

2020

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MARCO DE ACTUACIONES

Victoria Ramos Orozco / Juan C. García Palacio

CONSOFT, S.A.U.

01/01/2020



RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

MARCO DE ACTUACIONES

DENIA 2019

ÍNDICE

PRESENTACIÓN

1. NUESTRA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

- 1.1. El plan
- 1.2. El diálogo
- 1.3. La auditoría interna
- 1.4. La divulgación

2. CÓDIGO DE CONDUCTA

3. PERSONAS QUE INTEGRAN CONSOFT

- 3.1. Derechos humanos
- 3.2. Diseño y estructura de Consoft
- 3.3. Igualdad de oportunidades y no discriminación
- 3.4. Gestión de la diversidad e inclusión
- 3.5. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral
- 3.6. Seguimiento del clima laboral
- 3.7. Salud y bienestar en el trabajo
- 3.8. Formación y fomento de la empleabilidad
- 3.9. Reestructuración responsable

4. CLIENTES

- 4.1. Innovación responsable
- 4.2. Calidad y excelencia
- 4.3. Información responsable de productos y servicios
- 4.4. Acceso a productos y servicios
- 4.5. Publicidad y marketing responsable
- 4.6. Consumo responsable

5. PROVEEDORES

- 5.1. Compras responsables
- 5.2. Sistemas de evaluación
- 5.3. Homologación de proveedores
- 5.4. Fomento de buenas prácticas, medidas de apoyo y mejora

6. ENTORNO SOCIAL E IMPACTO EN LA COMUNIDAD

- 6.1. Medición y evaluación del impacto social
- 6.2. Inversión en la comunidad

7. ENTORNO AMBIENTAL

- 7.1. Identificación de actividades e impactos ambientales
- 7.2. Programa de gestión ambiental
- 7.3. Plan de riesgos ambientales
- 7.4. Estrategia frente al cambio climático

8. INVERSORES

- 8.1. Buen gobierno, propiedad y gestión
- 8.2. Transparencia de la información

9. COMPETENCIA

- 9.1. Competencia leal
- 9.2. Cooperación y alianzas

10. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

- 10.1. Cumplimiento de la legislación y normativa
- 10.2. Fiscalidad responsable
- 10.3. Colaboración y alianzas público-privadas

PRESENTACIÓN

Consoft es una empresa que forma parte de la multinacional de tecnología y consultoría portuguesa Glintt- Global Intelligent Technologies, enfocada principalmente al sector farmacéutico. Nuestra matriz, cotizada en Euronext, cuenta con más de un millar de colaboradores que desarrollan su actividad con base en 10 empresas emplazadas en España, Portugal, Reino Unido, Irlanda, Brasil y Angola.

Y en ese marco de actuaciones, Consoft es, en España, referencia tecnológica en constante crecimiento conocida y reconocida en el sector farmacéutico con un 36,87 % de cuota de mercado.

Conocida en la medida en que más 8.200 farmacias de toda España, emplean nuestras aplicaciones informáticas. Reconocida como lo demuestra la fidelidad de nuestros clientes.

Desde hace muchos años nos implicamos en acciones de carácter social, pero nunca sistematizamos nuestro compromiso en un documento que lo visibilice a nuestros clientes, proveedores, inversores y competencia.

Valoramos el esfuerzo desarrollado por el tejido empresarial en el campo de la RSE y de él tomamos fuentes para desarrollar nuestro plan y darle forma en un documento que normalice los contenidos más relevantes.

Este marco de actuación sigue, en un porcentaje muy elevado, el itinerario que propone el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable (SGE 21) elaborado por FORETICA que es “la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial”. Tiene como misión “integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones”.

Hemos considerado su organización y distribución de áreas como una herramienta con mucho valor añadido para orientar nuestro camino. Queremos reiterar que nosotros sí somos responsables socialmente, nos faltaba explicarlo, visibilizarlo y con este documento lo hacemos. Queremos que nuestro plan se desarrolle con la participación de todos nuestros grupos de interés. Serán todos ustedes, empleados, clientes, proveedores, inversores, y el entorno social donde nos desarrollamos quienes evalúen nuestra conducta y esperamos la mejor nota posible.

Nuestra misión, nuestra visión y nuestros valores tienen a la excelencia como distintivo.

Gracias

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "J. Sivera Monzó".

