

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### **Empresa evaluada**

**GFT IT CONSULTING, S.L.U.**

CIF:B63043251

Pza. Antonio Beltrán Martínez 1. Edificio Trovador

50002 - Zaragoza

Zaragoza

### **DATOS DE LA ORGANIZACIÓN**

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

GFT IT Consulting S.L.U.,

que se encuentra dentro del Grupo GFT, cuya matriz es GFT Technologies S.E., con domicilio social en Alemania.

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

GFT IT Consulting S.L.U.

Plaza de Antonio Beltrán Martínez, 1, Edificio Trovador

50002, Zaragoza

datos de nuestra oficina de Zaragoza, GFT IT CONSULTING SLU tiene su domicilio social en la Avenida Alcalde Barnils, 71 en Sant Cugat del Vallés CP 08174.

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

GFT desarrolla soluciones sostenibles por medio de nuevas tecnologías, desde ingeniería Cloud e IA hasta Blockchain/DLT.

Con su profunda experiencia tecnológica, conocimientos de mercado y sólidas alianzas, GFT ofrece asesoramiento a los sectores financiero y asegurador, así como a la industria manufacturera

#### **04 - Año comienzo actividad.**

Fundada en 1987

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

Más de 12.000 profesionales a nivel mundial, más de 2200 en España, más de 260 dependiendo de la oficina de Zaragoza

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

Estela Sánchez Salvador, miembro del equipo CSR de España

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

[estela.sanchez@gft.com](mailto:estela.sanchez@gft.com)

Mencionamos también el correo del equipo CSR de España: [csr.spain@gft.com](mailto:csr.spain@gft.com).

#### **08.- Página web**

<https://www.gft.com/es/es>

## GENERAL

### Tendencias Globales

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

**Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**

**- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**

**- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**

**- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**

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

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

GFT es plenamente consciente del impacto, tanto directo como indirecto, de los temas mencionados.

Nuestro compromiso es abordar estos temas de manera responsable, y contamos con equipos corporativos que nos ayudan a lograrlo, como son Responsabilidad Social Corporativa (CSR), Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI), Recursos Humanos (HR), Salud y Seguridad en el Trabajo (Health&Safety), y Aprendizaje y Desarrollo (Learning&Development)

Durante esta encuesta, presentaremos ejemplos concretos de nuestras iniciativas. Por ejemplo, nuestro compromiso con el bienestar de los empleados nos ha permitido obtener el reconocimiento de ser una Best Workplace por parte de "Great Place to Work". También tenemos un plan de igualdad y un código ético, entre otras acciones que respaldan nuestro compromiso

### 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

GFT se encuentra fuertemente comprometida con los distintos grupos de interés, fomentando una cultura de responsabilidad ambiental y social.

Ejemplos de esto incluyen nuestro reconocimiento como Great Place to Work (GPTW), e incluso aparecer en el ranking de Best Places to Work. Además, como parte de nuestro

compromiso con la gestión responsable y sostenible, nuestra organización obtuvo la certificación ISO 14001 el año pasado y en enero de este año hemos obtenido también la ISO 9001, implementando un sistema integrado para gestionar ambas normativas. Estas certificaciones son testimonio de nuestro compromiso con la mejora continua y la transparencia en todas nuestras operaciones.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

#### **3.1. Información adicional.**

No hay un porcentaje del beneficio obtenido destinado a la inversión en proyectos sociales y/o medioambientales, pero si disponemos de un presupuesto anual.

Asignamos presupuesto a la formación, desarrollo y mejora de la calidad de vida laboral de nuestros empleados, así como para actividades externas alineadas con nuestra política empresarial.

Además mantenemos equipos especializados en Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) y Responsabilidad Social Corporativa (CSR).

Mencionar que el presupuesto se revisa anualmente, y que también revisamos la definición de métricas e informes para aumentar su efectividad y alinearlos aún más con nuestros objetivos y valores corporativos.

