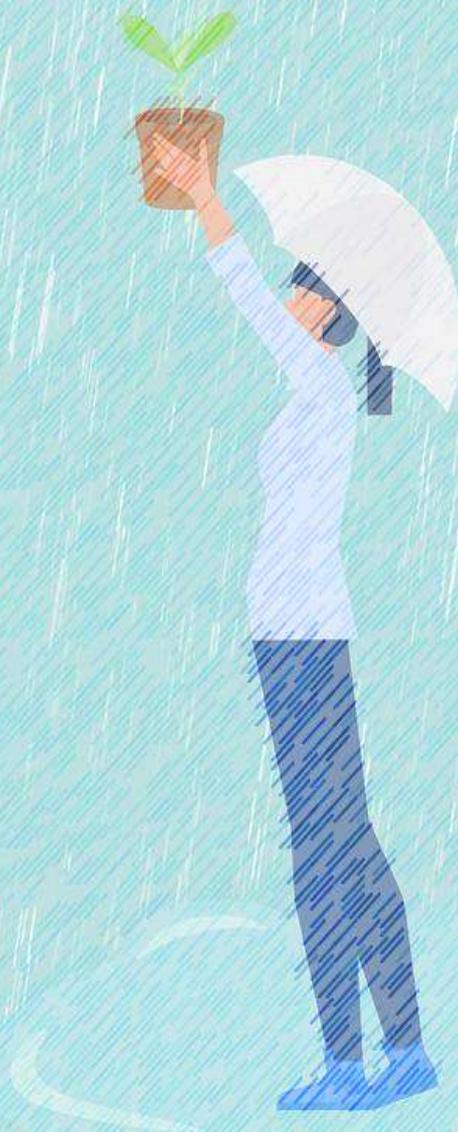


MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD 2025



Trabajando por sostenibilidad

ÍNDICE

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

2. PERFIL DE LA ORGANIZACION

2.1. Participación en Iniciativas Externas

2.2. Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo

3. ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

4. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERES

5. PERFIL DE LA MEMORIA

6. GOBIERNO

7. ÉTICA E INTEGRIDAD

8. NUESTRO DESEMPEÑO

8.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

8.1.1. Enfoque de Gestión económica

8.1.2. Indicadores de desempeño

8.2 DIMENSION AMBIENTAL

8.2.1. Enfoque de Gestión medioambiental

8.2.2. Indicadores de desempeño

8.3 DIMENSIÓN SOCIAL

8.3.1. Enfoque de Gestión social

8.3.2. Indicadores de Prácticas laborales y trabajo digno

8.3.3. Indicadores de Derechos Humanos

8.3.4. Indicadores de Sociedad

8.3.5. Indicadores de Responsabilidad sobre productos

9. PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

- 9.1. Derechos Humanos
- 9.2. Estándares Laborales
- 9.3. Medio Ambiente
- 9.4. Anticorrupción

10. TABLA DE CONTENIDOS GRI

1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

G4-1. DECLARACIÓN DEL DIRECTIVO PRINCIPAL

Tras la crisis que provocó el parón de actividad de la COVID 19, nuestra empresa poco a poco ha ido recuperando su actividad. La memoria de sostenibilidad que presentamos incluye información sobre las actividades que hemos desarrollado durante 2024 junto con los datos de los últimos años.

Revalidamos nuestra filosofía de la RSE como lo hemos hecho año a año desde 2013. Nuestra filosofía es la del trabajo responsable, con sistemas de diálogo y control de procesos en cada una de nuestras áreas de trabajo.

Desde A2 ACTIVIDADES Y APRENDIZAJE PANEQUE CATALÁN, SC, renovamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial y nuestro deseo de alcanzar las metas de los ODS. Este año hemos continuado tiñendo nuestras acciones de formación, educación y comunicación con la meta 4.4, la 4.5, la 5.5, la 12.5 o la 13.3, metas por las que podemos trabajar de forma activa desde nuestra empresa.

Tras la crisis generada por la Pandemia de la COVID 19, que casi provoca el cierre de la empresa, los años 2022, 2023 y 2024 han sido años de mucho esfuerzo, con una progresiva recuperación de la actividad y crecimiento para la empresa.

En 2025 seguimos trabajando porque nuestra empresa sea sostenible en el tiempo, cuidando a nuestros grupos de interés y esforzándonos por reducir nuestra huella de carbono.

Un saludo,

Ana y Susana

2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

G4-3. NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN



Actividades y Aprendizaje Paneque Catalán, S.C.

Con domicilio social en c/Antonio José Cappa, 3, 1º A. 29013 - Málaga.

Web: www.a2pc.es.

Facebook: [A2 Paneque Catalán](https://www.facebook.com/A2PanequeCatalan)

Instagram: [@a2panequecatalan](https://www.instagram.com/a2panequecatalan)

Twitter: [@A2A2pc](https://twitter.com/A2A2pc)

Datos de contacto: a2pc@a2pc.es ; ana@a2pc.es ; susana@a2pc.es

G4-4. PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

En el año 2024, las actividades de nuestra empresa se han centrado en tres áreas:

1º. *Diseño, ejecución y evaluación de acciones lúdico-formativas con museos y entidades culturales tanto de carácter público como privado*



2º. *Visitas didácticas guiadas:*



3º. *Diseño y publicación de contenidos educativos*



G4-5. LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN

Nuestra empresa se localiza en la ciudad de Málaga (España), nos caracterizamos por no tener una oficina física concreta, teletrabajamos desde hace 16 años y nos desplazamos a la ubicación de nuestra clientela.

Esto es algo muy valorado por nuestros grupos de interés, ya que les permite una mayor eficiencia y ahorro en tiempo y costes. Para nuestra empresa supone una optimización de los recursos tanto humanos como económicos.

G4-6. NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN

Nuestra empresa realiza su actividad fundamental en España.

G4-7. NATURALEZA DE LA PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA

A2 Paneque Catalán es el nombre comercial de la sociedad civil formada por Ana M.^a Paneque López y Susana Catalán Navarro, fundada en 2007, Actividades y Aprendizaje Paneque - Catalán, S.C.

G4-8. MERCADOS DONDE OPERA

En A2 trabajamos con:

- Instituciones Públicas locales y provinciales
- Empresas
- Entidades privadas de carácter cultural y del ámbito de la formación y el empleo
- Asociaciones diversas y particulares

En el ámbito de la **formación y las actividades lúdico formativas**, nuestros destinatarios se centran en varios grupos bien diferenciados:

Empresas y entidades, con las que trabajamos para mejorar capacidades, prevención de riesgos psicosociales, motivación y relaciones en sus equipos de trabajo.

Emprendedores, con los que trabajamos en diferentes áreas como la gestión del tiempo, atención al cliente, resiliencia, motivación, creatividad.

Personas mayores, con las que trabajamos recuerdos de juventud, memoria, capacidades y habilidades psicosociales y motrices, acercamiento a la cultura y los museos, recuperación de tradiciones y costumbres.

Jóvenes con los que cuidamos especialmente la mejora en las relaciones interpersonales, la autoestima y la prevención de violencia y abusos cibernéticos.

Mujeres, con las que trabajamos el acercamiento a la cultura, la mejora de la autoestima y el empoderamiento profesional y social a través de la mejora de capacidades y habilidades tanto personales como profesionales.

Colectivos en riesgo de exclusión, con los que trabajamos capacidades y habilidades de comunicación, relaciones sociales, acercamiento a la cultura, mejora de capacidades profesionales y de búsqueda de empleo.

Niños, con los que trabajamos diferentes capacidades y habilidades como la comunicación, asertividad, trabajo colaborativo y en equipo, creatividad, expresión.