Juan Sivera Monzó
Director

1. NUESTRA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Consoft quiere sistematizar y visibilizar lo que hace en concepto de responsabilidad social corporativa. Hemos tardado en dar publicidad a este ámbito de actuaciones porque pensamos que hacer las cosas bien no es novedad. La noticia es hacerlas mucho mejor y nosotros aspiramos a una excelencia en nuestra labor, por tanto, siempre aspiramos a perfeccionar.

Llega un momento en que, desde las Administraciones públicas, las instituciones y entidades se invoca el espíritu de la RSE con carácter de valor añadido y es ahí cuando nos sentimos partícipes de ese llamamiento y damos a conocer lo que hacemos.

Tomando como referencia el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable SGE 21 elaborado por FORETICA este documento define nuestra política de responsabilidad social que incluye “el compromiso de integrar los aspectos sociales, ambientales, éticos y de buen gobierno en sus operaciones y estrategia con el objetivo de maximizar el impacto positivo en sus grupos de interés.”

Aprobada por la dirección y una vez comunicada a las personas que trabajan para la empresa se pone a disposición pública con la difusión pertinente.

1.1.1. El plan

Presentamos un conjunto de acciones e intenciones que serán objeto de una estructura analítica y resolutive con objetivos medibles, comparables y verificables. Siguiendo el esquema adoptado se identificarán las responsabilidades, los plazos de ejecución, los recursos aplicados y los indicadores de seguimiento. Haremos evaluaciones y desde la máxima honestidad divulgaremos nuestras memorias cuando tengan contenido suficiente.

La realización de una encuesta entre el personal y los distribuidores es una gestión previa para determinar algunas de las líneas de la estrategia que debemos corregir y aumentar. Será objeto de un reporte y posterior informe.

Nos comprometemos a una evaluación interna anual, pero no a la publicación de memorias con el mismo plazo porque no queremos forzar la gestión, queremos que fluya en cantidad y calidad suficiente y esto puede ser cuestión de un año o de dos.

Uno de nuestros objetivos siempre desde el realismo de las actuaciones será firmar el Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) considerado como la mayor iniciativa voluntaria de responsabilidad social mundial.

1.1.2. El diálogo

Nuestros grupos de interés son los que convergen en el mundo de la empresa empleados, inversores, clientes, proveedores y colaboradores. Todos son igual de importantes y prioritarios porque nuestra filosofía es integradora, todos son imprescindibles como conjunto coordinado y cohesionado.

Si bien mantenemos un diálogo permanente, explicaremos nuestro método de comunicación y reforzaremos aquellas áreas que permitan mayor fluidez en lo relativo a estudios de prospectiva, es decir, qué querrían que aportásemos, en qué línea podemos intentar ser más innovadores.

Daremos a conocer las evidencias de los resultados de las acciones puestas en marcha.

1.1.3. La auditoría interna

Definiremos el proceso de auditoría según las especificaciones del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable de FORETICA, detallando las responsabilidades, criterios, métodos y alcance que permitan garantizar la objetividad, mantener registros de desviaciones, correcciones y elaborar informes de conclusiones.

1.1.4. La divulgación

Este documento publicitado en la web y difundido entre nuestros empleados, clientes, proveedores y colaboradores es toda una declaración de intenciones, un compromiso con punto y seguido por cuanto iremos informando sobre su desarrollo.

Al tratarse de un documento en construcción ofrece muchas posibilidades de segmentación informativa por lo que los epígrafes tendrán la especificidad pública que los interesados nos manifiesten.

No tenemos una temporalidad concreta sobre la difusión, aunque nos parece de mucho interés el seguimiento de noticias y comentarios sobre la RSE en empresas del sector, cuestión que puede servir como estímulo para todos. En esa línea podrán ustedes encontrar noticias propias y de contenido externo.

Nuestras memorias de RSE además de la difusión citada se enviarán al portal del Ministerio de Trabajo para su inclusión en la sección de memorias donde se publican todas las que reciben.

2. CÓDIGO DE CONDUCTA

Al tratarse de un texto muy específico y desarrollado lo incluimos en un documento anexo. En el mapa de nuestra web es accesible a través del siguiente enlace

www.consoft.es

3. PERSONAS QUE INTEGRAN CONSOFT

3.1.1. Derechos humanos

Tenemos un compromiso permanente, público y del más alto nivel en el respeto a los derechos humanos. Suscribimos plenamente el respeto a los derechos de la infancia y la juventud y condenamos toda forma de explotación infantil y trabajo forzado.