### **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.**

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

#### **4.1. Información adicional**

Uno de los primeros pasos que tomamos al trabajar en la obtención de la norma ISO 14001 fue identificar a los grupos de interés. Los enumeramos a continuación

Grupos de interés Internos:

- Comité de Dirección
- Accionistas
- Trabajadores
- Management
- Comité Sindical

Grupos de interés externos

- Proveedores

- Contractors
- Clientes (Empresas)
- Asociaciones del sector (CEOE)
- Partners tecnológicos
- Consumidores
- Competencia
- Sociedad
- Medios de comunicación
- Comunidades Locales (Universidades)
- Organismos reguladores
- Talento Joven
- Entidades bancarias y de seguros

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

### **5.1. Información adicional**

GFT realizó un proceso de consulta a sus principales grupos de interés con el propósito de evaluar la importancia y relevancia de los temas materiales. Tras recopilar los resultados, se elaboró una matriz de materialidad que los organiza según su importancia dentro de la organización y su relevancia para el entorno, comprendido como las partes interesadas o grupos de interés de la sociedad.

Esta matriz está disponible para su consulta en nuestro EINF, que se encuentra disponible en <https://www.gft.com/es/es/about-us/sustainability>

## **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 conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

### **6.1.. Información adicional.**

Disponemos de un código ético a nivel de grupo. Más información y acceso al mismo en: <https://www.gft.com/int/en/about-us/corporate-governance/Compliance>

Mencionar que forma parte de las políticas del grupo, prácticamente el 90 % de las políticas de GFT son Globales.

Las políticas indicadas a continuación son públicas al exterior:

- Código Ético y Código Antisoborno-Anticorrupción (disponibles en <https://www.gft.com/int/en/about-us/corporate-governance/compliance>)
- Política Medioambiental y política CSR (disponibles en <https://www.gft.com/int/en/about-us/sustainability/csr-governance>)
- Código de conducta para los proveedores y los proveedores de servicios (disponible en

<https://www.gft.com/es/es/terms-and-conditions-spain> como parte de los documentos de términos y condiciones)

Resto de políticas:

- Guías de Protección de Datos Personales y de Información
- Política de Beneficios Comerciales
- Política de Conflicto de intereses
- Política antifraude
- Política Antimonopolio
- Política de Donaciones y Patrocinios
- Política de Compras
- Política de viajes
- Política de Diversidad
- Política de WFH

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

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

### **7.1. Información adicional**

El código ético especifica a qué roles y equipos pueden dirigirse los empleados o terceros para expresar sus preocupaciones sobre cualquier caso o sospecha de negligencia o irregularidad (Line Manager, Recursos Humanos, la Compliance Office u otros mecanismos disponibles para informar)

## **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**

Contamos con una serie de herramientas y canales de comunicación interna para garantizar que nuestros empleados estén informados y al tanto de las políticas y la visión de la empresa.

Esto incluye una intranet que proporciona noticias e información actualizada. Además, organizamos GFTmeets específicos (\*), y ofrecemos una sección de cursos compliance en nuestra plataforma de formación, que los empleados deben realizar. Adicionalmente dirección realiza comunicaciones a nivel local y global, en las cuales comunican datos relevantes sobre la empresa.

Estas iniciativas de comunicación interna aseguran que nuestros empleados estén debidamente informados y alineados con la dirección y los valores corporativos.

(\*)Los GFTmeets son webinars internos de normalmente duración menor a una hora, que tratan una amplia variedad de temas, desde cuestiones técnicas hasta aspectos corporativos.

## **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?**

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia

#### **9.1. Información adicional**

El Código de Ética y Código de Conducta, así como la Política Anticorrupción y Antisoborno, junto con otras políticas, se ajustan periódicamente a los requisitos actuales. , hay programas de formación para garantizar que todos los empleados estén al tanto de ellas y una Compliance Office a la disposición de cualquier persona que lo necesite.