G4-9. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN

Somos dos socias trabajadoras

En la actualidad, nuestra empresa ofrece servicios en tres áreas bien diferenciadas descritas en el G4-4.

Los proyectos se acometen en base a la capacidad de desarrollo tanto técnico como económico.

G4-10. DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN LABORAL

Somos una microempresa con dos socias trabajadoras, dos empleadas fijas discontinuas y trabajadoras/es según las necesidades de la producción.

La actividad de la empresa y la nuestra propia, dependen de las campañas de promoción, actividades de formación y los proyectos en desarrollo.

G4-11. CONVENIO COLECTIVO

No afecta a nuestra empresa.

G4-12. CADENA DE SUMINISTRO

Al ser una empresa pequeña con una actividad centrada en el ámbito de la formación, la investigación de mercados y los servicios profesionales, nuestra cadena de proveedores es muy básica. Tenemos proveedores locales para cubrir las necesidades de abastecimiento de productos de papelería, servicios de gestoría y asesoría fiscal, servicios de diseño gráfico e impresión. Para servicios como luz, teléfono o Internet nos servimos de proveedores nacionales.

G4-13. CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO CUBIERTO POR LA MEMORIA

Nuestra mayor actividad durante el año 2024 ha estado dedicada a talleres artísticos y visitas guiadas didácticas a exposiciones de diferentes temáticas, así como acciones de difusión promoción de la Igualdad y la RSE.

G4-14. PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

Por las actividades que desarrolla nuestra organización, no aplicamos el principio de precaución.

G4-15. INICIATIVAS EN LAS QUE PARTICIPAMOS

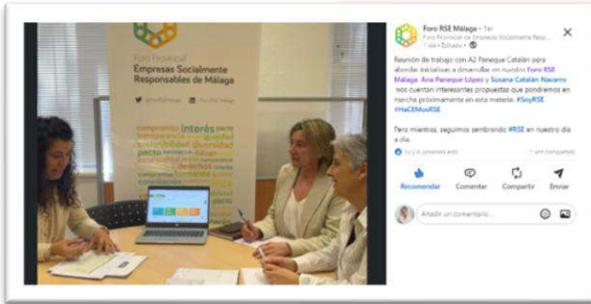
Adheridas a los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de Derechos Humanos, Trabajo, Medio Ambiente y Anticorrupción.

En 2024 hemos participado activamente en las mesas de trabajo del FPESRM - Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga, y en las acciones que la [Diputación](#) y la [Confederación de Empresarios de Málaga](#) realizan para la difusión de la RSE:

Jornadas 'Comportamiento Emprendedor Responsable' desarrolladas en Centros Educativos



Reuniones y encuentros de trabajo RSE



Actividades enmarcadas en el proyecto “Corresponsables en la Conciliación”



“III Distintivo Empresa Malagueña Igualitaria y Conciliadora” que otorga el Ayuntamiento de Málaga



G4-16. ENTIDADES A LAS QUE PERTENECEMOS



Empresa integrante del
Foro Provincial
**Empresas Socialmente
Responsables de Málaga**

3. ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA

G4-17. INFORMACIÓN FINANCIERA

Somos una microempresa que se financia con los trabajos y proyectos que ejecutamos, así como con capital propio.

G4-18. PROCESO DE DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA

Como hiciéramos en memorias anteriores, para la determinación de los contenidos de la Memoria hemos partido desde los principios del contexto de sostenibilidad y de la participación de los grupos de interés para identificar los aspectos materiales (principio de materialidad), de la forma más detallada posible (principio de exhaustividad).

Para el desarrollo de esta Memoria hemos tenido en cuenta los Principios recogidos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad - G4, de la *Global Reporting Initiative*. Y hemos aplicado los principios según indicamos en la siguiente tabla:

Principios para determinar el contenido de la Memoria	Cómo lo hemos aplicado en nuestra organización
Participación de los grupos de interés	Hemos identificado y priorizado a los grupos de interés, seleccionando los temas relevantes y aquellos que tienen mayor impacto y son de preocupación para ellos
Contexto de sostenibilidad	Abordamos nuestro desempeño en el sentido más amplio, teniendo en cuenta en la medida de lo posible nuestra contribución social, económica y medioambiental en nuestra comunidad y en aquellos otros lugares donde desarrollamos nuestras actividades
Materialidad	Hemos analizado 4 grandes áreas de riesgo (ética, social, laboral y medioambiental). Dentro de estas, hemos analizado 10 subáreas evaluando tanto el impacto que generan en la organización, como el que se genera en cada uno de los grupos de interés. Este análisis nos permite conocer y entender cuáles son los aspectos más relevantes para nuestra organización
Exhaustividad	La Memoria recoge e informa sobre los aspectos más relevantes identificados, tanto para la organización como para los grupos de interés, en las dimensiones social, económica y medioambiental

Principios para determinar la calidad de la Memoria	Cómo lo hemos aplicado en nuestra organización
Equilibrio	Hemos recogido de forma equilibrada tanto aquellos aspectos donde hemos conseguido un desempeño positivo como aquellos otros donde la organización debe avanzar, tratando de reflejar una imagen fidedigna de nuestra organización
Comparabilidad	Hemos recopilado información de nuestro desempeño de años anteriores, lo que permite comparar nuestra evolución aportando una información significativa a los grupos de interés
Precisión	Hemos tratado de ser precisas y detalladas en la información aportada, ya sea de forma cualitativa, o de forma cuantitativa, lo que permite evaluar nuestros enfoques y progresos en cada aspecto sobre el que informamos
Puntualidad	Establecemos una periodicidad anual para la elaboración de las memorias.
Claridad	Nos hemos esforzado para que la información que recoge la memoria esté estructurada, sea manejable, accesible y comprensible para los grupos de interés
Fiabilidad	Contamos con los procesos y los registros de todas las actividades que hemos desarrollado para la elaboración de la memoria, desde el análisis de los grupos de interés, a nuestros análisis de riesgos de sostenibilidad, de forma que se puedan evaluar y garantizar la fiabilidad de los datos y la información que contiene

G4-19. IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS MATERIALES

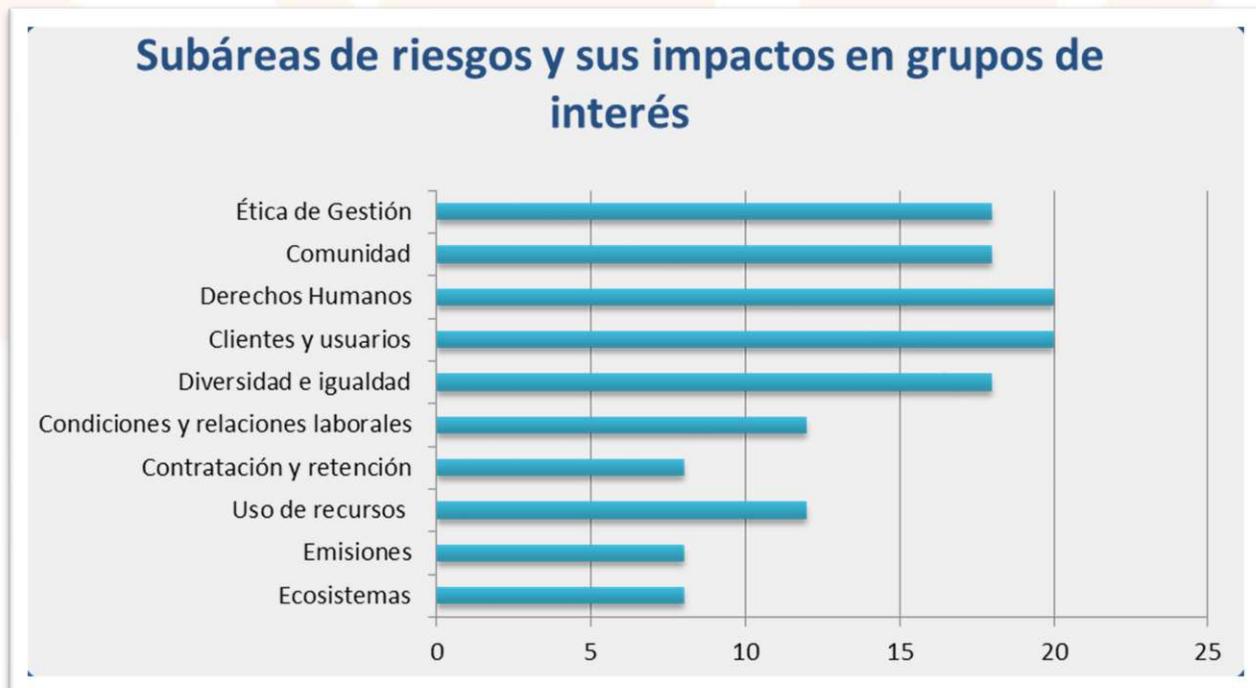
Como hemos comentado, para la identificación y priorización de los temas relevantes, hemos analizado 4 grandes áreas de riesgos relacionados con la sostenibilidad: ética, social, laboral y medioambiental, que se dividen en 10 subáreas:

Área de riesgo	Subáreas
Ética	Ética, soborno y corrupción
Social	Comunidad Derechos humanos Clientes / usuarios
Laboral	Diversidad e igualdad Contratación y retención Condiciones laborales
Medioambiental	Emisiones Recursos Ecosistemas

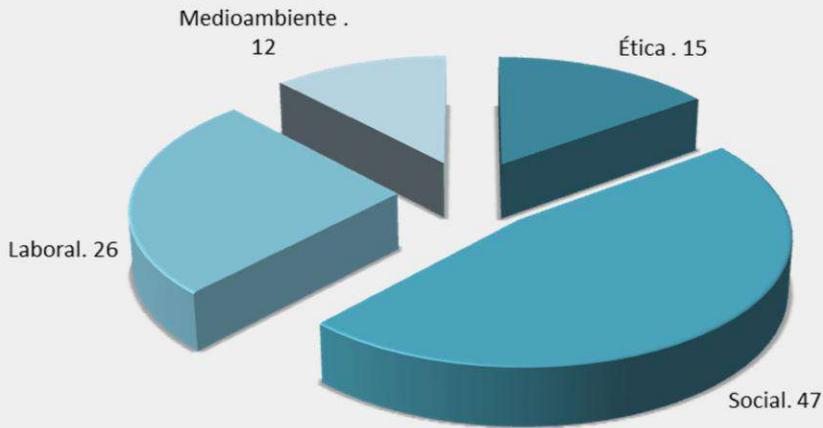
Hemos evaluado el impacto de cada una de estas áreas de riesgo desde dos enfoques:

1. El impacto en la estrategia de la organización
2. El impacto en cada uno de los grupos de interés

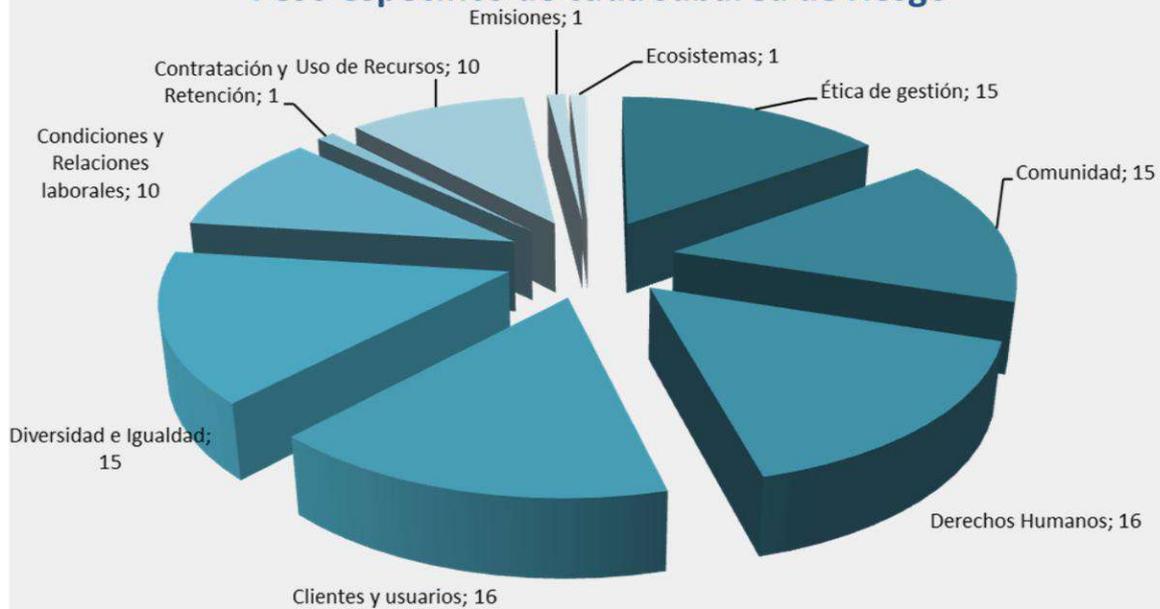
Los resultados de esta evaluación se presentan a continuación:



Peso específico de cada área de riesgo



Peso específico de cada subárea de riesgo



G4-20. COBERTURAS DE LOS ASPECTOS MATERIALES INTERNOS

Hemos analizado los impactos generados en cada subárea de riesgo, tanto dentro de la organización (actividades, operaciones, estrategia, entre otros), como con relación a los grupos de interés internos (ver grupos de interés en G4-24).

G4-21. COBERTURA DE LOS ASPECTOS MATERIALES EXTERNOS

De forma similar, hemos analizado los impactos que cada subárea de riesgo se pudiera generar a través de la cadena de suministro, o en relación con los grupos de interés externos (ver grupos de interés en G4-24).

G4-22. CAMBIOS EN RELACIÓN CON MEMORIAS ANTERIORES

Tras la pandemia la empresa sufrió un crisis de actividad y económica importante que nos llevó al plantearnos el cierre de la misma. Sin embargo, a partir de 2024, hemos reanudado la actividad con un repunte y un crecimiento importantes respecto a años anteriores.

G-23. CAMBIOS EN EL ALCANCE Y LA COBERTURA DE CADA ASPECTO EN RELACIÓN CON MEMORIAS ANTERIORES

No se aplican cambios en el alcance y cobertura en relación con la memoria anterior.

4. PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

G4-24. NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

Clientela, Medios de Comunicación, Trabajadores/as, Proveedores, Competencia, Administración, Organizaciones profesionales y Empresariales.

