

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ARAGÓN DIGITAL, S.L.L. - Grupo Aragón Digital.**  
CIF: B50859818  
Castro Mendez Nuñez 13 local  
50003 - ZARAGOZA  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

ARAGON DIGITAL, S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

CI Méndez Núñez nº13 local, CP 50.003, Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Pertenece al sector servicios, siendo en la actualidad las principales líneas de actuación, el servicio de documentación para clientes y desarrollos y aplicaciones informáticas.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2.000

#### 05 - Número de personas empleadas

15 empleados por cuenta ajena más 1 autónomo

#### 06 - Persona contacto

DAVID SÁNCHEZ

#### 07 - E-mail contacto

rrhh@aragondigital.es

#### 08.- Página web

www.grupoaragondigital.es

### 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)**

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

### **1.1 Información adicional**

Los servicios que ofrecemos al estar basados en la tecnología y la información, se ven muy afectados por todos estos factores en el corto plazo ya que los cambios afectan en el día a día de la organización.

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

No

#### **2.1. Información adicional**

En algunos aspectos, una PYME puede aportar lo que esté a su alcance pero no puede hacerlo por sí sola sobre todos estos factores.

Para cambios políticos por ejemplo, hace falta una unión más fuerte, una única PYME no puede trabajar a ese nivel. Para otros, puede hacer pequeños cambios dentro de su propia organización pero que por sí solos, no van a trascender más allá de la propia empresa.

En esta línea, tanto nuestra empresa matriz como las empresas participadas, están adheridas a asociaciones y organizaciones tanto generales como sectoriales convencidos de que la unión hace la fuerza.

## **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 incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

#### **3.1. Información adicional**

Desde nuestra compañía tratamos de integrar en nuestra estrategia los retos sociales, ambientales y económicos tanto para ayudar a conformar una sociedad más madura y responsable como para ayudar a nuestros clientes a comunicar y desarrollar sus estrategias económicas, sociales y ambientales de forma que redunde en beneficio de la sociedad.

### **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**

La enorme variabilidad en nuestra facturación (aunque mitigada por la pluralidad de fuentes de ingresos), no aconseja el destino de partidas fijas, más allá de los gastos que tenemos muy definidos, fundamentalmente nuestro personal, auténtico garante de nuestra permanencia en un mercado muy complejo y volátil.

## **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**

Le damos tanta importancia a las relaciones con todos nuestros stakeholders que una planta completa de nuestro edificio, está dedicada a la organización de eventos, reuniones con ellos, y hay personal tanto de Dirección como del Departamento de Proyectos cuya dedicación principal es mantener esos contactos permanentemente.

**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**

Además de los obligados certificados de satisfacción por nuestros servicios, que ampliamos más allá de lo que la legislación exige, mantenemos comunicación permanente tanto telefónica como escrita, para hacer seguimiento de la satisfacción en todos los ámbitos de nuestros servicios y/o relaciones con los grupos de interés, que en nuestro caso son muy variados.

## **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**

Además, para una comunicación transparente, en la Intranet hay un espacio dedicado a normas de actuación, de este modo puede ser consultado por cualquier empleado.

**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**

Al ser una empresa de pequeñas dimensiones, es posible transmitir esta cultura de empresa a cada empleado tanto en el momento de su incorporación como los primeros días mientras va conociendo el funcionamiento de la empresa.

## **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**

Desde nuestro nacimiento hace 16 años, hemos ido adoptando acciones en este campo, tanto por iniciativa propia como de terceros, aunque no se han plasmado en un documento.

**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**

No tenemos estandarizadas las acciones de responsabilidad social que se realizan en la empresa, pero se llevan a cabo desde el comienzo de su actividad.

Aragón Digital ha firmado en mayo de 2022 con Unicef un convenio de colaboración cuyo objetivo es proteger a la infancia y promover los derechos de millones de niños que forman este colectivo. Dicha firma tuvo lugar en la sede de las Cortes de Aragón con el presidente de Unicef Comité Español, Gustavo Suárez. Y es que más de 14.000 niños mueren al día en todo el mundo por consecuencias evitables y, en nuestro país, afecta especialmente la pobreza infantil, que sufren cerca de un 27% de niños y jóvenes españoles.

