de manera indirecta en los siguientes ámbitos:

**Medioambientales:** La actual crisis ambiental y climática se ve reflejada de manera indirecta en el desarrollo cotidiano de las empresas, es por eso que en Haiku hemos puesto de manifiesto nuestro compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente, adheriéndonos a iniciativas locales que tienen lugar en nuestra ciudad.

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

No

**2.1. Información adicional**

No. Una pyme por sí sola no dispone de los recursos suficientes como para influir sobre una sociedad y poder afectar a los aspectos tratados anteriormente (economicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales), sin embargo, un grupo de pymes unidas por los mismos objetivos sí.

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

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

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

#### **3.1. Información adicional**

A la hora de planificar un proyecto nuevo se tienen en cuenta los aspectos sociales de dos maneras: interna y externamente.

De manera interna, se tiene en cuenta que persona (según su puesto) podría asumir ese nuevo proyecto para cumplir siempre con la meta de conciliación entre la vida personal y profesional ya que ciertos proyectos requieren de disponibilidad en ciertas horas del día.

De manera externa, al trabajar estrechamente con el sector cultural, es decir, un sector dirigido a las personas y a la sociedad se tiene muy en cuenta como el desarrollo de los proyectos puede afectar a esta.

Por otro lado, respecto a los aspectos ambientales

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

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

#### **4.1. Información adicional**

En Haiku Comunicación participamos de forma activa en diferentes planes sociales y ambientales que están comprometidos con nuestra realidad social más cercana, destinando parte de nuestros recursos económicos a su desarrollo. Se trata de proyectos solidarios en los que realizamos donaciones a diferentes entidades y organizaciones sin ánimo de lucro, en lo que a social se refiere y también, en la plantación y reacción de un bosque en la ciudad (El bosque de los zaragozanos), en lo que a criterio medioambiental se refiere.

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

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

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

#### **5.1. Información adicional**

En Haiku Comunicación se tienen identificados claramente los siguientes colectivos con los que se relaciona:

Empleados: la comunicación interna que tiene lugar en Haiku Comunicación es fluida y correcta, con el fin de crear un ambiente de trabajo equilibrado y satisfactorio para todas las partes.

**Clientes:** debido a la tipología de los clientes, los canales de comunicación con ellos se adaptan a las necesidades y características de cada uno, eligiendo la plataforma o canal más adecuado para cada uno de ellos.

**Proveedores:** En Haiku Comunicación trabajamos de manera habitual con los mismos proveedores generando una red de apoyo local y cercanía que nos permite ofrecer a nuestros clientes un servicio integral con el apoyo de los mejores profesionales de cada sector.

**Organismos públicos:** Como se ha mencionado en puntos anteriores, Haiku Comunicación mantiene una relación profesional con organismos públicos para los que se desarrollan diferentes proyectos como gestoras pero también como colaboradoras cuando se realiza alguna presentación o evento en alguna de las instituciones públicas.

**Medios de comunicación:** Los medios de comunicación forman parte de uno de los grupos más importantes para la organización, ya que se mantiene una relación diaria con medios locales, regionales e incluso nacionales. Somos una agencia de prensa que realiza las funciones de un gabinete con los medios de comunicación, haciendo de interlocutor entre la empresa/asociación y los medios de comunicación.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

### **6.1. Información adicional**

Las herramientas de las que dispone Haiku Comunicación para conocer las necesidades y/o expectativas de sus grupos anteriormente identificados son, por un lado, herramientas formales como reuniones presenciales o telemáticas, y encuestas para proveedores, clientes e instituciones gubernamentales principalmente. Por otro lado, herramientas informales como llamadas telefónicas o reuniones informales para trabajadores y medios de comunicación.