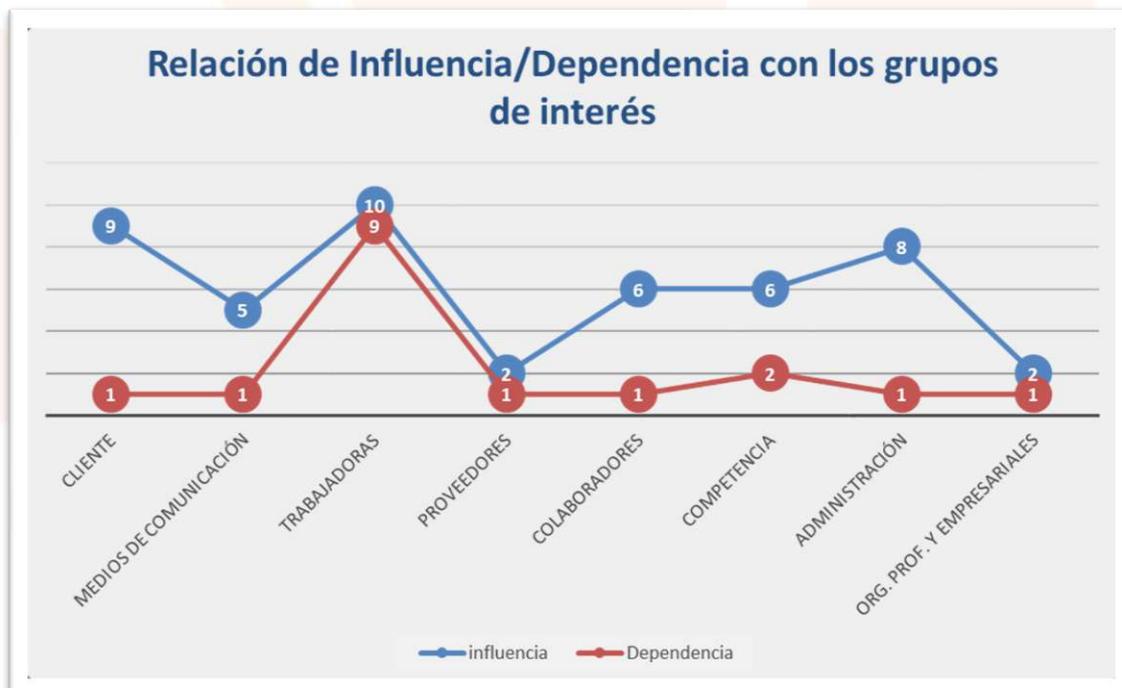
G4-25. CRITERIOS DE SELECCIÓN Y PRIORIZACIÓN

Tras la identificación de los grupos de interés de nuestra organización hemos realizado la priorización de ellos utilizando los siguientes criterios:

Criterio Influencia - la Influencia define en qué medida el grupo tiene poder o autoridad para influir en la organización (por ejemplo, en los servicios que presta o en su funcionamiento), o en la capacidad que tiene ésta de alcanzar sus objetivos y estrategias.

Criterio Dependencia- La Dependencia hace referencia a la capacidad que tiene el grupo de interés de elegir otra alternativa a la ofrecida por la Organización.

De esta manera posicionamos a los grupos de interés en una matriz que nos permite establecer diferentes comportamientos y actuaciones en función de la misma.



G4-26. DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

En nuestra empresa desarrollamos diferentes actuaciones, en función del grupo de interés, para conocer sus necesidades, expectativas y temas relevantes, tal y como se indica en la tabla:

Grupos de interés	Principales herramientas de Diálogo	Actuaciones realizadas
Cliente	Entrevistas, evaluaciones individualizadas y cuestionarios de satisfacción	Reuniones con clientes, correo electrónico, trabajo en la nube y cuestionarios de satisfacción
Medios de Comunicación	Publicaciones	Redes Sociales y aparición en medios locales
Trabajadoras	Hablar, Escuchar, Hablar, Escuchar	Reuniones periódicas, trabajo en equipo, videoconferencias, correo electrónico, Whatsapp, llamadas de teléfono
Proveedores	Teléfono, correo electrónico y entrevistas	Correo electrónico, llamadas de teléfono
Colaboradores	Reuniones/entrevistas, correo electrónico	Reuniones, correo electrónico, trabajo en la nube, videoconferencias
Competencia	Asistencia a eventos sectoriales, participación en redes profesionales	Participación en foros, mesas de trabajo, jornadas, seminarios y conferencias
Administración	Unidireccional de arriba a abajo	Lectura de BOE, BOP, Licitaciones Públicas
Org. Prof. y Empresariales	Reuniones y Asistencia a eventos	Participación en Foros y mesas de trabajo, seminarios, jornadas, conferencias y reuniones

G4-27. TEMAS CLAVE DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

En la siguiente tabla describimos las oportunidades que surgen a partir del diálogo con los grupos de interés, los riesgos de no establecer un diálogo correcto con los mismos y los temas relevantes por cada uno de ellos.

Grupos de interés	Oportunidades	Riesgos	Temas de Interés Principales
Cliente	Posibilidad de nuevos servicios Mejor conocimiento de sus necesidades y expectativas Mayor adaptación de los servicios ofrecidos mayor vinculación emocional	Desconocimiento de expectativas y necesidades Pérdida de información Posible pérdida de oportunidades de negocio	Calidad del servicio prestado Inmediatez de la respuesta Comunicación e imagen corporativa
Medios de Comunicación	Obtener mayor visibilidad en el mercado	Perder oportunidades de negocio y perder visibilidad en el mercado	Imagen corporativa y reputación
Trabajadoras	Conocer las necesidades, Compartir ideas, construir estrategias de desarrollo, Construir estrategias de comunicación, marketing y ventas	Disolución de las empresas, pérdida de clientes,	Imagen corporativa, Objetivos de la empresa a corto, medio y largo plazo, estrategias de marketing y venta, calidad del servicio, innovación y RSE
Proveedores	Ahorro en los gastos de la empresa, mejor adaptación a las necesidades de la empresa, garantías postventa	Servicio de peor calidad, pérdidas económicas	Calidad del producto y del servicio prestado, Sostenibilidad: trabajar con proveedores locales
Colaboradores	Mejora del servicio, aumento del negocio	Pérdida de información, pérdida de efectividad en el trabajo	Objetivos de trabajo y oportunidades de negocio
Competencia	Posibilidad de alianzas, Colaboraciones puntuales, mejor conocimiento de la situación del mercado	Aislamiento y posible pérdida de negocio	Tendencias del mercado y nuevas oportunidades de negocio
Administración	Posibilidad de obtener satisfacción a nuestras peticiones	Desconocimiento de la realidad normativa en nuestro ámbito de actuación	Políticas empresariales
Organizaciones Profesionales y Empresariales	Nuevos servicios, mejor conocimiento del mercado, oportunidades de networking	Pérdida de oportunidades de negocio y de intercambio de experiencias	Tendencias de mercado, oportunidades de negocio, hacer políticas empresariales

5. PERFIL DE LA MEMORIA

G4-28. PERIODO CUBIERTO POR LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN LA MEMORIA

La información que contiene este informe de Sostenibilidad hace referencia al ejercicio fiscal el cual comprende desde el 1 de Enero de 2024 al 31 de Diciembre de 2024.

G4-29. FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE

La memoria anterior fue publicada en julio de 2022, cubriendo el periodo fiscal de 1 de enero de 2021 a 31 de diciembre de 2021.

G4-30. CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS

En A2 Paneque Catalán establecimos la periodicidad de presentación de nuestras memorias de Sostenibilidad de forma voluntaria y con **carácter anual**. Ello nos ayudaba a realizar un mejor seguimiento y medición de los indicadores y aplicación del principio de comparabilidad entre periodos uniformes.

En esta edición y debido a la fuerte crisis de actividad sufrida por la empresa, este informe de progreso tiene carácter **trianual**.

Este informe sirve a su vez como Informe de Progreso en el seguimiento de los Diez Principios de la Iniciativa Global Compact de Naciones Unidas en la cual A2 Paneque Catalán, es empresa comprometida y firmante desde el año 2013.