Más información en <https://www.gft.com/int/en/about-us/corporate-governance/Compliance>

### **Plan de Responsabilidad Social**

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

#### **10.1. Información adicional.**

Disponemos de un plan de responsabilidad social y de un equipo (CSR) que se ocupa de su seguimiento y revisión de acciones y KPIs

**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.**

Se han definido metas y métricas específicas para garantizar un seguimiento adecuado.

Además, el equipo de Responsabilidad Social Corporativa (CSR) participa en webinars organizados por entidades como la CEOE, TÜV SÜD y Aenor, y realiza formaciones para mantenerse actualizado sobre nuevas regulaciones y tendencias en el ámbito de la RSC. Con ello nos queremos asegurar de que nuestras prácticas de responsabilidad social estén alineadas con los estándares más recientes y nuestras prácticas de responsabilidad social estén actualizadas.

### **CLIENTES**

#### **Satisfacción de cliente**

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

### **12.1. Información adicional**

Nuestra naturaleza como empresa de servicios implica un contacto directo con los clientes. La comunicación activa y constante de nuestros equipos de desarrollo y sus responsables nos permite recopilar información valiosa y sugerencias que impulsan la mejora continua.

Creemos firmemente en la importancia del feedback de nuestros clientes para garantizar su satisfacción. Por ello, queremos ir un paso más allá y se ha empezado a trabajar en la introducción de encuestas de satisfacción del cliente formalizadas dentro de nuestra operativa. Nos encontramos en una fase inicial y estamos en contacto con los responsables pertinentes para definir el proceso, y se revisarán estrategias con el equipo de Marketing para asegurar una implementación efectiva, antes de que acabe el año.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

#### **13.1. Información adicional**

En nuestra empresa, la comunicación continua entre nuestros equipos y los clientes es fundamental para asegurar una colaboración efectiva. Utilizamos el feedback recopilado, KPIs y capacitación del personal para impulsar la mejora constante.

Además, promovemos la innovación, revisamos procesos y estamos siempre atentos a las cambiantes necesidades del mercado.

### **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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **14.1. Información adicional.**

Como consultora informática, es parte de nuestra esencia mantenernos constantemente actualizados sobre las necesidades de nuestros clientes. Priorizamos la capacitación y el desarrollo continuo de nuestro equipo, siempre alineado con las demandas empresariales.

Contamos con equipos especializados en la exploración de nuevas oportunidades de negocio, que brindan orientación a los equipos de desarrollo cuando lo necesitan. Además, impulsamos la iniciativa "Inclusive Coding" con un equipo dedicado a la programación inclusiva, que promueve la creación de aplicaciones sin barreras.

También disponemos de un Laboratorio de Innovación Digital en una de nuestras oficinas donde recreamos situaciones de la vida real.

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

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

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

#### **15.1. Información adicional.**

En GFT hemos introducido GreenCoding, una iniciativa destinada a reducir las emisiones de CO2 mediante la implementación de código sostenible en el desarrollo de software, con el fin de minimizar nuestro impacto ambiental. Todos nuestros empleados tienen acceso a formación en Green Coding adaptada a sus respectivos roles.

Más información disponible en: <https://www.gft.com/es/es/technology/greencoding>

En cuanto al aspecto social, la obtención del sello de "Great Place to Work" refleja la importancia que le damos a este tema.

#### **16.- ¿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

##### **16.1. Información adicional.**

En una consultora informática como GFT, el concepto de "servicio postventa" puede ser diferente al de las empresas que venden productos físicos. Sin embargo, sigue siendo esencial proporcionar un soporte continuo para garantizar la satisfacción del cliente y el rendimiento efectivo del software a lo largo del tiempo.

Es importante tener en cuenta que nuestros clientes nos contactan tanto para generar productos nuevos como para el mantenimiento de productos existentes. Por lo tanto, nuestra prestación de servicios se adapta a las necesidades específicas de cada proyecto, de acuerdo con los requisitos de los clientes y los servicios que han contratado.