## **Gobierno de la organización**

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

Existe un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- que se difunde a todos los trabajadores cuando se incorporan a la organización

### **7.1. Información adicional**

Cuando una persona nueva se incorpora a la plantilla se designa a una persona que actuará como persona de referencia durante sus primeros días y quien será la persona que se encargue de explicarle los aspectos internos, tanto técnicos como referentes a la cultura corporativa. Sin embargo, el resto de la plantilla también se involucra en la formación y acompañamiento de la nueva persona. Además, existe un documento básico que sirve como hoja de ruta y presentación para la persona que se incorpora a la organización.

## **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**

Al tratarse de una empresa con 6 trabajadores en la que no hay una estructura jerárquica con muchos niveles, las socias fundadoras se encargan de que cada persona del equipo conozcan los valores a través de la cultura y los objetivos.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

Actualmente Haiku Comunicación es una empresa muy consolidada que busca aumentar su valor atendiendo a otros aspectos que se alejen de la comercialización como la responsabilidad social .

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

#### **10.1. Información adicional**

Estamos trabajando en perfeccionar y desarrollar de manera más concreta un Plan de Responsabilidad Social que se adapte a las necesidades y situación actual.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

##### **11.1. Información adicional**

Habitualmente, Haiku Comunicación se mantiene actualizada y conoce a la perfección la satisfacción de los clientes con los que se trabaja, casi siempre de manera informal, ya que eso proporciona una actualización rápida que permite continuar con las buenas prácticas y modificar las que no sean correctas.

Sin embargo, en alguna ocasión se ha considerado necesario registrar estas respuestas a través de encuestas en las que se han elaborado preguntas y se han distribuido entre el sector de clientes interesado.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

##### **12.1. Información adicional**

Como se ha mencionado en el punto anterior, la manera más habitual en la que Haiku Comunicación conoce la satisfacción de sus clientes es a través herramientas informales como conversaciones telefónicas o correos electrónicos, que permiten una rápida actuación para modificar en el corto plazo, los aspectos que no se estén realizando correctamente.

Sin embargo, también se trabaja con mecanismos formales como reuniones, que permiten ahondar más en ciertos aspectos y realizar esos cambios en el medio/ largo plazo.

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

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

Se investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

#### **13.1. Información adicional**

Somos una empresa dedicada al sector servicios y nuestros "productos" no son tangibles, ya que se trata de planes de comunicación, estrategias de redes sociales... Siempre integramos la visión sostenible e innovadora en todas ellas con el fin de mejorar nuestros servicios y al relación con nuestros clientes. Además, al ser agencia de eventos, cuando llevamos a cabo uno de ellos, contamos con proveedores de cercanía y KM0 que permita seguir desarrollando y tejiendo una red local.

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

### **14.- ¿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 analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

#### **14.1. Información adicional**

Hay cierta información que puede que no genere interés para los medios y no tenga el éxito esperado, por lo que se informa al cliente de las posibilidades de esto. Nuestro valor principal es la honestidad y siempre trabajamos desde la sinceridad con nuestros clientes.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

#### **15.1. Información adicional**

El producto principal con el que comercializa Haiku Comunicación es la información que se procesa y se ofrece en forma de noticia. Hay cierta información que no suscita el suficiente interés y que por lo tanto, a pesar de haber realizado un buen trabajo, no tiene el éxito esperado. Este es, por ejemplo, uno de los aspectos de los que se informa a los clientes.

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

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **16.1. Información adicional**

Cuando se a comenzar un proyecto se habla tanto por teléfono como por correo electrónico con cada cliente y se entrega un presupuesto detallado con cada servicio a realizar, lo que incluye, sus características y cada importe.

### **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

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

##### **17.1. Información adicional**

La herramienta más utilizada por la organización para conocer la satisfacción de los empleados es la reunión, tanto de manera formal como informal. Desde la organización se mantiene un control diario de la carga y los ritmos de trabajo y reflexiona si esto debe cambiar para adaptarse a las necesidades de las personas empleadas, pudiendo así ofrecer una jornada de trabajo de calidad y garantizar mejores resultados en los proyectos.

