

RSA - PYMES

Empresa evaluada

TECNOLOGÍA CONTROL PARA LA COMUNICACIÓN, S.L.

CIF:B50577931

Polígono Malpica. Calle F Oeste, G. Quejido 77.-

50016 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

TECNOLOGÍA CONTROL PARA LA COMUNICACIÓN, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

Polígono Industrial Malpica c/F Oeste Nave 77 - 50016 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

COMPRA, VENTA, ALQUILER, IMPORTACIÓN, EXPORTACIÓN, DISEÑO, DESARROLLO, INGENIERÍA, PROGRAMACIÓN, FABRICACIÓN, INTEGRACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TODA CLASE DE PRODUCTOS DEDICADOS A LA INFORMÁTICA, AUDIOVISUALES Y A LA COMUNICACIÓN EN GENERAL

04 - Año comienzo actividad.

1994

05 - Número de personas empleadas

15

06 - Persona contacto

Alberto Arranz Gil

07 - E-mail contacto

alberto.arranz@teccoav.com

08.- Página web

www.teccoav.com

GENERAL

Tendencias Globales

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

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)

- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

Como PYME tecnológica que importa gran parte de su equipamiento desde terceros países, consideramos que todos estos factores globales son clave para nuestro funcionamiento. Analizamos de forma constante los aspectos económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales, ya que todos ellos pueden influir directa o indirectamente en nuestra cadena de suministro, en la evolución de nuestro mercado y en la toma de decisiones estratégicas. Esta vigilancia nos permite anticiparnos a riesgos, adaptarnos a cambios del entorno y reducir su impacto en nuestro negocio.

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

Si

2.1. Información adicional

En general, las PYMES no contamos con los mismos recursos que las grandes organizaciones para afrontar individualmente estos desafíos globales. Sin embargo, creemos que es posible enfrentarlos de forma estratégica mediante la anticipación, la colaboración sectorial, la digitalización y la formación continua. En nuestro caso, nos apoyamos en redes de colaboración, asesoramiento especializado y análisis constante del entorno para adaptarnos y responder con agilidad a estos retos.

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

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

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

3.1. Información adicional

Lo hacemos de forma voluntaria como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad, la responsabilidad social y la resiliencia empresarial.

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

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

4.1. Información adicional

Como pequeña PYME familiar, y dentro de nuestras posibilidades, tratamos de dedicar

parte del beneficio a iniciativas sociales y medioambientales que estén alineadas con nuestros valores y compromiso con el entorno.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

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

5.1. Información adicional

Mantenemos una comunicación constante y adaptada con empleados, clientes, proveedores y colaboradores estratégicos, entendiendo sus necesidades y expectativas. En especial, fomentamos relaciones de confianza a largo plazo con aliados de nuestra región, Aragón, donde se concentra la mayoría de nuestros colaboradores. Este enfoque local nos permite fortalecer el tejido empresarial del territorio, generar valor compartido y contribuir al desarrollo sostenible de nuestra comunidad.

6.- ¿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

6.1. Información adicional

Estos procesos nos permiten identificar de manera continua sus necesidades y expectativas, tanto en términos de calidad, servicio y sostenibilidad, como en áreas relacionadas con el bienestar social y medioambiental. Además, mantenemos canales abiertos de comunicación directa para poder responder de manera proactiva a sus inquietudes y mejorar constantemente nuestra relación con ellos.

Gobierno de la organización

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

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

7.1. Información adicional

Desde la Dirección de la empresa se supervisa continuamente el cumplimiento de dichas normas. De esta forma, aseguramos que todos los miembros del equipo estén alineados con los valores y procedimientos establecidos, favoreciendo un entorno de trabajo claro y cohesionado.