Reconocemos, como no podía ser de otra forma, el derecho de asociación y negociación colectiva y mantenemos unas condiciones de empleo equitativas y esperamos siempre que satisfactorias. Nuestro mejor procedimiento para identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas sobre todo lo anterior es la transparencia informativa.

3.2. Diseño y estructura de Consoft

Nuestra empresa desarrolla su misión con éxito gracias a la acertada gestión que sus hombres y mujeres hacen de los recursos materiales disponibles puestos en valor día a día con su dedicación permanente.

En plantilla somos 36 empleados de los cuales 18 son hombres y 18 mujeres, siendo la media de edad 46 años.

Las categorías profesionales son las adecuadas para el desempeño de las actividades y acorde a su titulación. Contamos con ingenieros, técnicos superiores, personas de perfiles académicos diversos, licenciados en Farmacia, Magisterio o Económicas. Todos ellos liderados por un equipo directivo que encabeza nuestro director Juan Sivera Monzó a quien acompañan en las funciones directivas Alberto Gisbert Martínez como director técnico y Alejandro Pastor como responsable de administración.

En línea con el compromiso de permanencia queremos que nuestros empleados mantengan un vínculo constante con la empresa así que el porcentaje de contratos indefinidos es de 36. No existen contratos eventuales.

Mantenemos una política salarial superior a la determinada en el convenio colectivo y no tenemos diferencias retributivas por razón de sexo.

3.3. Igualdad de oportunidades y no discriminación

Estamos, como no podía ser de otro modo, receptivos a cualesquiera propuestas en ese sentido que nuestra cotidianidad ignore. La política de la empresa no distingue de sexos y es precisamente la naturalidad de los hechos la que nos permite afirmar que la igualdad es una realidad. En cualquier caso, es necesario establecer un plan y es nuestra voluntad hacerlo siguiendo el mejor modelo disponible para obtener el distintivo de igualdad en la empresa.

No existe ningún precedente en relación con conductas que susciten discriminación. En todo caso y con ánimo preventivo dictaremos normas específicas con naturaleza preventiva.

3.4. Gestión de la diversidad e inclusión

Nuestra empresa es absolutamente coherente en su dinámica respecto a la misión y visión. Nuestros valores sintonizan en un todo. Acogemos la incorporación de perfiles poco representados o con participación reducida en el mercado de trabajo. Nunca será la diversidad un problema y nunca un perfil será desestimado por ello. Las personas que compartan nuestra filosofía, estén dispuestas a integrarse en nuestro equipo y sean necesarias para el desarrollo de Consoft no tendrán en la diversidad un obstáculo.

3.5. Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

La jornada de trabajo tiene su regulación mediante un sistema de control horario consistente en un software instalado en la nube, así como en el móvil para los empleados con movilidad y que disponen de móvil de empresa. Se registra tanto la entrada como la salida con identificación de puesto e incluso localización en el momento de la activación.

Las medidas destinadas a la conciliación de la vida laboral y familiar se basan en la reducción de jornada laboral y su horario, adaptándose a las necesidades compartidas de empleado y empresa, así como la máxima predisposición a facilitar los permisos necesarios para atender las necesidades familiares.

3.6. Seguimiento del clima laboral

Desarrollaremos una encuesta con preguntas vinculadas a la evaluación del clima laboral y analizaremos los resultados dando a conocer las medidas que se apliquen.

3.7. Salud y bienestar en el trabajo

Tenemos certificado nuestro plan de evacuación por Quirón Prevención.

Control de accidentes: En los últimos 20 años nadie ha sufrido en nuestras instalaciones ningún accidente de trabajo. Como es nula nuestra siniestralidad laboral podemos optar y hemos resultado beneficiados por las subvenciones por la buena práctica que concede el Ministerio de Trabajo.

Relaciones laborales. En la empresa el ejercicio de la libertad de asociación y sindical está plenamente garantizado. Hoy en día, el diálogo social se fundamenta en la relación directa empleado-dirección de evidente resultado en la medida en que no operan otros procedimientos disponibles.