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

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

No se han desarrollando actividades en esta materia

##### **18.1. Información adicional.**

Haiku Comunicación es una agencia pequeña que tiene como base valores sociales y busca que se vean reflejados en el día a día en cada uno de sus trabajadores. Estos valores son igualdad de género, igualdad de oportunidades, no discriminación y respeto. entre otros Para garantizarlos se atiende unicamente a los criterios objetivos de formación y experiencia en el currículum cuando se realiza una entrevista de trabajo, la retribución va en concordancia a el convenio coletivo, la formación del personal se selecciona según las necesidades del puesto de trabajo.

Ninguna de estos ámbitos de la organización se realizan en base a características sociopersonales como género, origen racial, étnia, religión o creencias, discapacidades, edad u orientación sexual o cultura.

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

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

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

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

La organización de Haiku Comunicación ha desarrollado un Plan de Conciliación de la vida personal, familiar y laboral para continuar con su compromiso en esta materia, que recoge medidas como: un horario flexible de entrada y salida, disponibilidad de teletrabajo, el intercambio de horas extras por días libres y formación continua en horario laboral. Este plan se pone a disposición de toda la plantilla para que puedan conocerlo en profundidad y hacer uso de él.

**Formación y desarrollo profesional**

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

**20.1. Información adicional.**

En esta ocasión las responsables de formación son las socias administradoras y la responsable del departamento de administración, quienes identifican que formación sería necesaria, valiosa y útil para continuar con el desarrollo de las tareas de la empresa. Una vez identificada se hace saber al empleado las intenciones de formación para conocer su grado de satisfacción con esta formación y acordar su inicio.

**21.- ¿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

**21.1. Información adicional.**

A la incorporación de cada trabajador, se proporcionan formaciones técnicas relativas a su puesto de trabajo. También, a medida que va avanzando el tiempo de esta persona dentro de la empresa y controla su área de trabajo, se amplía la formación en otras áreas para que pueda adquirir otras responsabilidades.

**Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

**22.1. Información adicional.**



Haiku Comunicación es una empresa que hace especial hincapié en la prevención de riesgos laborales y así se refleja en la baja accidentalidad de la empresa. Además, para mantener a la plantilla actualizada y cumplir con la normativa, se han realizado formaciones en materia de protocolo de prevención del acoso, siempre amparadas bajo el trabajo de una empresa especializada en prevención.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

##### **23.1. Información adicional.**

En el desarrollo de la actividad de la agencia, para la selección de proveedores y clientes, se tiene en cuenta que sus valores empresariales se alineen con los de Haiku. Por lo tanto, a la hora de seleccionar un proveedor se valora que sus prácticas empresariales sean medioambientalmente sostenibles, apuesten por el cuidado de sus trabajadores con políticas de conciliación, formaciones, etc.

También, en el momento de comenzar un nuevo proyecto con un cliente, se busca también que la empresa trabaje en base a unos valores similares a los de Haiku.

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

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

##### **24.1. Información adicional.**

Además de tener en cuenta los valores en los que clientes y proveedores se basan a la hora de trabajar, hay indicadores como puede ser un sello de RSA que nos ayudan a valorar a las empresas y categorizarlas en grupos socialmente responsables. Esto es una garantía de calidad empresarial que aporta mucho valor para Haiku Comunicación.

## **SOCIAL**

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

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

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

### **25.1. Información adicional.**

La Fundación Sesé realiza cada año una gala benéfica en la que Haiku Comunicación ha trabajado como gabinete de prensa, sin embargo, en la última gala del 2023, la agencia se ha iniciado colaborando en la Gala en forma de donativo ofreciendo gratuitamente parte de los servicios que se prestan.

