

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**INSTALACIONES ELÉCTRICAS GONZALVO,  
S.L.**

CIF:B50964014

C/José García Sánchez 26 Local Izda.  
50005 - Zaragoza  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

INSTALACIONES ELECTRICAS GONZALVO, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle José García Sánchez 26 local Izda, 50005 ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

INSTALACIONES ELECTRICAS, INGENIERÍA

#### 04 - Año comienzo actividad.

2003

#### 05 - Número de personas empleadas

14

#### 06 - Persona contacto

Pedro Gonzalvo Ansó

#### 07 - E-mail contacto

[pgonzalvo@electriccharger.com](mailto:pgonzalvo@electriccharger.com)

#### 08.- Página web

[www.iegonzalvo.com](http://www.iegonzalvo.com)  
[www.electriccharger.com](http://www.electriccharger.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**

Las empresas son fuente de generación de empleo y riqueza y a la vez se ven influenciadas por pertenecer a un entorno macroeconómico a por las formas y maneras en la que la misma se genera. En nuestra empresa el empleo generado es de calidad, sin discriminación y con formación continuada y conciliación familiar

Asimismo la influencia de las decisiones que se toman desde el Sector Público influyen considerablemente en el devenir de la empresa y la creación y consolidación de oportunidades con lo que una relación sana y ética entre empresas y Administraciones Públicas suponen reglas de juego claras que favorecen el desarrollo. Las normas que rigen esta relación se ajustan a la legalidad

Finalmente todo lo que afecte al medio ambiente y temas sociales influye en la sociedad creando un entorno mejor. La empresa posee un plan de actuación sobre reciclaje de elementos contaminantes (lámparas, baterías, pilas) y un protocolo de actuación de residuos generados en obras. Se recicla todo el residuo generado en oficinas y además se está comenzando a implantar la certificación ISO 14001. Por último la empresa está cambiando el mix de producto con un plan a medio plazo en el que se está sustituyendo la oferta por Ingeniería e Instalación tradicional hacia proyectos de Energía Verdes (Instalaciones Eólicas y Fotovoltaicas, infraestructuras Vehículo eléctrico etc) para potenciar esto se ha empezado a implementar cambio de imagen corporativo en material comercial, medios on line, etc.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Una sociedad es la suma del comportamiento de todos y cada uno de sus individuos, por ello una sociedad mejor será aquella en la que sus individuos o pequeñas estructuras mejoren. Por ello una pequeña empresa puede influenciar en cualquier aspecto si sabe transmitir unos valores claros a la sociedad e invita a participar a otros en estos valores positivos para todos.

## **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**

Se planifica anualmente retos como cambio a movilidad CERO emisiones, los aspectos que contribuyen a mejoras sociales y se revisan semestralmente

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

**4.1. Información adicional**

Participamos anualmente en asociaciones con fines sociales como Cruz Roja y colaboramos con nuestra ayuda en proyectos en los que somos requeridos. Además participamos en empresas con proyectos que pueden mejorar la sociedad. Este año en algún proyecto para la lucha contra el COVID. Dada nuestra labor en energía verde nuestra actividad incide directamente en el medio ambiente. Cuantificamos por ejemplo que este año en nuestra colaboración en implantación de vehículo eléctrico con Administraciones Públicas y Gran Empresa hemos ahorrado más de 200 Toneladas de CO2 al medio ambiente (esta es un ejemplo de las líneas de negocio).

**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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

**5.1. Información adicional**

Tenemos identificados los grupos de interés, seleccionamos los mismos en base a otras variables que no son exclusivamente precio por ejemplo en proveedores y si en base a la forma de compartir nuestra visión estratégica y los lazos de colaboración. Con clientes se contacta y se solicita los grados de satisfacción para conocer las vías de mejora y hacer análisis de competencia. Para afianzar esto se está implementando sistemas de gestión de calidad para que los procedimientos sean más cuantificables y revisables

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

**6.1. Información adicional**

Intentamos impulsar el diálogo aunque a veces la información no es totalmente simétrica. Sintetizando con los clientes se mantienen reuniones periódicas y de planificación a medio plazo, con los trabajadores se establecen reuniones en oficinas de carácter mensual que se unen a la relación diaria de gerencia con los mismos en la que se observa y soluciona conflictos favoreciendo el clima laboral. Se implantará este año una encuesta del trabajador anónima para ver problemáticas que a veces no llegan a gerencia. Con proveedores se establecen también reuniones periódicas y anuales después del cierre del año para establecer objetivos conjuntos. Al ser una empresa familiar las reuniones de gerencia son

las mismas que las de inversores y la gerencia es inversora en alguna sociedad con la que se establecen reuniones mensuales.