**CLIENTES**

**Satisfacción de cliente**

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

**11.1. Información adicional**

En alguna ocasión se han realizado encuestas a los clientes, pero actualmente, el volumen que tenemos nos permite tener un trato cercano con cada uno de ellos, pudiendo saber directamente cual es su impresión sobre el trabajo que hemos desempeñado. Teniendo en cuenta el feedback recibido.

Una vez finalizado el trabajo, se mantienen reuniones para conocer sus impresiones, conociendo de este modo y de primera mano, cual es la valoración de nuestro trabajo.

**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**

Es el indicador más importante para que vuelva a dirigirse a nosotros para un nuevo trabajo. Por lo tanto, los comentarios que nos trasladan una vez finalizado un trabajo, son

tenidos en cuenta así como las mejoras o cambios que nos puedan sugerir.

### **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**

En nuestro sector no somos capaces de planificar hacia donde se dirigen los mercados en los que operamos, por eso, aunque estamos en un proceso de innovación continua tanto en productos como en servicios pero adaptándolos en algunos casos en tiempo real, a las modificaciones que se producen en los entornos mediáticos y tecnológicos en los que operamos.

La adaptación es continua y hemos comprobado en los más de 3 lustros de actividad que la mayor parte de los estudios, análisis y previsiones de organizaciones gubernamentales, organizaciones, grandes empresas y gurús de variado pelaje, no se han cumplido.

### **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**

Llevamos a cabo el servicio en continuo contacto con el cliente para que conozca de primera mano el resultado en cuanto a imagen del servicio que nos ha contratado, al ser una empresa que presta servicios en comunicación es imprescindible el contacto con nuestros clientes para conseguir resultado de calidad y contribuir a la difusión y promoción de las actividades de nuestros clientes entre los públicos de su interés.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

##### **15.1. Información adicional**

Nuestro servicio es de atención al cliente más que post venta. Se trata de manera individualizada con cada cliente dado que operamos en el ámbito fundamentalmente regional ofreciendo productos y servicios para grandes empresas e Instituciones.

### **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**

El servicio que se ofrece a cada cliente es adaptado a sus necesidades concretas. Por lo tanto, se requiere de una comunicación continua y muy detallada tanto de lo que el cliente espera de nosotros como al revés.. De este modo, se pueden corregir desviaciones antes de la entrega final.

En cuanto a los servicios, dada la trascendencia pública de muchos de ellos, advertimos de los riesgos fundamentalmente reputacionales que pueden acarrear el desarrollo de alguno de ellos, por ejemplo, la organización de una rueda de prensa en medio de una crisis.

## **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**

Por el tamaño de la empresa, es posible un trato directo y cercano con cada empleado, por lo que se trata con cada uno de ellos de manera personalizada.

Nuestra organización es muy horizontal y los perfiles profesionales y académicos de los empleados muy similares.

Se fomenta la comunicación directa en todas las direcciones con la que expresar cualquier motivo de insatisfacción o propuesta de mejora en cualquiera de los múltiples aspectos de la relaciones laborales.

En nuestras nuevas instalaciones hemos multiplicado por 4 el tamaño de la zona común de los trabajadores para que la puedan utilizar además de como office, de zona de descanso y fomentar las relaciones entre compañeros. Además las nuevas oficinas nos han permitido cambiar de un centro de trabajo vertical a un centro horizontal, con zonas diáfanas que nos ha permitido mejorar la comunicación y el trabajo en 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)?**

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.**

Disponemos de un protocolo de prevención y actuación frente al acoso sexual y acoso por razón de sexo, así como formación en este ámbito para todos los trabajadores de la empresa .

Más mujeres que hombres en la organización.. Hay presencia de mujeres en altos cargos igual que masculina.

Política retributiva basada en antigüedad y en la categoría profesional, independientemente

de que el puesto sea ocupado por un hombre o una mujer.

Incorporación de profesionales de otras nacionalidades con las mismas garantías que el resto de la plantilla.