En lo relativo al acoso no existe protocolo debido a la ausencia de denuncias, pero es compromiso de la empresa establecerlo en el itinerario del desarrollo metodológico implícito en la RSE tomando como referencia algún modelo vigente con experiencias positivas en ese sentido.

Aunque nuestras instalaciones carecen de accesos adecuados para personas con especial reducción de movilidad, no es ni será nunca la accesibilidad un motivo de discriminación por cuanto tenemos integrado el sistema de trabajo no presencial. Nuestra política de capacidades no entiende de discapacidades físicas y el talento siempre será el valor indiscutible. Es por ello que podemos afirmar que hasta la fecha son muy relativas las carencias en materia de accesibilidad, pero nos sometemos a la evaluación de quienes desde su perspectiva cualificada nos propongan la adopción de medidas que sean posibles estructural y económicamente.

3.8. Formación y fomento de la empleabilidad

Nos preocupamos por la formación continua de todo el personal y hacemos extensiva a nuestros distribuidores la actualización de los avances que desarrollamos como parte del negocio.

Estableceremos una encuesta de necesidades formativas y un programa al efecto. Nuestra política es de un constante reciclaje formativo porque nuestra actividad se basa en la innovación de la gestión y solo se puede avanzar consolidando niveles.

4. CLIENTES

4.1. Innovación responsable

Nuestros productos se vinculan a los valores, misión y visión de la empresa. Queremos ser el referente tecnológico de las oficinas de farmacia contribuyendo en una mejora continua de su gestión clínico/profesional.

4.2. Calidad y excelencia

Nuestra declaración de intenciones es la expresión del compromiso con la calidad. Nuestros empleados tienen la formación necesaria para garantizar en su actividad unos resultados que convierten al todo en mucho más que la suma de las partes. Somos un equipo comprometido con los principios de calidad como lo prueba el nivel de satisfacción de nuestros clientes cuya fidelidad es la constatación de una labor bien hecha.

Nuestro servicio de postventa se extiende más allá de la atención a las reclamaciones que puedan presentarse. Las características de nuestros productos requieren una actualización permanente que se ofrece como servicio complementario.

Atendemos todas las sugerencias y reclamaciones. En la actualidad tenemos articulado el siguiente servicio postventa

En primera línea de atención técnica a nuestros clientes, se sitúa los servicios técnicos de nuestro canal de distribución, cercanos al cliente y conocedores de las problemáticas locales.

El servicio técnico de Consoft, atiende cualquier incidencia que le haga llegar nuestro canal, procurando la solución al incidente o consulta.

Pueden enviarnos mediante nuestra página Web o bien desde correos electrónicos sus sugerencias e inquietudes. En la medida de lo posible y siguiendo estas pautas de actualización se van implementado en nuestro software. Las actualizaciones que realizamos a través de Auto-Update (actualización automática) son las siguientes

- Actualización por normativa.
- Mejoras de procesos existentes.
- Sugerencias de clientes.

Contamos con una red de distribución de 34 empresas repartidas en todo el territorio nacional, atienden un total superior a 8.200 oficinas de farmacia.

Realizamos encuestas de satisfacción por empresas especializadas en el sector obteniendo un resultado de satisfacción del 7.8 sobre 10.

Incorporaremos un capítulo destinado al análisis de las encuestas de satisfacción y mejora vinculado a un plan corrector que tenga como objetivo evitar la reiteración de incidencias.

Facilitamos a nuestros clientes información (boletines, web, etc..) sobre cualquier mejora o corrección que efectuamos en nuestro producto, mostrando así nuestro compromiso con el tratamiento de incidencias.

4.3. Información responsable de productos y servicios

La identificación de los productos que ofrecemos es del sumo interés porque la propiedad intelectual de nuestras aplicaciones es el sentido de nuestra existencia.

Nuestra oferta comercial es absolutamente transparente en precios y condiciones de pago y entrega.

Todas las especificaciones técnicas del producto están perfectamente identificadas. Nuestros técnicos ofrecen el asesoramiento necesario para el uso y mantenimiento de los servicios que ofrecemos a nuestro canal de distribución.

4.4. Acceso a productos y servicios

Somos los primeros interesados en que los consumidores de nuestros productos no tengan ninguna dificultad en orden al acceso y gestión de las aplicaciones. La facilidad en la gestión unida al resultado obtenido es una ecuación indispensable.