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

Además, realizamos sesiones periódicas de actualización y reforzamiento sobre estos temas para asegurarnos de que todos los empleados comprendan y se alineen con la razón de ser de la organización.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Uno de los objetivos estratégicos para este año 2025 es la elaboración de un Plan de RSC en nuestra empresa. Hemos comenzado la implementación de proyectos que reflejan nuestro compromiso con el entorno y la comunidad, como la mejora de nuestros procesos sostenibles y la colaboración con agentes y asociaciones locales. Además, estamos evaluando y definiendo nuestras políticas y prácticas para integrar la responsabilidad social en todas las áreas de la organización, con el objetivo de crear un impacto positivo a largo plazo. Aunque estamos en las primeras fases, consideramos que estas acciones son fundamentales para el crecimiento sostenible de la empresa.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

A medida que avancemos en la implementación de acciones concretas, planeamos definir objetivos claros y medibles, así como indicadores de seguimiento, para asegurar que nuestros esfuerzos sean efectivos y alineados con los valores y objetivos a largo plazo de la organización.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

Aunque estas encuestas no se han realizado de manera regular, estamos en proceso de implementar mecanismos más sistemáticos y continuos para evaluar la satisfacción de nuestros clientes. Esto incluirá encuestas periódicas, entrevistas y el análisis de comentarios directos, con el objetivo de mejorar continuamente nuestra oferta y asegurar que estamos alineados con las expectativas de nuestros clientes.

12.- ¿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

12.1. Información adicional

Identificamos mejoras a través de diversas fuentes, como encuestas de satisfacción, conversaciones directas con clientes y el análisis de tendencias del mercado. Estas mejoras son evaluadas y, cuando se considera que son viables y beneficiosas, se introducen en nuestros procesos operativos y de servicio al cliente. Para garantizar una implementación efectiva, involucramos a los equipos clave de la organización en el proceso, asegurándonos de que las mejoras se alineen con nuestros estándares de calidad y contribuyan a una experiencia más satisfactoria para el cliente.

Innovación en los productos y servicios

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

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

13.1. Información adicional

Aunque no contamos con un proceso formal de investigación, constantemente buscamos ajustar y mejorar nuestra oferta para alinearnos mejor con las expectativas y necesidades de nuestros clientes.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

A la hora de diseñar nuestros productos, consideramos factores como la sostenibilidad en los materiales, el diseño del embalaje y la reducción de la huella de carbono, asegurándonos de que cada aspecto del ciclo de vida del producto sea responsable y respetuoso con el medio ambiente.

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

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

15.1. Información adicional

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización no solo atiende consultas y gestiona incidencias, sino que también informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o en su comercialización. En el caso de los productos de software o aquellos con contrato de mantenimiento, nos encargamos de

resolver de manera proactiva posibles bugs o defectos de fábrica detectados, garantizando que cualquier problema se solucione rápidamente antes de que afecte al rendimiento del cliente. Además, realizamos un seguimiento continuo para asegurarnos de que nuestros clientes estén completamente satisfechos con el producto o servicio adquirido, ofreciendo soporte y actualizaciones periódicas si es necesario.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

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

16.1. Información adicional

En todos los productos y/o servicios, entregamos manuales de uso completos, así como información detallada sobre las condiciones de venta, condiciones de garantía y mantenimiento. Nos aseguramos de que nuestros clientes tengan acceso a toda la documentación necesaria para el correcto uso y cuidado de los productos, lo que les permite aprovechar al máximo sus características y funciones. Esta información se proporciona de manera clara y accesible, tanto en formato físico como digital, para garantizar que nuestros clientes estén bien informados sobre el producto o servicio adquirido en todo momento.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

17.1. Información adicional

Realizamos encuestas internas, entrevistas y reuniones para identificar áreas de mejora y conocer las opiniones y necesidades de nuestro equipo. Esta evaluación nos permite tomar decisiones informadas para mejorar el ambiente laboral, fomentar el desarrollo profesional y asegurar que nuestras políticas y prácticas laborales estén alineadas con las expectativas de nuestros empleados. Además, analizamos los resultados y trabajamos de manera continua para implementar cambios que contribuyan al bienestar y motivación de nuestro equipo.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

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

No se han desarrollado actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

Sin embargo, somos conscientes de la importancia de garantizar el Principio de Igualdad de Oportunidades y la no discriminación en todos los aspectos de nuestra organización, incluyendo el acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución. Aunque aún no hemos implementado políticas formales, buscamos fomentar un entorno inclusivo donde se valore la diversidad y se trate a todas las personas con equidad. En el futuro, planeamos implementar prácticas y programas que aseguren que todas las personas tengan las mismas oportunidades, sin importar su género, origen racial o étnico, religión, discapacidad, edad, orientación sexual o cultura.

