

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**PABLO SEBASTIÁN PRADA CONTRERAS  
(SEBASTIÁN DARPA)**  
CIF:39462823K  
Cruz del Sur, 1 Oficina 2  
22005 - Huesca  
Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

SEBASTIÁN DARPA

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle Cruz del Sur 1, Oficina 3, 22005, Huesca

#### 03 - Sector. Actividad

Conferencias y formaciones de desarrollo personal y profesional y comunicación en público

#### 04 - Año comienzo actividad.

2015

#### 05 - Número de personas empleadas

1

#### 06 - Persona contacto

Pablo Sebastián Prada Contreras

#### 07 - E-mail contacto

[sd@sebastiandarpa.com](mailto:sd@sebastiandarpa.com)

#### 08.- Página web

[www.sebastiandarpa.com](http://www.sebastiandarpa.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**

Nuestro Plan de Responsabilidad Social se basa en:

- Área económica: En la actualidad solo tenemos una empleada a tiempo completo pero colaboran con nosotros otras personas autónomas para acciones concretas. En el año 2022 nuestro objetivo es contratar a otra persona.
- Área política: Para nosotros es importante hacer alianzas con las Administraciones Públicas para juntos llevar a cabo formaciones que contribuyan al bienestar personal y profesional de las personas.
- Área medioambiental: Muy comprometidos con el medio ambiente, de hecho no descartamos la posibilidad de escribir un libro sobre el cambio climático.
- Área social: Jornada laboral flexible con posibilidad de teletrabajo para conciliar la vida personal y profesional.
- Compromiso social: Realizamos Conferencias sin ánimo de lucro para recaudar fondos para Asociaciones y colaboramos con cuotas mensuales con Cruz Roja Española y con Acnur.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Si, por supuesto, cada persona o entidad puede aportar su granito de arena aunque sea con pequeñas acciones, cada uno dentro de su alcance.

**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 destina mensualmente una aportación económica para Acnur

**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**

Colaboramos con cuotas mensuales fijas con Cruz Roja Española y con Acnur. También

colaboramos con la ONG SUMUM en proyectos puntuales, el último que colaboramos fue para la construcción de Escuelas para niños sin recursos en África.

Tenemos total disposición para colaborar con las Asociaciones que nos contactan tanto para realizar Conferencias para el público en general y los fondos recaudados son para la Asociación como para realizar formaciones y Conferencias para los miembros de la Asociación.

Contribuir con acciones benéficas y de mejora del medio ambiente forman parte de nuestro propósito como empresa.

### **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**

Si los tenemos identificados e intentamos mantener una comunicación fluida con ellos, sobre todo para nosotros es muy importante mantener una relación en el tiempo con nuestros clientes (alumnos) interesándonos por su bienestar.

**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**

Unos días antes de realizar una formación nos ponemos en contacto con los alumnos para preguntarles acerca de sus expectativas con el curso y una vez finalizado les entregamos un cuestionario para comprobar que se han cumplido esos objetivos iniciales. Y más allá de la formación mantenemos relación con ellos mediante grupos de whatsapp donde los alumnos van contando sus evidencias.

Por supuesto escuchamos cuando nuestros clientes nos solicitan alguna formación sobre algún tema específico relacionado con nuestro campo que es el desarrollo personal y profesional.

### **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**

Si, existe un documento y se comentan con la empleada las pautas de actuación de la empresa.

**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**

Si, es fundamental este apartado. Nuestro propósito es aportar herramientas y técnicas de desarrollo personal para que las personas alcancen bienestar en sus vidas y aportar nuestro granito de arena en causas benéficas.

Nuestros valores son la contribución, la honestidad, el compromiso y la humildad.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

### **9.1. Información adicional**

#### **RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD:**

- El año pasado creamos un curso online de crecimiento personal para niños y niñas titulado "ÉRASE UNA VEZ" formulado a través de Historias y cuentos con grandes aprendizajes para la vida para que ya desde pequeños cultiven su mundo interior.
- Este año vamos a llevar a cabo un proyecto dirigido a padres y madres de hijos adolescentes y también a los adolescentes para concientizarles de los problemas que está acarreando el uso abusivo del móvil y de las redes sociales. Estamos muy compromidos con el bienestar de los adolescentes ya que hemos detectado que cada vez son personas más jóvenes las que sufren de vacío existencial.
- Nuestras formaciones y Conferencias en general van dirigidas a mejorar el bienestar de las personas, organizaciones o empresas.
- Colaboramos con Asociaciones sin ánimo de lucro para ayudar a los colectivos más necesitados.