Aunque como hemos mencionado los servicios se adaptan al cliente y proyecto listamos algunas acciones a modo de ejemplo:

- Proporcionar asistencia técnica a los clientes para abordar cualquier problema, error o dificultad que puedan encontrar al utilizar el software desarrollado.
- Resolver de manera rápida y eficaz cualquier problema o fallo que surja en el software después de su implementación.
- Ofrecer actualizaciones periódicas del software para corregir errores, mejorar el rendimiento o agregar nuevas funcionalidades según las necesidades del cliente.
- Brindar formación adicional a los usuarios finales de ser necesario.
- Asegurarse de que el software esté protegido contra vulnerabilidades de seguridad y proporcionar actualizaciones para abordar cualquier riesgo de seguridad.
- Mantener una línea de comunicación abierta con el cliente para responder preguntas,



recibir comentarios y brindar apoyo en general.

## **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 de las características del producto o servicio.

#### **17.1. Información adicional.**

Nuestro compromiso es asegurar que nuestros clientes siempre tengan acceso a toda la información que requieran. Mantenemos una política de total transparencia y mantenemos canales de comunicación abiertos de manera constante.

La cantidad, frecuencia y tipo de información que proporcionamos, dependerá de las necesidades específicas de cada cliente y del tipo de proyecto en cuestión.

## **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**

Anualmente, distribuimos el cuestionario de GPTW a todos los empleados y examinamos cuidadosamente los resultados anonimizados que nos proporcionan para identificar áreas de mejora y determinar cómo podemos avanzar.

La metodología de ??????????????Great Place To Work considera que una organización es un gran lugar para trabajar si el nivel de confianza en la organización es muy alto. Por eso, el cuestionario mide el Trust Index o Nivel de Confianza en esa organización. El Trust Index mínimo para certificarse es del 65%, y nosotros siempre lo hemos superado con margen, siendo reconocidos como un Great Place to Work año tras año. Mencionar que este año estamos en el número 1 en el ranking de Best Workplaces España en Tecnológicas(categoría empresas con más de 500 personas empleadas)

### **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)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la empresa.

### **19.1. Información adicional**

GFT IT CONSULTING S.L.U. dispone de un Plan de Igualdad de Oportunidades, el cual, tras ser negociado y elaborado con la Representación Legal de los Trabajadores, está debidamente registrado en el Registro y Depósito de Convenios Colectivos, Acuerdos colectivos de trabajo y Planes de Igualdad a fecha de notificación 05/04/2023 y código de Convenio 90125662112023. En él, además del diagnóstico de situación de la empresa y la auditoría retributiva se recogen las medidas a adoptar con el objetivo de alcanzar la igualdad de oportunidades y de trato, real y efectivo entre hombres y mujeres en todos los niveles de la empresa, y asegurar la ausencia de discriminación, directa o indirecta de los procedimientos de gestión de la empresa relativos a selección, formación, contratación, promoción, desarrollo profesional, ordenación de trabajo y retribución.

GFT también cuenta con un Protocolo de Prevención del Acoso, donde se establece el compromiso de la empresa a que todas las personas trabajadoras sean tratadas con dignidad y respeto, el rechazo a cualquier situación u acto susceptible de ser considerado acoso laboral con independencia de quién sea la víctima o la persona acosadora y el reconocimiento del derecho de cualquier persona trabajadora a presentar denuncia. En este documento, se detalla el procedimiento que deberán de seguir las personas trabajadoras, que estimen que son víctimas de una situación de acoso sexual, acoso por razón de sexo y/o moral, garantizando en todo momento la confidencialidad del proceso.

GFT sensibiliza y forma a la plantilla en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación con la publicación, tanto del Plan de Igualdad como con el Protocolo de Prevención del Acoso y sus correspondientes cursos formativos.