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

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

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

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

Implementamos medidas como horarios flexibles, opciones de teletrabajo y permisos por necesidades personales o familiares. Además, en verano, ofrecemos jornada intensiva, lo que permite a nuestros empleados disfrutar de más tiempo libre durante la temporada estival. Fomentamos un ambiente de trabajo respetuoso con la vida personal de nuestros empleados, promoviendo la conciliación como un valor fundamental dentro de nuestra cultura organizacional. Estas iniciativas buscan mejorar el bienestar y la productividad de nuestro equipo, permitiendo que cada persona logre un balance adecuado entre sus diferentes roles y responsabilidades.

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

La organización programa acciones formativas de manera planificada, basándose en las necesidades del negocio y en las competencias requeridas para el desarrollo de las personas empleadas. Estas acciones se comunican de forma clara a la plantilla, brindando información sobre los cursos, talleres y programas disponibles. Además, las personas empleadas tienen la posibilidad de solicitar formación adicional según sus necesidades profesionales o intereses, y estas solicitudes se valoran y gestionan de acuerdo con las prioridades organizacionales.

21.- ¿Cómo gestiona el desarrollo de las personas en su organización?

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

21.1. Información adicional.

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, también ofrecemos formación en competencias personales, como liderazgo, habilidades de comunicación, gestión del tiempo y trabajo en equipo. Este enfoque integral permite a nuestros empleados no solo adquirir conocimientos específicos relacionados con su puesto, sino también desarrollar habilidades transversales que favorecen su crecimiento profesional y personal. Además, contamos con programas de desarrollo orientados a la promoción interna, proporcionando oportunidades para que nuestros empleados avancen dentro de la organización. A través de estas iniciativas, fomentamos un ambiente de crecimiento continuo, donde cada persona tiene la posibilidad de mejorar y alcanzar su máximo potencial dentro de la empresa.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Además, implementamos medidas de seguridad adecuadas a las características de nuestra actividad y formamos a nuestro equipo para asegurar que todos los procedimientos se sigan de forma correcta. Estamos comprometidos en mantener un ambiente de trabajo seguro y saludable, actualizando regularmente nuestras políticas de prevención y adaptándolas a los cambios normativos y a las necesidades del personal."

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

23.1. Información adicional.

Estos criterios incluyen la evaluación del impacto medioambiental de los productos (como su huella de carbono, reciclabilidad y uso de materiales sostenibles), así como la consideración de prácticas laborales responsables y la igualdad de oportunidades en la cadena de suministro. Al seleccionar a nuestros proveedores, damos prioridad a aquellos que comparten nuestros valores en cuanto a sostenibilidad y responsabilidad social, asegurándonos de que nuestras decisiones de compra estén alineadas con nuestros compromisos éticos y medioambientales.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales

y sociales asociados a la actividad.

24.1. Información adicional.

Evaluamos a nuestros proveedores no solo en términos de la calidad y coste de sus productos o servicios, sino también en función de su compromiso con la sostenibilidad, las prácticas laborales responsables, y el cumplimiento de normativas medioambientales y sociales.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Buscamos identificar oportunidades para contribuir de manera significativa en proyectos que estén alineados con nuestros valores y que ayuden a mejorar el bienestar de la comunidad en la que operamos. En el futuro, nos gustaría ampliar nuestra participación en estos tipos de proyectos y establecer relaciones más duraderas con organizaciones locales.