Identificamos los riesgos derivados del uso del producto o servicio que puedan suponer un impacto no deseado en públicos vulnerables.

4.5. Publicidad y marketing responsable

Nuestra publicidad se dirige a un segmento de clientes muy especializado en su área de conocimiento, conocen perfectamente su trabajo y nosotros ofrecemos soluciones que agilicen la gestión permitiéndoles centrar sus energías en la relación con las personas que acuden a las farmacias. Realizamos una publicidad responsable que ofrece exactamente lo que contiene el mensaje.

Es esencial que los datos personales de nuestros clientes, proveedores, empleados y demás personas o entidades vinculadas con la empresa y su misión estén protegidos. Al efecto aplicamos rigurosamente las normas y estamos adaptados a la nueva normativa del Reglamento (UE) 2016 ,679 de 27 de abril de 2016 (GDPR) en materia de protección de datos de carácter personal y a la Ley Orgánica 3/2018 de 5 de diciembre de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Nuestra publicidad se difunde actualmente a través de participación en ferias con stand propio Infarma (en todas sus ediciones y años), Congreso Nacional de Farmacias (con una edición bianual)

Con relación a los medios de comunicación, CONSOFT es noticia en las siguientes revistas *IM Farmacias* en su edición digital e impresa y en la revista *Farmaceuticos* editada por el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmaceuticos. Se pueden encontrar algunos videos en Youtube y son varias webs las que nos citan

Nuestros mensajes se caracterizan por la transparencia y amabilidad del contenido. Son coherentes con nuestros valores, misión y visión.

4.6. Consumo responsable

Hasta la fecha no hemos desarrollado ninguna acción específica de “sensibilización con los clientes en lo que respecta al uso y consumo responsable de sus productos o servicios o cualquier otro aspecto relacionado con la sostenibilidad del sector.” No lo hemos hecho así porque nuestra actividad es así en si misma, se envuelve en el criterio de lo bien hecho porque un mal funcionamiento de nuestra aplicación es una mala gestión logística de la farmacia y eso es un problema para la oficina y para nosotros.

5. PROVEEDORES

5.1. Compras responsables

Nuestros proveedores son una parte fundamental del ciclo productivo. A ellos les adquirimos los bienes y servicios necesarios para el desarrollo de nuestra misión. Y tan importante como la calidad y el precio que ofertan es su reputación desde unas coordenadas sociales.

5.2. Sistemas de evaluación

En nuestro plan estableceremos los criterios que definan las compras responsables atendiendo a los principios de las prácticas ambientales, sociales y buen gobierno propuestas según el Sistema de Gestión Ética y Responsable de FORÉTICA. Este paso nos permitirá establecer el método de evaluación y clasificación de nuestros proveedores desde el punto de vista de la responsabilidad social. Nuestros proveedores, a partir del momento de implantación de la RSE tomarán como referencia nuestro código de conducta. Dicho lo anterior, no tenemos constancia de que en ningún caso su ética sea diferente a la de nuestros valores.

5.3. Homologación de proveedores

Nuestro criterio de homologación es único nuestra reputación siempre debe estar asociada a las compras responsables.

5.4. Fomento de buenas prácticas, medidas de apoyo y mejora

Seremos absolutamente conciliadores en nuestro propósito de responsabilidad social y así será como estableceremos un dialogo caracterizado por la transparencia y las expectativas en la materia. Un diálogo en el que todo sume porque nosotros también aprendemos de ellos y sus políticas de RSE. No podemos exigir aquello que no aplicamos.

Hasta la fecha nuestra relación comercial sintoniza en los parámetros de un conocimiento mutuo fundamentado en el perfil público de nuestras realidades empresariales. Nuestra empresa es conocida por su actividad y conocemos las suyas por la misma vía de la información pública accesible a cuantas personas quieren saber algo más.

Hasta donde podemos saber y de lo que estamos convencidos, no existe ninguna información que implique directa o indirectamente a nuestros proveedores en abusos sobre derechos humanos, prácticas laborales abusivas ni en atentados contra el medioambiente. Nunca seríamos cómplices de conductas lesivas contra la sociedad a la que servimos con nuestro trabajo y con la que estamos comprometidos.

Les informaremos de nuestro compromiso en materia de Responsabilidad social haciéndoles partícipes de ello. Nuestra empresa se compromete con el desarrollo sostenible y siempre tendremos en cuenta que nuestros proveedores compartan los objetivos de la responsabilidad social empresarial.