Solo valoramos su capacitación para desempeñar el puesto, lo que la práctica y dado el sector en el que fundamentalmente operamos, medios de comunicación ocupados por titulados universitarios, hace que nuestra plantilla femenina sea superior a la masculina.

Cuando surge un puesto para cubrir, se busca el candidato más adecuado a la evaluación del puesto, independientemente de su sexo o religión.

Actualmente trabajando en el desarrollo de un Plan de Igualdad.

## **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.**

En política retributiva, ofrecemos la posibilidad de adherirse al plan de retribución flexible, por el que pueden pagar las guarderías de sus hijos menores de 3 años a través de la empresa, obteniendo beneficios fiscales al finalizar el año.

Se facilita el horario flexible para empleados que tienen que atender a familiares.

Se facilitan las reducciones de jornada, adaptando el horario a la necesidad del empleado.

Facilitamos el desarrollo profesional para aquellos empleados que quieren continuar sus estudios, permitiendo la asistencia incluso en horario laboral.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla planteando sus necesidades y propuestas formativas

#### **20.1. Información adicional.**

Se valora con los jefes y responsables de cada departamento, las necesidades formativas detectadas y se realizan actividades formativas cada año.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

#### **21.1. Información adicional.**

Llevamos acabo acciones formativas para nuestros trabajadores colaborando con la Fundación 2100 y el INAEM, realizando formación tanto presencial como a distancia para mejorar las competencias técnicas de nuestros trabajadores. También informamos a nuestros trabajadores sobre cursos de formación que pese a no estar directamente relacionados con su puesto de trabajo les puedan resultar interesantes a la hora de aprender nuevas habilidades. Utilizamos también plataformas formativas especializadas para formación digital y nuevos medios ofreciendo a nuestros trabajadores cursos formativos específicos de forma más individualizada

## **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.**

También colaboramos con nuestra Mutua y servicio de prevención de MAZ, para llevar a cabo formaciones en materia de riesgos laborales para nuestros trabajadores así como mejoras en cuestiones relacionadas con la ergonomía y mejoras de puestos de los trabajadores.

## **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.**

En la medida de lo posible nuestros proveedores son empresas de proximidad y pequeño comercio local, tratamos de comprar en pymes y micropymes poniendo en valor el tejido empresarial de nuestra ciudad. Somos socios de la Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia, y participamos de sus servicios y actividades tratando de promover y defender la unidad e integración de los comerciantes y empresas de servicios.

### **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.**

Formamos parte de la Federación de Empresarios de Comercio y Servicios de Zaragoza y Provincia, tratamos de propiciar el fomento y desarrollo económico de Zaragoza y su Provincia, impulsando su progreso, apoyando a las pymes y micropymes de la ciudad y participando en acciones para la formación, promoción y perfeccionamiento de los asociados y de sus trabajadores,

### **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 sin planificación específica

#### **25.1. Información adicional.**

Fundamentalmente, hasta la fecha, nuestra manera de colaborar es dando difusión sin coste, a determinados proyectos solidarios como pueden ser actos organizados por Fundaciones, Asociaciones... sabemos que es muy importante que tengan la mayor difusión posible para que terminen siendo acciones exitosas, y dado que está en nuestras manos colaborar con ello, lo hacemos en numerosas ocasiones cada año, también contemplamos acciones de patrocinio, mecenazgo y donaciones puntuales a ONGs y organizaciones de relevancia con motivo de campañas puntuales que las mismas puedan realizar.

La empresa tiene actualmente apadrinada una niña del tercer mundo y mantiene relaciones permanentes con distintas organizaciones

En el ámbito formativo colaboración con Universidades y centros de formación.

No realizamos una previsión anual del coste ya que se va colaborando conforme surgen iniciativas. No hay una partida destinada a ello, pero sí que repercute en coste por el tiempo de distintos empleados dedicado a cubrir estos actos, además de la colaboración económica en momentos puntuales.

Hemos incrementado la publicación de noticias relacionadas con la RSC y ampliado nuestras colaboraciones en materia formativa con las universidades, así como tratar de dar visibilidad a proyectos de inclusión social llevado a cabo por entidades del tercer sector.