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

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

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

#### **26.1. Información adicional.**

La última gala benéfica de Fundación Sesé tenía como título Gota de leche y junto a la Hermandad del Refugio, buscaban alimentar a más de 200 bebés lactantes que pertenecen a familias con pocos recursos. La plantilla de Haiku Comunicación la forman 6 mujeres de las cuales 4 tienen hijos menores de 12 años, lo que aporta una visión muy profunda en esta materia y hace que Haiku Comunicación quiera involucrarse con sus trabajadoras y con causas en las que puedan sentirse identificadas.

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

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

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

#### **27.1. Información adicional**

Haiku Comunicación tiene proyectos sociales en marcha como pueden ser proyectos de difusión de la cultura a través de redes sociales. En estas se comparten recomendaciones literarias y se anima a los públicos a participar activamente a través de formularios de preguntas en las que se recogen las respuestas y se plasman en un calendario de contenido y que posteriormente se publicarán. Esto permite crear un ambiente de colaboración entre la empresa y los grupos de interés.

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

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

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

#### **28.1. Información adicional**

Una vez desarrolladas las acciones de carácter social, como puede ser la colaboración dentro de la gala benéfica de Fundación Sesé, una de las tareas que se desarrollan es

medir el impacto en prensa de este proyecto.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

##### **29.1. Información adicional.**

Una de las actividades principales de Haiku Comunicación es la gestión y coordinación de prensa para diversos autores que publican obras y buscan difusión por los diferentes medios de comunicación. A causa de esta actividad, en la agencia se acostumbra a recibir numerosos paquetes que contienen estos lanzamientos literarios, generando así múltiples de cajas de cartón vacías las cuales nos encargamos de por un lado, reutilizar para almacenar cosas y por otro lado reciclar en su correspondiente contenedor y de manera diaria se destina una papelería específica para los residuos orgánicos y otra para plásticos y envases.

También, todas las empleadas acuden a su puesto de trabajo en transporte público o andando.

Además, Haiku Comunicación ha apadrinado un árbol por cada una de sus trabajadoras en el proyecto municipal El Bosque de los Zaragozanos.

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

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

No existen actividades en marcha

##### **30.1. Información adicional.**

A pesar de que en Haiku Comunicación se realizan acciones que contruyan a reducir el impacto ambiental, por el momento no se ha hecho pública ninguna de estas acciones, ya que son tareas cotidianas que se desarrollan diariamente y que no tienen ninguna estructura de actuación definida.

### **Economía circular**

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

##### **31.1. Información adicional**

Como se ha comentado anteriormente, la manera en la que la agencia contribuye a reducir el impacto ambiental es a través de la economía circular ya que se reciclan los residuos y se reutilizan algunos de ellos, como el cartón.

## **Comunicación ambiental**

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

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **32.1. Información adicional**

En esta materia, por un lado se hace saber a cada una de las trabajadoras la manera en la que se procede con el reciclaje, informando de qué residuo debe ir en cada contenedor y de que manera se va a realizar la evacuación de estos.

Por otro lado, hay otros grupos de interés como son los trabajadores de empresas de envíos a los que se les informa de nuestra manera de proceder con los residuos. También se les entregan los envíos en cajas de carton recicladas y sobres de papel reciclado.

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

### **Priorización de temas**

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

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

### **Valoración Global**

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

5

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

#### **35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

Haiku Comunicación es una organización que, desde sus inicios en 2012, siempre ha

mantenido sus valores como base de su actividad empresarial. Más de 10 años después y habiendo triplicado su plantilla, la agencia nunca ha perdido el foco en ser fiel a sus valores, pudiendo incluso ampliar esos objetivos. Actualmente Haiku Comunicación es una empresa consolidada en la ciudad de Zaragoza, que busca aprender, formarse y mejorar en la materia social, aspecto que siempre ha formado parte de su base empresarial.

### **36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

A pesar de que siempre se habían incluido en la actividad empresarial los valores sociales de Haiku Comunicación, nunca se había dispuesto de recursos suficientes para recogerlos y plasmarlos de manera oficial.

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

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

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

Si

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

- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.