Algunos de nuestros proveedores nos aportan referencias que motivan a compartir y colaborar estrechamente. Tenemos los ejemplos de

ASISA y su compromiso social que se acredita, por ejemplo, con el patrocinio de numerosas actividades sociales.

El Corte Inglés. Cuyo compromiso en responsabilidad social “es parte de su **estrategia de gestión**, un factor de competitividad y un elemento fundamental en la política de **vinculación con la sociedad** que viene manteniendo desde sus orígenes.”

Ingram Micro. Quienes manifiestan en su declaración de principios un compromiso de acción conjunta “con nuestros clientes y proveedores para minimizar nuestro impacto conjunto sobre el medio ambiente. Somos ciudadanos responsables y activos en nuestras comunidades a través de la participación, trabajo voluntario y donaciones caritativas.”

Kalamazoo. Empresa que coincide también en nuestra sensibilidad social porque según explican “Nos aseguramos de que todos nuestros asociados, proveedores y socios cumplen nuestras normas de conducta ética y respeto por el medio ambiente, y estamos convencidos de que la diversidad de nuestros empleados debe igualar a la de nuestros clientes.”

Cafemax. Puede resultar llamativa nuestra mención a la empresa que nos suministra y se ocupa del mantenimiento de las máquinas expendedoras del café, pero lo hacemos por dos razones importantes no son ajenos en su política a las prácticas de un desarrollo sostenible y además nos ofrecen un argumento más que explica el compromiso con nuestro personal. Disponemos de espacios de convivencia para el descanso durante la jornada que son puntos de encuentro informal que fomentan el compañerismo y son yacimientos de innovación por la vía de la amistad que se forja. Se contribuye a un entorno de trabajo más cercano a los ambientes que son familiares en la cotidianidad.

En definitiva, sintonizamos en el compromiso social. Nuestro plan de responsabilidad articulará el método y los objetivos que contribuyan a plasmar unas prácticas cotidianas que en intenciones son respetuosas y comprometidas con nuestro entorno en todas sus dimensiones.

6. ENTORNO SOCIAL E IMPACTO EN LA COMUNIDAD

6.1. Medición y evaluación del impacto social

Tener en cuenta las repercusiones que tienen sus procesos de negocio, proyectos y actividades en las comunidades en que opera. Evaluar impactos sociales desarrollando planes de acción y medidas concretas para cada uno de ellos. Revisión anual. Impacto de la actividad en el empleo y desarrollo local.

Nuestros empleados son en su inmensa mayoría residentes en la comarca. Personas que invierten y consumen en su territorio aportando riqueza social y económica.

6.2. Inversión en la comunidad

Tenemos que cultivar nuestras relaciones con el movimiento asociativo en actividades que se vinculen con nuestra misión, visión y valores. Es un objetivo de aparente sencillez, pero complejo en su realización porque necesita de un estudio meditado para que la colaboración produzca un efecto multiplicador.

Estudiaremos actividades de patrocinio y enumeraremos las aportaciones a causas sociales.

Fomentaremos de algún modo la participación de nuestros empleados en alguna acción de voluntariado virtual o presencial.

7. ENTORNO AMBIENTAL

7.1. Identificación de actividades e impactos ambientales

La actividad que desarrollamos no tiene un impacto significativo sobre el medio ambiente porque no somos emisores de contaminantes con relevancia en el cambio climático. Sin embargo, al igual que cualquier comunidad humana, somos consumidores de recursos y generamos residuos.

La adopción de una política sistemática de RSE es garantía de compromiso con un desarrollo sostenible. Nos importa el futuro, por eso trabajamos el presente desde la innovación en todos los sentidos.

Consoft no realiza actividades que afecten de modo significativo al medioambiente porque nuestra labor es de naturaleza informática y administrativa. Sin embargo, al igual que en los domicilios particulares, aplicamos las medidas de reciclaje cotidianas sumadas a las peculiaridades de la labor de oficina.

Reciclaje cubos, depósitos, tratamiento de residuos (tóner, papel, plásticos, orgánicos)

El propósito de transparencia y evaluación externa de nuestras palabras se traduce en la certificación que proporciona la evaluación de la huella de carbono.