Mencionar que, si bien no hemos firmado la Carta de la Diversidad, los 10 principios están incluidos dentro de nuestra estrategia y objetivos de trabajo en materia de Diversidad, Igualdad e Inclusión. En la actualidad, además de trabajar en medidas concretas recogidas en nuestro Plan de Igualdad, realizamos tareas de sensibilización, formación, mentorización e inspiración en las diferentes dimensiones de la diversidad que trabajamos actualmente (discapacidad, LGBTI, y mujeres principalmente): buscamos sensibilizar y formar a toda la organización con respecto a la diversidad, la inclusión y los sesgos inconscientes en todo el viaje del empleado. (desde la selección, incorporación, formación, asignación de trabajo/proyecto, evaluación, desarrollo profesional,?). También realizamos iniciativas de mentorización y orientación a través de sesiones locales/presenciales (por ejemplo, con nuestra red de mujeres de GFT - Women IN). Por último, queremos impulsar la Diversidad, Igualdad e Inclusión no sólo en GFT, sino también de puertas para fuera, por ello, trabajamos en iniciativas externas que ayudan a crear referentes femeninos, hacemos acuerdos de colaboración con empresas externas que nos permiten aprender, pero también compartir nuestras prácticas internas.

### **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?**

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal.

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

GFT IT CONSULTING S.L.U. en su compromiso de facilitar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral y la corresponsabilidad de las personas trabajadoras cuenta con tres políticas de aplicación a toda la plantilla; Política de flexibilidad y registro horario, Política de teletrabajo y la Política de desconexión digital, así como con una medida de flexibilidad de calendario con la que se facilita la conciliación, a través del Calendario Km.0.

En cuanto a la Política de flexibilidad y registro horario, las personas trabajadoras de GFT pueden gestionar su tiempo de trabajo de forma flexible, tanto en horario como en duración de jornada diaria, con los límites y en las condiciones establecidas en dicha política. La Política de teletrabajo, persigue el objetivo de garantizar el mejor equilibrio posible entre las distintas áreas de las personas trabajadoras, proporcionando flexibilidad en los patrones de trabajo, siendo esta modalidad de prestación de servicios totalmente voluntaria. En este documento se describen tanto el proceso, las condiciones y las modalidades de flexibilidad de teletrabajo.

La Política de desconexión digital recoge el compromiso de GFT a impulsar las medidas necesarias para potenciar el tiempo de descanso una vez finalizada la jornada laboral, reconociendo el derecho de desconexión digital como elemento clave para una correcta ordenación del tiempo trabajo, limitando el uso de los medios tecnológicos de comunicación empresarial y de trabajo durante los periodos de descanso, así como el respeto a la duración máximo de la jornada.

El Calendario Km.0 es una medida que se inició con un piloto que aplicaba a las personas Full Remote, para acabar extendiéndose a toda la plantilla. Permite seleccionar los festivos de la localidad donde reside la persona trabajadora, en lugar de que tengan que disfrutar los festivos locales o autonómicos del centro de trabajo donde están adscritos. Así favorece que puedan conciliar con mayor facilidad su vida personal, laboral y familiar.

Con la aplicación de estas iniciativas, se contribuye a la consecución de una óptima conciliación de la vida personal, laboral y familiar.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### **21.1. Información adicional.**

Formación continua: Nuestra amplia oferta formativa está abierta a todos los empleados, sin excepción. Cuenta con itinerarios formativos y programas de capacitación en tecnologías que son tendencia en mercado, así como campañas de certificaciones, que permiten que el concepto de formación continua sea una realidad en GFT, al tiempo que facilitan al empleado la actualización y adaptación de conocimientos en función de sus

necesidades presentes y futuras.

Esta oferta está diseñada a partir de los requerimientos recogidos por parte de las unidades de negocio, de las tendencias de mercado, así como de las necesidades propias de los empleados.