G4-31. PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A LA MEMORIA O SU CONTENIDO

Susana Catalán Navarro - Ana María Paneque López. www.a2pc.es

G4-32. OPCIÓN DE CONFORMIDAD E ÍNDICE

Esta Memoria se ha realizado según la opción "esencial o core" de la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI. El índice de contenidos GRI se encuentra al final de la presente memoria.

G4-33. VERIFICACIÓN EXTERNA

Al tratarse de una microempresa, no se realiza verificación externa de la Memoria.

6. GOBIERNO

G4-34. ESTRUCTURA DE GOBIERNO

Como microempresa formada por dos socias, el organigrama es horizontal.

Nuestra actividad se estructura en las siguientes Áreas:

-  Diseño de actividades y proyectos formativos y culturales
-  Formación y ARTalleres
-  Acciones de difusión de la RSE

Por nuestro tamaño tenemos externalizadas las áreas de:

-  Diseño gráfico
-  Gestión fiscal

Áreas de trabajo

1- Diseño de actividades y proyectos formativos y culturales

Para ello contactamos con el cliente y, analizando conjuntamente necesidades y objetivos a alcanzar, diseñamos las acciones de formación, coaching o pautas de entrenamiento para cambiar y mejorar hábitos de vida, personales, familiares, sociales y/o profesionales.

2- Formación y ARTalleres

Además del Proyecto Recuperarte, Sesiones y talleres realizados con diferentes entidades

3- Acciones de promoción de la RSE

Además de participar activamente en el Foro Provincial de Empresas Socialmente Responsables de Málaga, publicamos y difundimos en nuestras redes todas las noticias relacionadas con la RSE, la Igualdad de Oportunidades, los ODS y la Sostenibilidad que nos parecen interesantes. También diseñamos y editamos Shorts y cápsulas formativas sobre estos temas.

7. ÉTICA E INTEGRIDAD

G4-56. NUESTROS VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Nuestra empresa se rige por los principios de igualdad, no discriminación, respeto absoluto a los derechos humanos, trabajo responsable, consumo responsable, cuidado y respeto al medio ambiente y sostenibilidad del entorno social y cultural.

Aunque en nuestra actividad los riesgos son mínimos, cuidamos los procesos, respetando y custodiando los datos facilitados por entidades y particulares, siempre con el consentimiento de los mismos y usándolos solamente para el fin para el que han sido recogidos, para ello tenemos documentos de cesión de imagen y datos en los que especificamos el objeto de la cesión y el uso de los datos, dichos documentos son presentados y firmados por nuestros usuarios, apareciendo referenciados en los contratos y comunicaciones que realizamos con entidades y empresas. Tenemos protocolos de comunicación para cuidar el lenguaje y los contenidos publicados en nuestra web y redes sociales.

Manejamos procedimientos de recogida selectiva de residuos, reducción de consumos, reutilización y reciclado. Sistemáticamente recogemos y promocionamos en nuestra web y redes sociales iniciativas sociales y culturales.



8. NUESTRO DESEMPEÑO

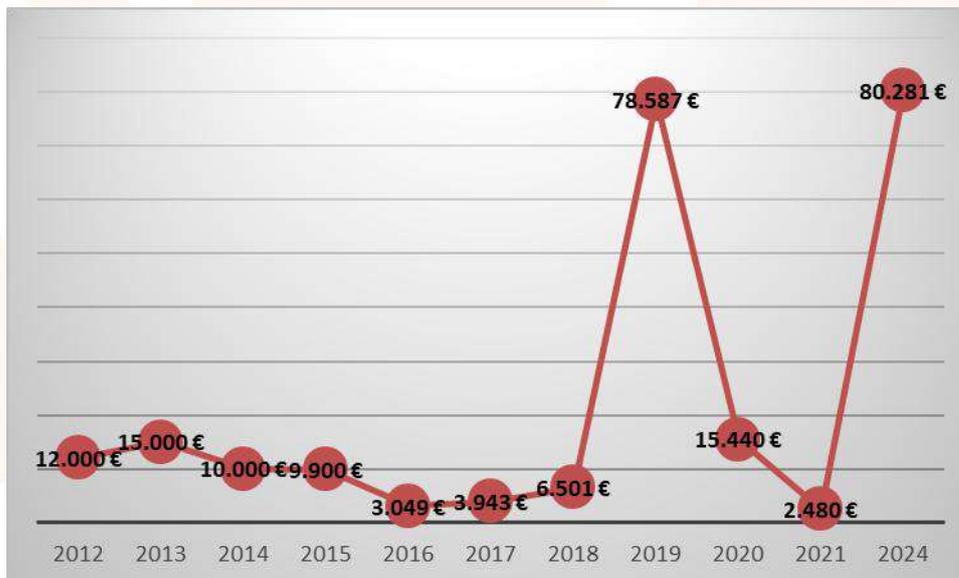
8.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

8.1.1. ENFOQUE DE GESTIÓN ECONÓMICA

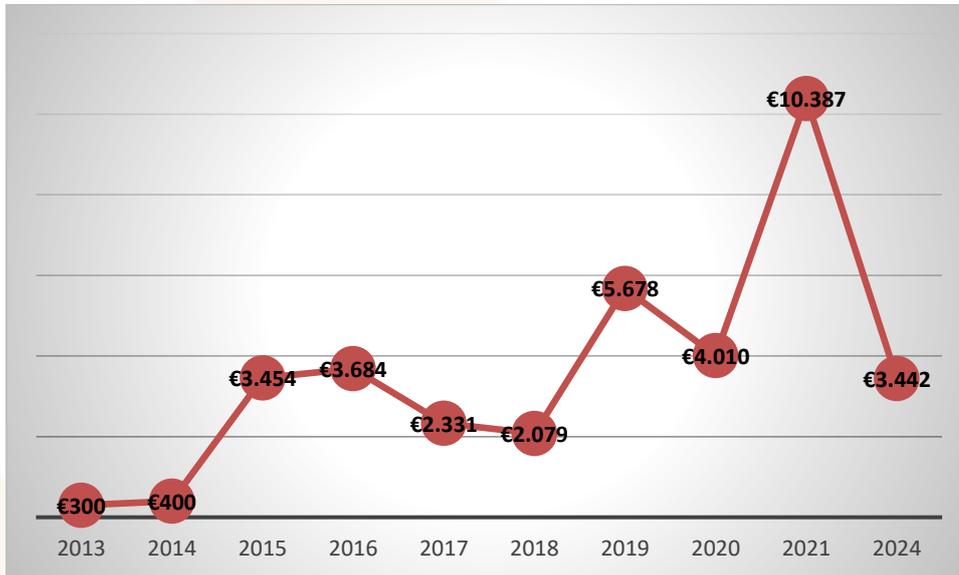
Somos una empresa compuesta por dos personas, que destinamos la facturación de la empresa para cubrir los seguros sociales, sueldos de las socias y personas contratadas, compras a proveedores, formación y pago de impuestos.