#### **CONCILIACIÓN VIDA FAMILIAR:**

- Horario de jornada laboral flexible con posibilidad de teletrabajar desde casa.
- Jornadas de formación dentro del horario laboral.

#### **MEDIO AMBIENTE:**

- No impresión de los documentos al no ser que sea imprescindible.
- Uso de papel reciclado.
- No uso de vasos de plásticos en nuestras formaciones.
- Gestión eficiente de los recursos energéticos en la oficina.
- Trabajamos con proveedores que tengan en cuenta el medio ambiente.
- Contamos con cubos de reciclaje en la oficina.
- En nuestras formaciones y conferencias se habla acerca de la importancia de cuidar el medio ambiente.

### **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**

Se establecen los objetivos y nos ocupamos de cumplirlos

## **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**

Antes de realizar una formación realizamos un zoom con cada alumno/a para preguntarles acerca de sus expectativas con la formación y cuando la finalizamos se les entrega un cuestionario a cada alumno/a para que respondan sobre su opinión acerca de la formación y esto nos sirve a nosotros también para detectar posibles puntos de mejora.

En cuanto a los infoproductos (cursos online) disponemos de una plataforma para que los alumnos nos dejen sus comentarios y los atendemos con la mayor brevedad.

Todos nuestros clientes (alumnos) tienen a su disposición una dirección de correo electrónico, un teléfono y un whatsapp para que les resulte muy fácil la comunicación con nosotros, además de revisar si nos envian mensajes a través de nuestras redes sociales.

#### **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 su implantación

### **12.1. Información adicional**

Además de los cuestionarios que se entregan a los alumnos/as después de cada formación mantenemos comunicación con ellos mediante los grupos de whatsapp y también llevamos a cabo reuniones con ellos para interesarnos cómo se encuentran.,

En el caso de los infoproductos (cursos online) nos ponemos en contacto con nuestros clientes vía whatsapp para preguntarles si necesitan apoyo y cuál es su grado de satisfacción con nuestro curso.

Además nuestros clientes pueden evaluarnos en Google y en nuestras redes sociales.

## **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

### **13.1. Información adicional**

Por supuesto, creamos nuevos cursos y conferencias según contrastamos las necesidades de la Sociedad, como ejemplo el proyecto que vamos a iniciar para concientizar a los padres y madres y a los adolescentes de la problemática actual del uso abusivo del móvil y de las redes sociales.

## **Calidad de los productos y servicios**

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

### **14.1. Información adicional**

Cuando preparamos una formación tenemos en cuenta los aspectos sociales que están aconteciendo en la sociedad para tenerlos muy en cuenta en el contenido de los cursos

### **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**

Cuando realizamos cursos presenciales, al finalizar les entregamos un cuestionario de satisfacción y posteriormente mantenemos comunicación con ellos/as vía whatsapp o teléfono , nos preocupamos de que cada alumno consiga los resultados que espera.

En el caso de los cursos online disponemos de una plataforma donde los alumnos nos comentan sus dudas o sugerencias y las atendemos con brevedad.

En nuestra página web y en nuestras redes sociales nuestros clientes disponen de un mail, un teléfono y un whatsapp para comunicarse con nosotros.

## **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**

Cada vez que publicitamos un curso o conferencia tanto online como presencial realizamos una página web específica donde se detallan el programa de la formación, la biografía del formador, los objetivos de la formación, el título que obtendrá el alumno, aval de la formación, precio, formas de pago, metodología, lugar, horarios, fechas, etc, etc.

## PERSONAS EMPLEADAS

### Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

##### 17.1. Información adicional

Solo hay una empleada y estamos en continua comunicación con ella, se le pregunta por su estado de satisfacción y ella tiene confianza plena para sugerir mejoras o peticiones.

### 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)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

##### 18.1. Información adicional.

La empresa está muy comprometida con la igualdad de oportunidades y no discriminación, de hecho hemos realizado varias formaciones promovidas por la Cruz Roja Española en la provincia de Huesca para concientizar a los empresarios en estos aspectos.

En este momento solo hay una empleada pero en el futuro para nuevas incorporaciones tendremos en cuenta la igualdad de oportunidades sin discriminación alguna por raza, sexo, religión, origen étnico, orientación sexual, edad, discapacidad, etc.

### 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.

Flexibilidad horaria y posibilidad de teletrabajo.