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

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

### **22.1. Información adicional**

Nuestro modelo de desarrollo del talento es una continua apuesta de GFT por sus empleados ayudándolos a evolucionar profesionalmente en función de sus intereses personales, requerimientos del negocio y de la compañía. En este modelo, se establecen las bases sobre las que poder realizar un adecuado desarrollo profesional (Core Values y Carreras Profesionales), así como las herramientas clave para este desarrollo: el modelo de evaluación del desempeño y la formación continua.

1) Modelo de evaluación del desempeño: es una herramienta muy potente para cada empleado en la compañía. Por un lado, se establecen unos períodos de evaluación para cada empleado con el fin de darle a conocer cómo ha sido su desempeño, así como qué áreas son necesarias reforzar para poder ir mejorando dentro de su nivel profesional e incluso de cara a poder ser promovido a los siguientes niveles. En esta línea, los empleados pueden diseñar su propio plan de desarrollo, estableciendo objetivos a corto y medio plazo que le permitan ir mejorando las habilidades y conocimientos necesarios para evolucionar profesionalmente. Además, en este plan de desarrollo el Line Manager cobra importancia como persona responsable de ayudar al empleado a encontrar los escenarios adecuados para poder poner en práctica dichos objetivos.

2) Formación continua: Nuestra amplia oferta formativa está abierta a todos los empleados, sin excepción. Es importante destacar que, en nuestro marco formativo, el empleado ha pasado a convertirse en el dueño de su desarrollo profesional, con el soporte y asesoramiento de su Line Manager, siempre que lo requiera. Esto implica que cada empleado puede inscribirse en las diferentes formaciones que se ofertan, teniendo en cuenta sus necesidades formativas.

## **Seguridad y Salud**

### **23.- ¿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.)

#### **23.1. Información adicional.**

Cumplimos normativa exigible en Prevención y Riesgos Laborales, y complementamos con actividades de Work Life Balance/Employer Branding, dos ejemplos de ello son promover la plataforma Wellhub, una plataforma digital que da acceso a diferentes opciones de wellness, y disponer de una sección en la intranet con información de hábitos saludables y menús equilibrados.

Destacar también que este año hemos implementado un nuevo beneficio para toda la plantilla de Apoyo Psicológico. Consiste en sesiones individuales con psicólogos clínicos, totalmente gratuito para empleados, de la mano de la Fundación Juan XXIII.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

##### **24.1. Información adicional**

En nuestra página web pueden descargarse las condiciones generales de compra (asimismo las de subcontratistas y freelancers)  
<https://www.gft.com/es/es/terms-and-conditions-spain>

En ellas se encuentra una sección de código de conducta donde se mencionan de forma general aspectos ambientales y sociales. Se revisa de forma periódica para estar alineados con Global e introducir mejoras que consideremos necesarias.

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

#### **25.-¿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.

##### **25.1. Información adicional**

A nivel de compras no existen criterios definidos para evaluar y clasificar a los proveedores, es un punto de mejora detectado y en el que queremos empezar a trabajar.

Sin embargo, en lo que respecta a las personas subcontratadas, sí tenemos criterios establecidos. Evaluamos la calidad del servicio ofrecido y recopilamos retroalimentación por parte de nuestros clientes. En algunos casos específicos, trabajamos únicamente con proveedores que cumplen con ciertas características. Por ejemplo, para nuestro cliente DB, solo podemos colaborar con proveedores que posean el sello Ecovadis.

### **Homologación de proveedores**

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

Se está empezando a implantar un sistema de Homologación en el que se tienen en cuenta las buenas prácticas de responsabilidad social

### **26.1. Información adicional**

Como comentamos en el punto 24, en nuestra página web pueden descargarse las condiciones generales de compra, y también las de subcontratistas y freelancers: <https://www.gft.com/es/es/terms-and-conditions-spain>. Tiene una sección de código de conducta donde se mencionan de forma general aspectos ambientales y sociales

No obstante, estamos trabajando en la definición de un nuevo proceso de homologación. Queremos poder verificar que nuestros proveedores estén alineados con nuestra visión corporativa en materia de sostenibilidad y responsabilidad social.