Atendemos muchas campañas puntuales como por ejemplo la recogida de tapones de plástico, utilizados para la recolecta de dinero y ayudar económicamente a familias que no pueden hacer frente a algún tratamiento de salud. Es conocido por toda la plantilla para poder colaborar con su recogida.

#### **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?**

No, no están unidos con el negocio

#### **26.1. Información adicional.**

Colaboramos con diferentes proyectos, con distintos fines. Se realizan por colaboración, no porque reporten un beneficio a la estrategia de la empresa.

### **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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

#### **27.1. Información adicional**

Como hemos comentado, nuestra principal manera de colaborar es dar difusión a determinadas actuaciones. Por lo tanto, los empleados están al corriente, tanto si van a realizar una entrevista, como si se va a realizar una grabación de la presentación de un proyecto.. Se sabe que es por colaboración desinteresada.

Muchas de estas acciones además, las publicamos tanto internamente en la Intranet, como externamente en la web corporativa, para animar con el ejemplo acciones similares, a nuestros clientes. En muchos casos, se han sumado a algunas de las iniciativas encabezadas por nosotros.

### **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**

Se comunican y fomentan algunas prácticas realizadas por nuestra empresa a través de los medios de comunicación tanto propios como ajenos y de nuestra web corporativa, con todo, evitamos ser protagonistas de las acciones que en este campo desarrollamos, dando una difusión justa o cediendo protagonismo a las entidades con las que colaboramos en estos ámbitos.

## **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.**

Somos un medio digital, por lo tanto, se intenta hacer el menor uso posible de papel. Reciclando todo lo que es posible y realizando un óptimo aprovechamiento de él. Hemos digitalizado la mayor parte de la documentación que generamos para reducir al máximo el papel consumido así como el espacio que ocupa el archivo.

Control monitorizado de nuestra climatización, disponemos de un sistema de aerotermia de última generación y máxima eficiencia energética, que nos permite sectorizar la climatización para que solo se utilice si es necesario. Seguimos con la minimización de residuos mediante el uso de contenedores para la separación de residuos y una persona de nuestra organización responsable de que dichos residuos vayan a parar al contenedor adecuado), viajes continuados al punto limpio y acciones similares encaminadas a la consecución del objetivo vertido cero.

### **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.**

Hemos trasladado nuestras instalaciones a una nueva sede totalmente reformada con sistemas de climatización de última generación tanto a nivel de eficiencia energética como para la prevención del COVID y otros virus con lo que supone de mejora para la salud y el entorno de nuestros trabajadores. Todo el sistema de iluminación es led y esta completamente aislada tanto térmica como acústicamente con lo que conseguiremos reducir nuestro consumo y huella de carbono. Durante el acondicionamiento de las instalaciones han aparecido restos del año 1583, los cuales estaban ocultos. Se han recuperado e integrado en las nuevas oficinas para que estén a la vista de cualquier visitante y puestas en valor mediante mapas y explicaciones de la historia del edificio del que provienen. Existen contenedores de reciclaje en todas las zonas para la recogida selectiva de papel, plástico y vidrio y se incentiva entre el personal su uso diario.

### **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**

Existen contenedores de reciclaje en todas las zonas para la recogida selectiva de papel, plástico y vidrio y se incentiva entre el personal su uso diario. Así como generar la menor cantidad de residuo posible.

### **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**

Las medidas destinadas al ahorro energético se trasladan tanto a la plantilla como a los usuarios esporádicos de nuestras instalaciones, y a clientes y proveedores que operan en el ámbito energético para que nos propongan medidas de mejora. En nuestro medio colaboramos también con entidades dedicadas a la divulgación de información y campañas sobre las mejoras y el impacto medioambiental que tenemos los ciudadanos.

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

### **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?**

Nuestra capacidad para comunicar y ser ejemplo en este campo, para organizaciones importantes y generadores de opinión.

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

Hemos trasladado nuestras instalaciones a unas nuevas oficinas y hemos mejorado nuestro consumo energético, y térmico que era uno de nuestros mayores problemas en nuestras antiguas oficinas.

### **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 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 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.