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

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

26.1. Información adicional.

Estas acciones, aunque no forman parte de un plan integral de responsabilidad social corporativa, están alineadas con nuestras actividades y valores. Por ejemplo, hemos apoyado proyectos vinculados con la formación y el desarrollo de la comunidad local, así como con la inclusión y el bienestar de nuestros empleados. Aunque actualmente estas iniciativas son puntuales, estamos evaluando la posibilidad de integrarlas más estrechamente con nuestra estrategia de negocio para crear un impacto social más sostenible y significativo a largo plazo.

Transparencia con el entorno social de la organización

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

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

Las iniciativas sociales que desarrollamos se comparten de forma ocasional, generalmente a través de correos electrónicos o reuniones informativas, pero no seguimos un proceso formal o estructurado para involucrar a todo el equipo. Aunque fomentamos la participación de nuestros empleados en estas actividades, reconocemos que existe una oportunidad de mejorar la forma en que comunicamos y promovemos estas acciones.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

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

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

La información sobre nuestras iniciativas sociales y colaboraciones con la comunidad local se comparte puntualmente, generalmente a través de notas de prensa, web o redes sociales, pero no existe una estrategia proactiva y estructurada para mantener una comunicación constante con la comunidad.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

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

29.1. Información adicional.

Entre estas acciones, destacamos la segregación y el reciclaje de residuos, así como la reducción del consumo de recursos naturales como el agua y la energía. Implementamos prácticas sostenibles en todos nuestros procesos, buscando minimizar nuestra huella ambiental tanto en la producción como en la operación diaria. Además, fomentamos la sensibilización ambiental entre nuestros empleados y proveedores, y trabajamos en la mejora continua de nuestras políticas y procesos para hacer frente a los retos medioambientales de manera más eficiente y responsable.

Compromiso frente al cambio climático

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

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Estas acciones incluyen la optimización de procesos para minimizar la generación de residuos, el uso eficiente de recursos naturales y la implementación de prácticas más

sostenibles en nuestras operaciones diarias.

Economía circular

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

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

31.1. Información adicional

Trabajamos activamente en reducir nuestro impacto ambiental mediante la incorporación de prácticas propias de la economía circular, como la optimización del uso de recursos y la minimización de desechos. Además, investigamos constantemente en el diseño y desarrollo de productos ecológicamente eficientes, incorporando tecnologías innovadoras, como la tinta electrónica y materiales reutilizables. Este enfoque nos permite no solo reducir nuestra huella ambiental, sino también impulsar la sostenibilidad a través de soluciones tecnológicas de vanguardia que promuevan la circularidad en nuestros procesos productivos.

Comunicación ambiental

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

Se comunican, pero no de manera sistemática u organizada

32.1. Información adicional

Las actuaciones en materia ambiental se comparten con los empleados y otros grupos de interés a través de la web y redes sociales, aunque no siempre con la regularidad ni la estructura que nos gustaría.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

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

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

Valoración Global

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

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Un punto fuerte de nuestra organización es nuestra colaboración activa con agentes locales y regionales en Aragón. A través de estas alianzas, contribuimos a fomentar el empleo de calidad en nuestra región, apoyando la creación de oportunidades laborales y el desarrollo económico local. Esta colaboración no solo fortalece nuestra relación con la comunidad, sino que también nos permite impulsar el crecimiento sostenible y socialmente responsable en un entorno cercano a nuestra actividad empresarial.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Un área de mejora para nuestra organización es la formalización y sistematización de nuestras acciones de responsabilidad social. Aunque ya realizamos algunas iniciativas puntuales, consideramos que sería beneficioso establecer un plan más estructurado que nos permita definir objetivos claros, medir resultados y hacer un seguimiento más efectivo de nuestro impacto social y ambiental. Esto nos ayudaría a potenciar nuestras acciones, mejorar la transparencia y alinear aún más nuestras operaciones con las mejores prácticas en responsabilidad social.

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 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.