## **Interacción con los proveedores**

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

Se mantienen reuniones de manera informal con algunos proveedores

#### **27.1. Información adicional**

Se organizan reuniones tanto a nivel de compras como con los Contractors, resaltando especialmente en este último caso un contacto más frecuente, ya que nos proporcionan personal que trabajará directamente con el cliente. Este diálogo constante asegura una buena comunicación y colaboración, lo que nos permite proporcionar el mejor servicio posible a nuestros clientes.

## **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 proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

#### **28.1. Información adicional.**

En GFT, estamos comprometidos en fomentar las vocaciones STEM entre los jóvenes, especialmente entre las niñas, ya que las estadísticas revelan una baja presencia femenina en este campo. Por ello desde hace tiempo promovemos varios programas que abordan este problema desde diferentes ángulos: Inspira STEAM, Una ingeniera en cada cole y Technovation Girls, además de participar en eventos y charlas. Además de las actividades externas mencionadas, tenemos los Children's day, jornadas que se realizan en las oficinas para los hijos de las personas empleadas, con actividades de ocio y educativas en nuevas tecnologías para todas las edades

Adicionalmente, fomentamos la economía circular, dando una segunda vida a equipos informáticos cuya vida útil en GFT ha llegado a su fin, no solo por sorteos internos entre

empleados, sino que también realizamos donaciones de equipos informáticos a fundaciones, entidades sin ánimo de lucro y centros educativos.

También es relevante mencionar que respaldamos actividades de donación de alimentos y ropa organizadas por nuestros empleados en nuestras instalaciones. Facilitamos el espacio para la recolección de estos materiales y promovemos estas iniciativas a través de nuestras redes internas.

Realizamos un seguimiento de las actividades y se realizan mediciones e informes para medir su impacto.

Finalmente, mencionar otras acciones que realizamos y benefician a la comunidad:

- ? Eventos de puertas abiertas.
- ? Asistencia en ferias de empleo y similares.
- ? Jornada de Talentos y Futuros profesionales.
- ? Programa de juniors
- ? Realización de charlas.
- ? Desarrollo y participación en cursos formativos.

## **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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

#### **29.1. Información adicional.**

Es importante que una empresa informática patrocine programas de mentorizado de niñas para fomentar la diversidad de género en el sector tecnológico, aprovechando el potencial de talento subrepresentado. Esto no solo enriquece la innovación y la creatividad, sino que también contribuye a una cultura empresarial más inclusiva y a la solución de problemas desde diversas perspectivas.

Por ello, damos difusión a programas de mentoring. En particular, somos patrocinadores de Technovation Girls en Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y, también en Aragón cuando disponía de consulado. Además, tenemos firmado un acuerdo de colaboración en Aragón con el programa Una ingeniera en cada cole.

## **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?**

Sí, se comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

#### **30.1. Información adicional**

Promovemos la difusión de información y fomentamos la participación a través de nuestras redes sociales internas.

Adicionalmente facilitamos la comunicación y la transmisión de conocimientos entre los participantes mediante canales de Teams específicamente creados para este propósito, y realizamos reuniones y ocasionalmente pequeños Webinars (GFTmeets). También compartimos información en nuestra Intranet.

## **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**

El equipo de Marketing se ocupa de dar visibilidad en la web cuando corresponda, pero sobre todo las comunicaciones se realizan en RRSS a nivel España/Global en función de la campaña/iniciativa correspondiente.

## **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 evalúa el impacto ambiental y se ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

#### **32.1. Información adicional**

En materia de residuos, aunque no se ha identificado como un aspecto especialmente significativo debido al tipo de actividad en la que se centra la organización, GFT IT Consulting gestiona debidamente los residuos que se generan como consecuencia de su actividad.