Con todo estudiaremos fórmulas que nos permitan contribuir a la concienciación sobre la importancia de prevenir riesgos ambientales. Pensamos que un esfuerzo individual debe acompañarse de una estrategia colectiva así que nuestra participación se enmarcará en proyectos coparticipados vinculados a nuestro entorno inmediato.

Tenemos un consumo habitual de materias primas agua y energía. Tenemos un sistema de aire acondicionado y generamos residuos.

Los vertidos se pueden catalogar de naturaleza doméstica. Disponemos de un comedor con máquinas de autoservicio y un sistema de reciclado permanente.

No generamos emisiones acústicas.

Vamos a solicitar la Huella de carbono que certifique la emisión de gases de efecto invernadero y consideramos que ese distintivo podrá avalar nuestra conducta medioambiental en lo relativo a nuestra infraestructura e impactos significativos sobre el medio ambiente

Cualquier asociación o entidad con misión ecológica puede ver en Consoft nuestro compromiso y es permanente la disposición a la auditoría en aspectos e impactos ambientales puesto que por su transparencia no requiere desvelar ningún tipo de dato sujeto a confidencialidad

7.2. Programa de gestión ambiental

Como objetivos y metas medibles que permitan monitorizar los impactos

Mantendremos la renovación del certificado de Huella de carbono con la periodicidad que exija la norma.

Ubicaremos en el área de descanso cartelería con mensajes medioambientales.

-Sensibilizar en materia medioambiental una receta, un papel

-Información a usuarios sobre el uso de la receta electrónica (puede ser un folleto o un correo electrónico de Consoft)

-

7.3. Plan de riesgos ambientales

Estableceremos un registro de eventos que serán analizados en profundidad para establecer las medidas correctoras necesarias, así como las acciones preventivas que impidan la repetición de incidencias.

7.4. Estrategia frente al cambio climático

Nos insertamos en un polígono de actividades empresariales y estamos dispuestos a comprometernos en iniciativas que se propongan en este sentido. No podemos comprometernos a tomarlas, sí a secundarlas.

8. INVERSORES

8.1. Buen gobierno, propiedad y gestión

Consoft forma parte de Glintt y es nuestra casa matriz quien establece las relaciones entre gestión y propiedad. Desde ese punto de vista no corresponde a Consoft elaborar un protocolo de contacto con los inversores. En todo caso podemos afirmar que los inversores son debidamente informados con la frecuencia que soliciten y desde Glintt se establecen los canales informativos que permiten solicitar y recibir información puntual.

Los analistas de inversión y las agencias de calificación españolas pueden ver en Consoft un reflejo de Glintt y será el desarrollo de la RSE la que posibilite que nuestra multinacional sea un referente para los fondos de inversión socialmente responsables.

8.2. Transparencia de la información

Nuestra empresa es transparente en su contabilidad dentro de los márgenes que el tratamiento de los datos aconseja. Las cuentas, que están auditadas, las publicita Consoft anualmente de acuerdo con la normativa mercantil.

9. COMPETENCIA

9.1. Competencia leal

Respetamos los derechos de propiedad de los competidores.

No utilizamos acciones indebidas para recabar información sobre ellos.

No difundimos información falseada o tendenciosa en su contra.

Acudiremos a fórmulas de arbitraje como vía de resolución de disputas.

De haber denuncias o requerimientos explicaremos el tratamiento dado en cada caso.

9.2. Cooperación y alianzas

La organización debe fomentar la incorporación a asociaciones y foros de interés común que sirvan de encuentro con sus competidores, de intercambio de experiencias y de vías de colaboración conjunta para promover estándares de gestión responsable y liderazgo empresarial en el fomento de desarrollo sostenible. La organización ha de mantener evidencias de las acciones principales llevadas a cabo, indicando el interlocutor o departamento encargado de liderar la relación, así como los resultados o impactos conseguidos.

10. ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

10.1. Cumplimiento de la legislación y normativa

Nunca hemos tenido llamadas de atención en ese sentido y nuestra honestidad nos permite ser transparentes.

10.2. Fiscalidad responsable

En línea con lo anterior, cumplimos con nuestros deberes.

10.3. Colaboración y alianzas público-privadas

En este campo tenemos que diseñar un canal de comunicación que nos permita aprender y enseñar RSE. No podemos ser eficaces sin un programa que lo permita.