

Participación de los grupos de interés.

Para la revisión del cumplimiento en referencia a la **Participación de los grupos de interés** se ha utilizado la metodología propuesta en la norma AA1000SES (2011) Compromiso de los grupos de interés. (G4-25)

La metodología propuesta en la citada norma AA1000SES establece que *“se debe describir y mapear los grupos de interés y se debe establecer una metodología para la descripción y el mapeo. Esta elaboración de perfiles y el mapeo deberán ser tenidos en cuenta en la planificación e implementación del compromiso y que se debe determinar el nivel(es) y método(s) para establecer el compromiso con los grupos de interés que mejor se adecúen al propósito y al alcance del compromiso y a los grupos de interés relevantes”*. Los detalles sobre este proceso se expusieron en el [Informe de sostenibilidad 2013](#) y también se pueden consultar en el apartado [Enfoque de gestión](#) en nuestra Web. (G4-26)

No se ha incluido análisis de la frecuencia con la que se colabora con los distintos grupos de interés. Las cuestiones y problemas clave surgidos a raíz de la participación con los distintos grupos de interés aparecen en los apartados correspondientes, en donde se proporciona información sobre los asuntos relevantes. (G4-26 y G4-27)

Como resultado de la revisión externa realizada, a la que aludíamos en el apartado anterior, hemos procedido a reestructurar la lista de los grupos de interés para hacerla más comprensible y homogénea.

El resultado es un mapa de los grupos de interés de nuestra organización (que puede consultarse en el [Informe de sostenibilidad 2013](#) y también en el apartado [Enfoque de gestión](#) en nuestra Web) del cual extraemos el siguiente listado (G4-24):

- ✓ **SOCIOS (Propiedad):** Impulsores de un proyecto orientado a lograr *Smart Organizations, Managing A Sustainable Business*.
- ✓ **CLIENTES**
 - **Empresas grandes y medianas, y organizaciones del Tercer Sector:** Entre nuestros clientes contamos con grandes y medianas empresas y organizaciones del Tercer Sector, unidas por un fuerte compromiso con la transparencia y la sostenibilidad.
 - **Academia:** Promoviendo y difundiendo normas y metodologías avanzadas, así como los Principios del Pacto Mundial, participamos activamente en la toma de conciencia de la ética y responsabilidad que debemos aplicar todas las organizaciones, multiplicando así el impacto positivo de nuestras acciones.
- ✓ **EMPLEADOS (Plantilla):** El alma de nuestra empresa, es el equipo de profesionales, quienes tienen la responsabilidad de encontrar y proporcionar las soluciones adecuadas a las necesidades de nuestros clientes.
- ✓ **COLABORADORES (Partners):** Red de apoyo de colaboradores expertos con quienes compartimos visión y valores. Gracias a estos expertos nacionales e internacionales, MAS Business demuestra que es capaz de proporcionar servicios líderes en el mundo.
- ✓ **PROVEEDORES (Compras, Servicios, Medios de comunicación y agencias):** Pretendemos ser una empresa ágil y eficaz y, para alcanzar este fin, buscamos buenos proveedores que compartan nuestros valores y filosofía, para contribuir así a la sostenibilidad.

- ✓ **COMPETIDORES** (En general): Vemos en nuestros competidores a organizaciones que, con su trabajo, se suman a nuestros esfuerzos por extender las buenas prácticas en sostenibilidad. Merecen nuestro respeto y lealtad en la competencia.
- ✓ **SOCIEDAD**
 - Comunidad RS: Como empresa con un firme compromiso con el desarrollo sostenible, participamos activamente en iniciativas internacionales que tienen el propósito de fomentar el desarrollo de un mundo más sostenible. El objetivo de nuestra modesta participación es contribuir al debate y desarrollo de mejores prácticas en sostenibilidad en el mundo en general y el de habla hispana en particular.
 - Entorno: Creemos importante reconocer a la sociedad como grupo de interés, ya que nos proporciona el marco adecuado para compartir e intercambiar experiencia y buenas prácticas en este viaje a la sostenibilidad del planeta.

Gobierno.

La organización está encabezada por su Director General y administrador único, John Scade.

En septiembre 2013 se creó un comité de dirección, responsable de las decisiones, estrategias y gestión de riesgos, formado por el Director General y el Director de Innovación y Estudios. (G4-34)

El comité de dirección se reúne periódicamente para tratar los aspectos estratégicos y específicos del negocio, además de controlar y gestionar los riesgos e impactos de las actividades, tanto financieros como no financieros.

Así mismo con frecuencia mensual se convoca el comité de seguimiento, al que asisten los cuatro miembros de la organización, para la coordinación y evaluación de las acciones incluidas en el Plan Estratégico. A partir de este año se añadirá formalmente, en esta evaluación, las correspondientes al Plan de Acción de Sostenibilidad.

Completamos esta información con la aportación del ratio, sugerido por uno de nuestros evaluadores externos, que determina la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización, en nuestro caso el Director General, con la retribución total anual media del resto de la plantilla que resulta ser 1,96. (G4-54)

Uno de los aspectos más importantes recogidos en el Plan de Sostenibilidad 2014 fue trabajar el fortalecimiento institucional, promoviendo el conocimiento de la empresa y de sus marcas y gestionando la reputación también en las redes sociales. Hemos realizado un importante esfuerzo que ha dado como resultado:

- ✓ La revisión y lanzamiento de una nueva página Web corporativa
- ✓ El diseño y puesta en marcha de un Plan de Comunicación específico para las iniciativas LBG y ONLBG, destacando:
 - La organización de un evento en octubre de 2014 sobre LBG,
 - el lanzamiento en Twitter de @LBG_Spain y @ONLBG-Spain,
 - el lanzamiento de una página Web específica para ONLBG, y
- ✓ La puesta en marcha de una estrategia de posicionamiento en Redes Sociales.
- ✓ La elaboración de diversos materiales de comunicación, entre ellos la puesta en marcha de un Newsletter mensual.
- ✓ El incremento de la participación en medios de comunicación, destacando la aparición en radio en el programa "Sector3" de RNE, y 22 apariciones en prensa.