Mencionar también que la sostenibilidad es parte de la estrategia del Grupo, es por ello que dispone de una Política medioambiental (puede encontrarse en <https://www.gft.com/es/es/about-us/Sustainability>)

Como parte del proceso de obtención de la norma ISO 14001, llevamos a cabo mediciones periódicas de la generación de residuos y el consumo de recursos. Durante este proceso, identificamos áreas de mejora significativas.

Es importante resaltar que en 2023 obtuvimos la certificación ISO 14001. Empezamos por nuestra oficina en Sant Cugat (donde está nuestro domicilio social). Nuestra meta es implementar esta norma en todas nuestras oficinas en España, como parte de este plan



este año la ISO además de para Sant Cugat se va a obtener para Madrid (la oficina de la que actualmente dependen más personas).

### **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?**

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

##### **34.1. Información adicional**

Dentro del contexto de la economía circular, realizamos campañas de donación de equipos informáticos a lo largo del año, destinados a entidades que requieren estos recursos. Adicionalmente, organizamos campañas internas entre nuestros empleados y en algunas de nuestras oficinas, ponemos a disposición material informático en desuso, como ratones y teclados, en lugares accesibles para que los empleados puedan tomarlo si les es útil.

También organizamos campañas de distribución y sorteos de mobiliario y equipo informático como pantallas, entre los empleados.

Nuestro objetivo es prolongar la vida útil de estos recursos, contribuyendo así a la reducción de residuos y fomentando prácticas sostenibles en nuestra empresa.

### **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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

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

Utilizamos diferentes canales de comunicación según el tipo de actuación y audiencia objetivo.

Con respecto a comunicación externa, el equipo de Marketing se ocupa de dar visibilidad en la web cuando corresponda, pero sobre todos las comunicaciones se realizan en RRSS a nivel España/Global en función de la campaña/iniciativa correspondiente. Para la comunicación interna disponemos de una intranet, news, y canales de Teams.

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

8

## Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Nuestro punto fuerte es la profunda conciencia a nivel global de la compañía de la importancia de la gestión socialmente responsable.

Mencionar que los valores del grupo se resumen con 5 palabras, nuestros "Core Values":

- Caring: nos preocupamos por las personas, las culturas y las opiniones.
- Committed: estamos comprometidos con nuestra empresa y nuestros clientes.
- Collaborative: colaboramos y tenemos éxito como un solo equipo.
- Courageous: tenemos el valor de desafiar y abrir nuevos caminos.
- Creative: convertimos las ideas en soluciones creativas.

Estos valores, en conjunto con nuestro compromiso hacia los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y nuestra conciencia de los desafíos que enfrentan las comunidades en las que operamos, incluyendo las diversas dificultades de índole social, sociológica y laboral entre otras, hacen que la gestión socialmente responsable sea fundamental para nosotros.

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

Mejorar el proceso de recogida de feedback de los clientes y medida de la satisfacción del cliente.

Como mencionábamos en una de las preguntas, al ser una empresa de servicios tenemos contacto constante con los clientes. Aunque estamos aprovechando la comunicación

existente para recoger feedback, somos conscientes de la importancia de formalizar y estructurar este proceso. Por ello, hemos definido un plan para implementar un proceso estructurado, que nos permita adoptar un enfoque más formal y proactivo, y utilizar una plataforma que nos permita la gestión de cuestionarios y análisis de los datos recogidos. Actualmente, nos encontramos inmersos en la fase de análisis del proceso.

Mencionar que ya se han iniciado las conversaciones con los responsables pertinentes de las diferentes áreas impactadas, y que en la definición e implementación es clave para nosotros asegurarnos que el proceso sea cómodo y sencillo para los clientes, para facilitar su participación y recoger el máximo feedback posible.

### **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 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.