### 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.**

Se le pregunta a la empleada en qué ámbito le gustaría recibir formación y se le invita a asistir como alumna a los cursos de desarrollo personal y de comunicación que lleva a cabo 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 empleada asiste a las formaciones de gestión emocional y de habilidades en comunicación que imparte el Ceo 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.**

Cada año viene a la empresa una persona de la empresa Maz Prevención para comprobar que se cumplen las condiciones idóneas para el bienestar de la empleada

### **PROVEEDORES**

#### **Compras responsables**

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

#### **23.1. Información adicional.**

Nuestra empresa se dedica a impartir formaciones (servicios). Los únicos productos que vendemos son los libros escritos por el Ceo Sebastián Darpa y nos aseguramos que la editorial que los imprime cumple con las normativas medioambientales

#### **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.**

Tenemos muy en cuenta favorecer al comercio local

## 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.

Colaboramos con cuotas mensuales con Cruz Roja Española y Acnur y puntualmente para el desarrollo de proyectos con la Ong Sunum.

Y realizamos Conferencias y talleres para las Asociaciones locales , nacionales e internacionales que nos lo solicitan para recaudar fondos para la Asociación o bien para darles visibilidad y que más personas colaboren.

### 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.

Nuestro propósito como empresa es aportar nuestro granito de arena para contribuir a construir un mundo mejor y que las personas tengan un mayor bienestar.

Como hemos comentado en el punto anterior siempre estamos dispuestos a colaborar con las Asociaciones sin ánimo de lucro que soliciten nuestro apoyo mediante la realización de Conferencias o talleres tanto para los integrantes y usuarios de la Asociación como destinadas al público en general para recaudar fondos y darles visibilidad e incluso nosotros mismos ofrecemos nuestro apoyo a las Asociaciones locales.

### 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

En muchas ocasiones es la propia empleada la que plantea la iniciativa de apoyar a

determinadas Asociaciones locales con nuestros servicios de forma desinteresada ya que ella está perfectamente alineada con los valores y el propósito de la empresa y ofrece toda su dedicación para que los proyectos se lleven a cabo.

## **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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **28.1. Información adicional**

Compartimos activamente a través de nuestras redes sociales las causas sociales en las que participamos para que se unan a la causa el mayor número de personas posibles y se evalúa el impacto y se lo comunicamos también a la prensa local.

## **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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

#### **29.1. Información adicional.**

Las medidas que llevamos a cabo para reducir el impacto ambiental son los siguientes:

- No impresión de documentos si no es estrictamente necesario.
- Reutilización de papel para más usos.
- Uso de cubos de reciclaje y de pilas.
- Gestión eficiente de los recursos energéticos en la oficina y en las distintas instalaciones donde llevamos a cabo las Conferencias y formaciones.
- No usamos vasos de plástico ni en la oficina ni en nuestras formaciones.
- Los proveedores con los que trabajamos nos aseguramos que cumplan con los estándares de medio ambiente.

### **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.

#### **30.1. Información adicional.**

Solemos compartir vídeos en nuestros redes sociales sobre la importancia del cambio climático y sus consecuencias y en nuestras Conferencias y formaciones es muy usual hacer referencia a esta problemática.

## Economía circular

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### 31.1. Información adicional

En la oficina compramos folios reciclados y los reutilizamos por ambas caras antes de deshecharlos.

## 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 exclusivamente a grupos de interés implicados

#### 32.1. Información adicional

Como hemos comunicado en el punto anterior cuando buscábamos un centro de trabajo en Huesca nos aseguramos que tuviera muchas ventanas por las que entra luz solar y así reducir el consumo de energía, utilizamos bombillas led y reciclamos, nuestra empleada es consciente del compromiso.

Como también hemos indicado en un punto anterior en nuestras Conferencias y formaciones es muy usual hacer referencia a la importancia de cuidar el medio ambiente.

En el curso online de crecimiento personal que creamos para niños y niñas hay una lección específica sobre la importancia de cuidar el medio ambiente para que lo aprendan desde pequeños/as.

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

9

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

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

Nuestro propósito como empresa es sin duda mejorar el bienestar de las personas y todas nuestras formaciones y Conferencias tienen ese objetivo. Nuestra mayor satisfacción es ayudar a personas que no tienen recursos para mejorar su calidad, estamos orgullosos de nuestro compromiso con la Sociedad.

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

Quizás disponer de más tiempo para contactar con más Asociaciones y causas para prestarles nuestros servicios de forma desinteresada.

## **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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.