8.1.2. INDICADORES DE DESEMPEÑO

G4-EC1 - VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO

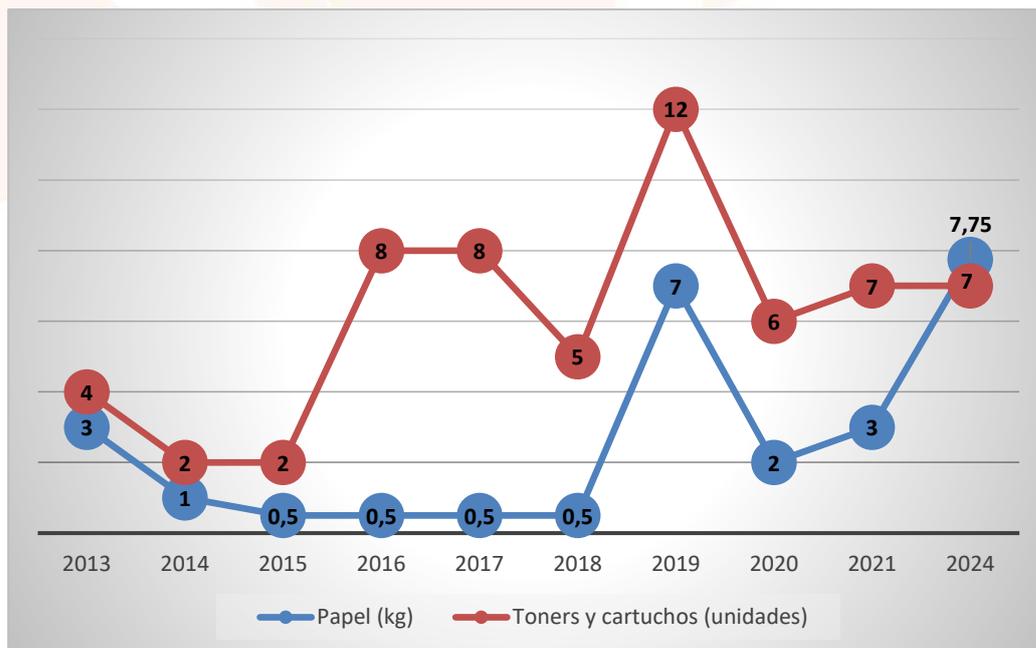


G4-EC9 - PORCENTAJE DEL GASTO EN LOS LUGARES CON OPERACIONES SIGNIFICATIVAS QUE CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES



8.2. DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL - Materiales

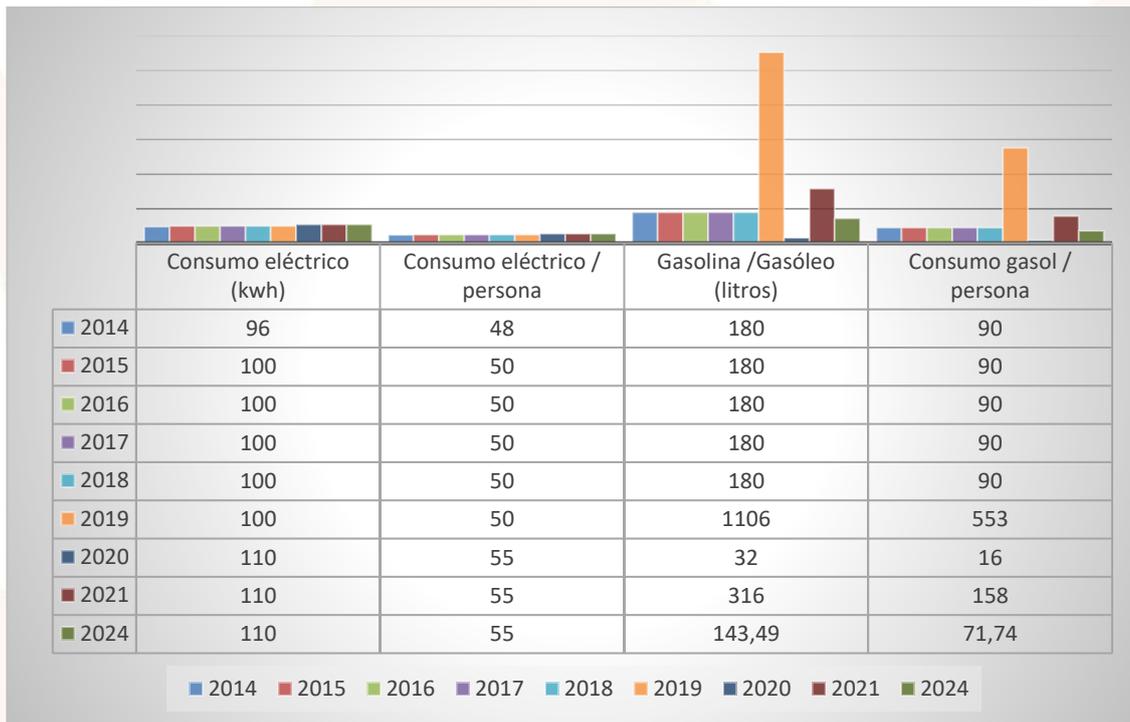
G4-EN1 - MATERIALES POR PESO O VOLUMEN



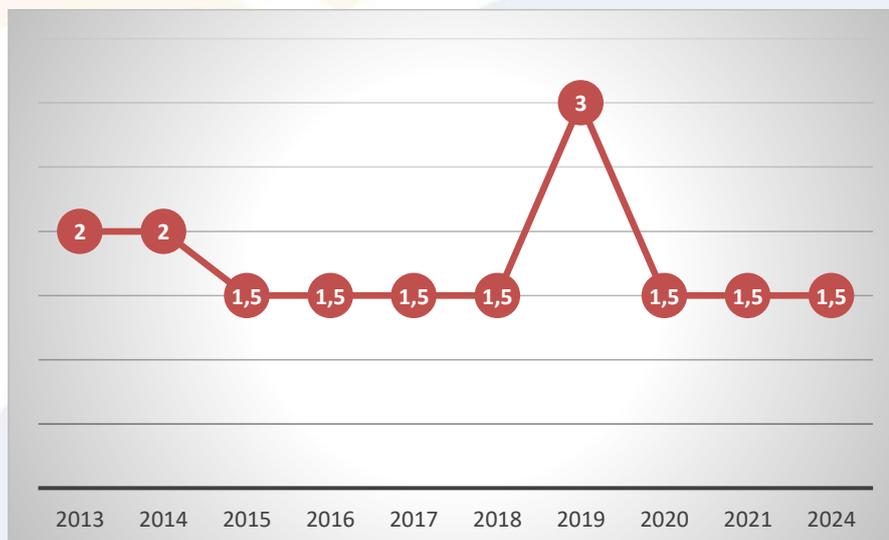
G4-EN2 - PORCENTAJE DE LOS MATERIALES UTILIZADOS QUE SON MATERIALES RECICLADOS

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2024
Papel reciclado (kg)	2	2	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	12	2	3	1,125
% respecto al consumo total de papel	50%	67%	50%	50%	50%	50%	50%	55%	65%	100%	15%

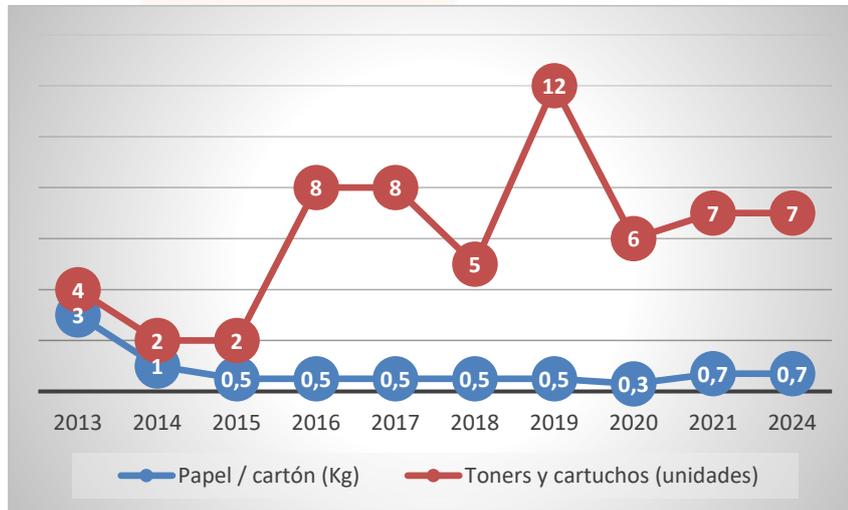
G4-EN3 - CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO