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

#### **7.1. Información adicional**

Existen protocolos de actuación en ámbitos como el laboral, relación con el cliente y proveedor y medioambiental conocidos por toda la organización. Ante casuísticas no contenidas en el mismo se actualiza y se comunica tanto en el momento inmediato como en el propio protocolo. En la incorporación de los trabajadores se comunica a los mismos y se establece un diálogo fluido en el día a día dado que en una empresa de servicios se tiene que ser más flexible en la ejecución de dichos procedimientos por ampliarse las casuísticas

### **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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

#### **8.1. Información adicional**

Todos los trabajadores de la empresa conocen los valores y la gerencia intenta ser ejemplo de los mismos

## **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**

Estamos comenzando la implementación del mismo que pretendemos tener en marcha este año 2021

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

#### **10.1. Información adicional**

Dado que estamos comenzando a desarrollarlo nos gustaría hacerlo con la mayor profundidad posible

## CLIENTES

### Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

##### 11.1. Información adicional

Aunque desde departamento comercial se tiene contacto para medir el grado de satisfacción. Se realizan encuestas después de los trabajos al cliente para conocer su satisfacción y mejorar. Estas encuestas o tomas de contacto se hacen sectorizando (son diferentes para cada tipología de cliente según el tipo de obra o servicio que haya demandado). Además también se busca feedback con potenciales clientes que no hayan aceptado nuestros servicios para conocer motivos que posibiliten nuestra mejora en futuras ofertas.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

##### 12.1. Información adicional

Tanto la encuesta al cliente, como la reunión diaria con personal establecen feedbacks de posibles mejoras en la relación con el cliente. Estas mejoras se introducen en los procedimientos en un plazo inmediato y se analiza si es necesario observarlo en las encuestas posteriores a la venta, instalación para analizar la correcta ejecución.

## 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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

##### 13.1. Información adicional

En la filosofía de la empresa desde 2016 se introdujo claramente la apuesta por líneas nuevas de negocio que complementasen la existentes y nos diferenciasen de la competencia. Esto nos ha llevado a una formación continua en nuevos productos y a nuevas certificaciones de nuestros empleados en nuevas líneas del sector energético. El MIX verde que era en 2013 del 20% ha pasado este año al 70% y para ello se ha tenido que hacer un gran esfuerzo en formación propia y con proveedores.

Además se ha invertido en desarrollo de patentes en varios ámbitos (iluminación, sanitario) y de dichas líneas se está midiendo la posible rentabilidad y desarrollo de producto.

## Calidad de los productos y servicios

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

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

#### **14.1. Información adicional**

Se realiza una evaluación mediante encuestas. Se está superando ya el 50% de facturación en sistemas de eficiencia energética (solar etc) y sistemas de recarga de vehículo eléctrico. Se encuesta y se solicita información al cliente sobre la satisfacción

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

#### **15.1. Información adicional**

Es el alma de nuestro negocio. La postventa integral está estandarizada y es la clave del éxito. Existen diversas tipologías de postventa dado que además somos servicio técnico oficial en Aragón de marcas. Debido a esto tenemos diversos procedimientos y documentación implementados dependiendo el tipo de servicio de postventa a realizar. Además los plazos de intervención y la forma de realización son diferentes en cada caso.

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

#### **16.1. Información adicional**

Se proporciona explicaciones claras previas y luego mediante documentación y entrega ad-hoc de todo lo referente a las obras realizadas. Se realiza en muchos productos una formación al cliente por nuestros técnicos del uso y posibles problemáticas de los productos. Además se explica cómo activar las garantías con nosotros en caso de fallos o problemas. El servicio postventa es vital para nosotros para conseguir la plena satisfacción del cliente y por ello no debe haber dudas sobre posibles limitaciones de garantías (malos usos, manipulaciones indebidas etc)

## **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**

Además del contacto diario se realizan reuniones mensuales privadas con los trabajadores al objeto de conocer el clima laboral y la satisfacción del trabajador. Se está preparando y lanzando una encuesta privada y anónima para conocer posibles problemas que no lleguen a la gerencia o sugerencias que nos permitan mejorar.

## 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)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

### 18.1. Información adicional.

Si bien en el trabajo en oficina no hay problema alguno, en el trabajo en campo (instaladores) encontramos muchos problemas dado que nunca (excepto en dos ocasiones) recibimos currículos de mujeres. Hemos especificado en los anuncios de empleo que buscamos hombres o mujeres pero no ha habido feedback. En otros aspectos étnicos, religiosos no hay problema alguno e intentamos adaptar como se verá luego en conciliación a las costumbres de los trabajadores..

## 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?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Existe la posibilidad de elegir horarios en jornada continua o partida, se permite (aunque no lo recomendamos) no usar la parada de la comida, se permite no acudir al trabajo por motivos personales con el compromiso de recuperar las horas en ese u otro día, Pueden elegir jornadas partidas de lunes a jueves y continua en viernes. Se puede modificar horario de entrada y salida con un tiempo de 72 horas de antelación. Además como empresa familiar negociamos cualquier eventualidad que pueda surgir diferente a las casusísticas conocidas con el trabajador para poder adecuar nuestras necesidades a las suyas .

## Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

### 20.1. Información adicional.

Además de la Formación que la empresa da a sus trabajadores tanto en su incorporación como a lo largo de su trayectoria y que en este caso lo decide la empresa, permitimos y consensuamos y (sobre todo) animamos a los trabajadores a que se formen en los aspectos

que más les gusten o que crean pueden ser más productivos para la empresa y para ellos. En este aspecto a veces debemos animar y convencer al trabajador para que se anime a formarse en aspectos innovadores dado que a veces no son muy proactivos con los temas. Lógicamente estas formaciones son pagadas por la empresa y todos los gastos que alrededor de ellas se puedan generar. Al ser un sector con gran innovación la formación es continua. Se forma dentro de la empresa a alumnos en prácticas (Salesianos, Corona de Aragón etc) que entran también en estos planes de formación como si fuesen trabajadores de la empresa.

## **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.**

La empresa complementa la información obligatoria con formaciones a medida para los diferentes puestos de trabajo

## **Seguridad y Salud**

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

### **22.1. Información adicional.**

Se evalúan los riesgos y se forma a los trabajadores diferenciando por tipologías de trabajo e incluso industrias dónde se desempeñan las tareas

## **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.**

Sin comentarios

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

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

#### **24.1. Información adicional.**

Estamos pendientes y preparando la ISO 14001 con vistas a 2024

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

#### **25.1. Información adicional.**

Se colabora anualmente con organizaciones como Cruz Roja, se plantean ayudas puntuales con nuestro personal en ayuda a iniciativas sociales (transporte alimentos, logística en acciones puntuales de organizaciones con la que colaboramos etc)

#### **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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

#### **26.1. Información adicional.**

Convencidos de que la línea que ha de seguir el mundo y el mercado es la búsqueda de una economía verde hemos cambiado el plan de negocio hacia productos sostenibles con el medio ambiente y hemos empezado a cambiar con dotaciones presupuestarias nuestra empresa en la misma línea hacia emisiones CO2 nulas. Así se está cambiando el parque automovilístico desde el gasoil a vehículos eléctricos ( ya estamos casi al 50% de nuestro parque móvil "Verde"), las actividades de la empresa se orientan hacia las energías renovables, vehículo eléctrico y tanto la imagen de la empresa como la concienciación al cliente está alineada en este fin. Es una misión empresarial que estamos consiguiendo y de la que nos sentimos orgullosos.

#### **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?**

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

## **27.1. Información adicional**

Creemos en la transparencia con lo que comunicamos estas líneas y profetizamos a cerca de ellas entre nuestros grupos de interés. Produce esto sinergias positivas dado que esta comunicación además de ejercer un efecto social positivo, da a la empresa un valor de mercado altamente positivo también que influye en la comercialización de nuestros productos.

### **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?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

## **28.1. Información adicional**

Entendemos que es vital la comunicación con lo que tanto en RRSS, como en la nueva imagen corporativa, como en nuestro día a día con el propio ejemplo de la organización transmitimos estos valores. Temas como el vehículo eléctrico es una forma positiva de establecer relación con nuestros clientes que solicitan nuestro asesoramiento al ver que predicamos con el ejemplo. Esto sucede con muchas líneas de negocio.

## **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 separar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

## **29.1. Información adicional.**

Existe un plan de actuación en materia medioambiental, así como un protocolo de actuaciones en el día a día. Para avanzar en este tema se está comenzando a implantar la certificación ISO 14001 lo que va a afianzar esta materia a nivel planificador y documental dado que en actuación se sigue una línea positiva.

### **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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

## **30.1. Información adicional.**

Como se ha comentado en otros apartados se está avanzando anualmente en los últimos 5 años hacia una estrategia de producto y actividad con huella de carbono cero basado en energías renovables. Así en actuaciones concretas como en línea de producto

(instalaciones solares, eólicas, sistemas de recarga de vehículo eléctrico), como en flota de vehículos (50% actualmente eléctrico y con objetivo a 3 años del 100%), evaluación del impacto positivo de nuestras instalaciones (más de 6 toneladas de CO2 ahorradas en nuestras infraestructuras instaladas de recarga de vehículo eléctrico propias y de nuestros clientes) etc... Esta estrategia es ya una parte fundamental y básica de la filosofía y misión de la empresa.

## 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**

Se sigue normativa de reciclaje y se conciencia a los componentes de la empresa en mejorar o en encontrar y resolver aspectos no resueltos

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

#### **32.1. Información adicional**

Se comunica dado que a día de hoy se está cambiando todo el material corporativo para dejar claro la vocación de la empresa. La fachada de nuestras oficinas, RRSS, rotulación, material comercial y pronto web están enfocadas a manifestar inequivocadamente nuestra profunda concienciación con el medio ambiente.

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

8

## **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Área medioambiental y clima laboral

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

Relación y comunicación con stakeholders grupos de interés

## **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 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.