G4-EN8 - CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGÚN LA FUENTE

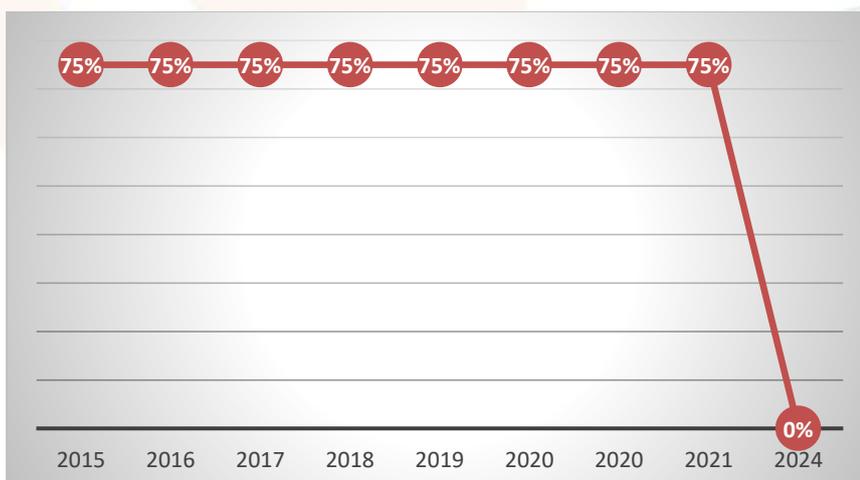


G4-EN23 - PESO TOTAL DE LOS RESIDUOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO



El 100% del cartón que usamos es reutilizado. El papel que usamos lo llevan como obras de arte a sus hogares. Incidimos en las 4R. El 100% de los cartuchos de tinta se reenvían para reciclaje.

G4-EN32 - PORCENTAJE DE NUEVOS PROVEEDORES QUE SE EXAMINARON EN FUNCIÓN DE CRITERIOS AMBIENTALES



Durante el año 2024 hemos trabajado con los mismos proveedores que en los años anteriores

8.2.1. Enfoque de gestión ambiental

En nuestra empresa, reducimos al mínimo el gasto de papel y cartón, así como el de tintas y tóneres, procuramos imprimir lo justo y necesario y, siempre que es posible, lo hacemos a dos caras, con impresoras con ahorro de tinta. Además, siempre utilizamos papel *eco efficient* con certificado ambiental 14001.

Usamos, dentro de lo posible, medios digitales de trabajo con ahorro de energía programado.

Nos desplazamos a pie o en transporte público siempre que nos es posible y en los casos puntuales en los que usamos el automóvil, siempre con un mínimo de dos pasajeros, con los recorridos más idóneos en cuanto a ahorro de combustible y con una conducción eficiente para minimizar al máximo las emisiones de CO₂.

Tenemos sistematizados los procesos de recogida selectiva de residuos y su traslado a los diferentes contenedores y puntos limpios.

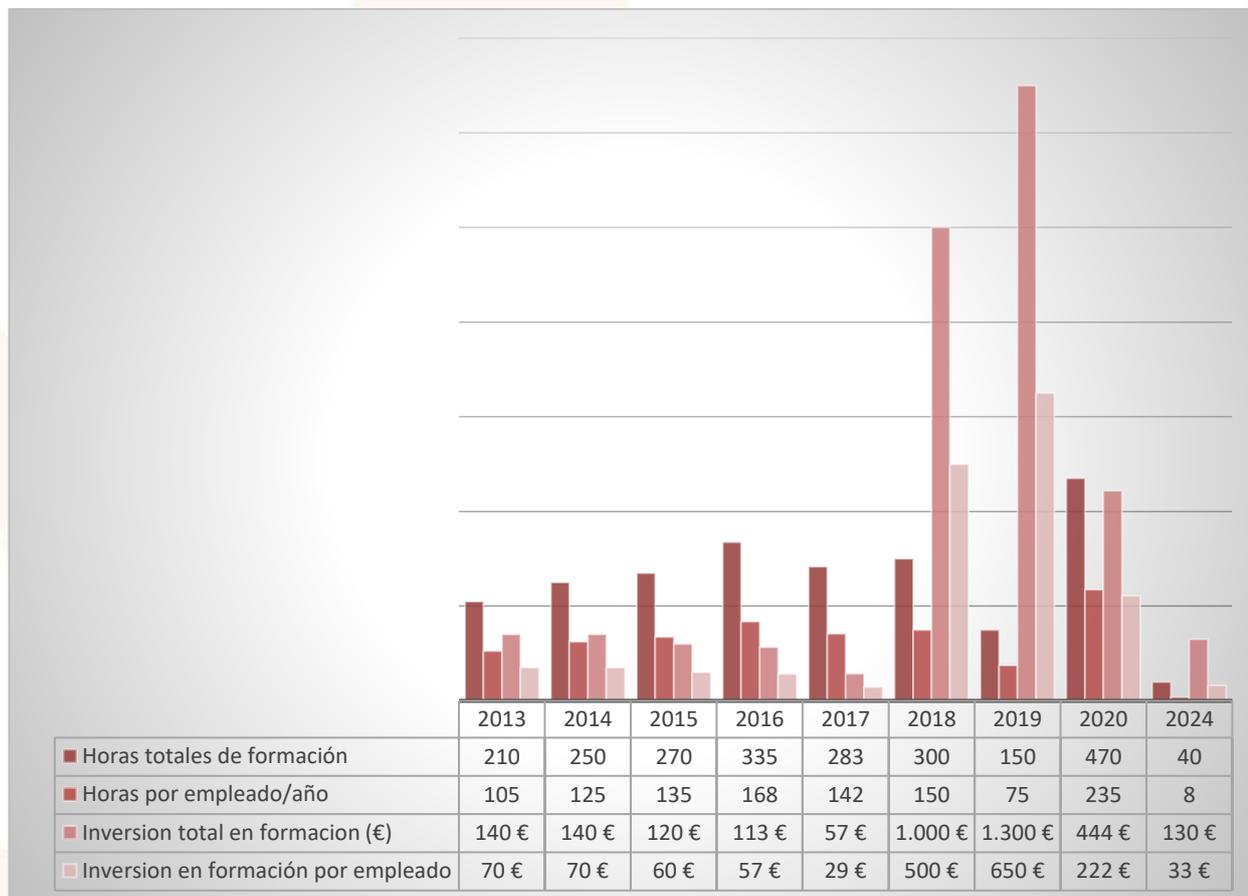
En nuestras actividades reutilizamos materiales de desecho y procuramos reducir el gasto de consumibles todo lo posible cada una de las actividades realizadas.

8.3. DIMENSIÓN SOCIAL

G4-LA5 - PORCENTAJE DE TRABAJADORES QUE ESTÁ REPRESENTADO EN COMITÉS FORMALES DE SEGURIDAD Y SALUD CONJUNTOS PARA DIRECCIÓN Y EMPLEADOS, ESTABLECIDOS PARA AYUDAR A CONTROLAR Y ASESORAR SOBRE PROGRAMAS DE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL

No procede por las características de la empresa

GA-LA9 - PROMEDIO DE HORAS DE CAPACITACIÓN ANUALES POR EMPLEADO



GA-LA12 - COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO Y DESGLOSE DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y SEXO, EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD

Desde su creación en 2007, la empresa está dirigida por dos mujeres mayores de 45 años

G4-SO4 - POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN SOBRE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Desde el año 2012 en el que comenzamos a realizar la memoria, realizamos una formación continua en políticas y códigos éticos.

Las dos socias y las personas trabajadoras tenemos muy claro que es fundamental trabajar con transparencia y ética y así se traduce en todos los ámbitos de nuestra empresa. Debido

al tamaño, la actividad y la facturación de la empresa, **no es éste un ámbito que nos resulte preocupante.**

G4-SO5 - CASOS CONFIRMADOS DE CORRUPCIÓN Y MEDIDAS ADOPTADAS

NO se ha detectado ningún incidente ético ni de corrupción durante el tiempo de vida de la empresa.

G4-PR5 - RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS PARA MEDIR LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

Las encuestas que se realizan periódicamente para valorar la satisfacción de los clientes arrojan una satisfacción del 100 % de los encuestados. Posiblemente es la consecuencia de un servicio en cuya preparación se cuenta de forma determinante con el criterio del cliente.

G4-PR8 - NÚMERO DE RECLAMACIONES FUNDAMENTADAS SOBRE LA VIOLACIÓN DE LA PRIVACIDAD Y LA FUGA DE DATOS DE LOS CLIENTES

En este aspecto somos especialmente cuidadosas con los datos de nuestros clientes y usuarios, con un protocolo interno de recogida de los datos mínimos para el funcionamiento de las actividades y la destrucción de estos una vez ha finalizado la relación contractual con la persona, empresa o entidad y a lo sumo un máximo de cinco años por protocolo de fiscalidad.

8.3.1. Enfoque de gestión social

Nuestra empresa está conformada por dos socias mayores de 50 años que trabajamos para hacer sostenible nuestra empresa, respetando la conciliación familiar y potenciando el crecimiento profesional y personal.

Una parte importante de nuestro trabajo está enfocado a la mejora de profesionales y personas, respetando en todo momento la intimidad de las personas y sus datos personales.

Tenemos desarrollados sistemas de recogida y autorización de cesión de imágenes y datos personales que controlamos y evaluamos exhaustivamente.

9. PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

9.1. DERECHOS HUMANOS

9.1.1. Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

En A2 somos conscientes de que el respeto a los derechos humanos no solo es responsabilidad de gobiernos o a los Estados soberanos, sino que las empresas, como lugar de trabajo de las personas, tenemos un papel protagonista en este ámbito.

El trato digno a los trabajadores, potenciando el talento y la carrera profesional, fideliza a los empleados y favorece la sostenibilidad de la empresa en el tiempo.

Al ser parte del compromiso asumido por el Pacto Mundial, somos conscientes de que la comunidad empresarial tiene la responsabilidad de hacer que se respeten los derechos humanos tanto en los lugares de trabajo como en su esfera de influencia social.

9.1.2. Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

En A2, somos especialmente cuidadosas con la cadena de suministros, y vigilamos especialmente el origen de los mismos para evitar en lo posible que estos procedan de empresas y países en los que se vulneran los derechos humanos.

9.2. ESTÁNDARES LABORALES

9.2.1. Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Creemos firmemente en la libertad que tienen los trabajadores tanto para afiliarse a un sindicato como para no pertenecer a ninguna organización sindical.

9.2.2. Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

En relación directa con el Principio 2, nuestra empresa vigila especialmente el origen o procedencia de los suministros que utilizamos para evitar que provengan de países en los que no se respetan los derechos laborales de las personas.

9.2.3. Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

En A2 apoyamos las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo que recomiendan una edad mínima para la admisión en el empleo, que no debe ser inferior a la edad de finalización de la escolaridad obligatoria y, en cualquier caso, nunca inferior a los 15 años.

9.2.4. Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Por la labor que desarrollamos en A2, estamos especialmente sensibilizadas con los colectivos en riesgo de exclusión social, que son los que sufren de forma directa la discriminación a la hora de acceder al empleo. Esta discriminación se ceba especialmente en mujeres, mayores de 45 años, jóvenes e inmigrantes.

9.3. MEDIO AMBIENTE

9.3.1. Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Una parte de nuestras actuaciones de formación y talleres está dedicada a la sensibilización medioambiental de niños y jóvenes.

Este hecho supone que estemos especialmente sensibilizadas respecto a la sostenibilidad de nuestras acciones y a la reducción de la huella de carbono de nuestra Empresa.

9.3.2. Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Sabemos que una empresa medioambientalmente responsable es mucho más atractiva para clientes y empleados por ello, año a año, tratamos de mejorar en este campo introduciendo buenas prácticas en materia de ahorro de energía y tratamiento de residuos.

Al estar especializadas en la realización de eventos sostenibles, todos los talleres, reuniones de trabajo y eventos que desarrollamos, fomentan la responsabilidad ambiental de las personas que participan en ellos.

9.3.3. Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Aunque nuestra empresa es pequeña, y el impacto medioambiental de nuestros actos no es relevante a corto plazo, en A2 tratamos de reducir el uso de recursos finitos, así como utilizar los recursos existentes de forma más eficiente.

9.4. ANTICORRUPCIÓN

9.4.1. Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

En A2 estamos radicalmente en contra de la corrupción en todas sus formas, trabajando y reivindicando la transparencia en la gestión empresarial, tanto en la empresa privada como en la administración pública.

10. TABLA CONTENIDOS GRI

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Contenidos Básicos Generales	Paginas	Verificación Externa Indique si se ha verificado externamente el elemento del Contenido Básico. De ser así, indique en qué página de la memoria se puede consultar el Informe de Verificación Externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4-1	4	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4-3	5	
G4-4	6	
G4-5	7	
G4-6	7	
G4-7	7	
G4-8	7	
G4-9	9	
G4-10	9	
G4-11	9	
G4-12	9	
G4-13	9	
G4-14	10	
G4-15	10	
G4-16	12	

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES		
Contenidos Básicos Generales	Paginas	Verificación Externa Indique si se ha verificado externamente el elemento del Contenido Básico. De ser así, indique en qué página de la memoria se puede consultar el Informe de Verificación Externa
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4-17	13	
G4-18	13	
G4-19	14	
G4-20	17	
G4-21	17	
G4-22	17	
G4-23	17	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4-24	18	
G4-25	18	
G4-26	19	
G4-27	20	
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4-28	21	
G4-29	21	
G4-30	21	
G4-31	21	
G4-32	21	
G4-33	22	
GOBIERNO		
G4-34	22	
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4-56	23	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

<p>Aspectos Materiales (Como en el apartado G4-19) Elabore una lista de los aspectos materiales.</p>	<p>Información sobre el enfoque de gestión e indicadores Página 14</p>	<p>Omisiones</p>	<p>Verificación Externa Al ser Microempresa no se realiza verificación externa, tal y como aparece en la página 22(G4-33)</p>
<p>Para la identificación y priorización de los temas relevantes, hemos analizado 4 grandes áreas de riesgos relacionados con la sostenibilidad: ética, social, laboral y medioambiental, que se dividen en 10 subáreas. Ver página 16 (G4-19)</p>	<p>Dimensión económica: pág.24 Dimensión medioambiental: pág. 25 Dimensión social: pág. 28</p>		

The logo for A2 Paneque Catalán features a stylized 'A' in blue with an orange flame-like shape inside, followed by a large orange '2'. To the right, the words 'PANEQUE' and 'CATALÁN' are stacked in a bold, blue, sans-serif font.

A2 PANEQUE CATALÁN

www.a2pc.es

e-mail: a2pc@a2pc.es



[A2 Paneque Catalán](https://www.facebook.com/A2PanequeCatalan)



[@a2panequecatalan](https://www.instagram.com/a2panequecatalan)



[@A2A2pc](https://twitter.com/A2A2pc)