

RSA - AUTONOMOS-AS

Empresa evaluada

José Antonio ANGULO MAIRAL - POSITILIFE

CIF:18038555T

P.T. Walqa, Edif. Servicios Generales, Ofic. 27,

Ctra. Zgz, Km 566

22197 - Cuarte

Huesca

DATOS DE LA EMPRESA

01 - Denominación de la organización

Positilife

(Social Inspiring Experiences, www.positilife.com)

02 - Dirección - CP - POBLACION

Parque Tecnológico Walqa

Edificio de Servicios Generales, oficina 27.

Ctra. Zaragoza N-330a, km. 566.

CP 22197. Cuarte. Huesca. España

03 - Sector. Actividad

Startup.

Comunidad online con un código ético asumido y defendido por todos los/las miembros.

Micro red social.

Publicidad de marcas, productos y servicios afiliados patrocinadores de Positilife

Estudios de mercado e informes de marketing (microsegmentación).

04 - Año comienzo actividad.

Finales de 2019.

Llevo desde enero de 2018 dedicado en exclusiva al proyecto (de hecho dejé mi trabajo para poder centrar mi foco en Positilife), y actualmente estamos acabando de desarrollar la plataforma www.positilife.com y la versión app para las plataformas Google Play y App Store (nota: estamos realizando los últimos ajustes y personalizaciones del sistema, así como los últimos test de funcionamiento de la versión Beta, en previsión de que podamos lanzar al mercado la primera versión de Positilife lo más completa y eficiente posible este próximo mes de octubre-noviembre, dando de alta en ese momento tanto la actividad mercantil como mi persona en el régimen de autónomos de la Seguridad Social. :)

Paralelamente, estamos trabajando en la planificación y ejecución de la estrategia de marketing para dicho lanzamiento, a cuyo acto principal por supuesto invitaremos al IAF agradecidos por su apoyo en estos dos años de duro trabajo y dedicación.

05 - Persona de contacto

José Antonio Angulo Mairal

06 - e-mail contacto:

info@positilife.com

07.- Página web

www.positilife.com

(nota: Actualmente [17-09-2019] está en "modo mantenimiento" por lo que no se puede visualizar el Front-end sin el código de acceso, que por supuesto se lo podemos ceder a la evaluación de este cuestionario para que la comprueben; nos lo pueden solicitar por e-mail, con su compromiso de guardar la confidencialidad ;) Como he comentado antes, estamos acabando de resolver las incidencias técnicas y personalizaciones de la plataforma con nuestros colaboradores especialistas en esta tecnología (la empresa India "<https://www.bigstep.tech.com/company/about-bigstep>", y la previsión es que este mes de octubre-noviembre esté todo el Producto Mínimo Viable operativo, incluyendo a su vez la versión app para las dos plataformas del mercado, dónde ya estamos registrados como desarrolladores de aplicaciones).

El proyecto está costando más tiempo del inicialmente previsto para su desarrollo técnico, y en consecuencia también se ha retrasado un año su puesta de largo comercial pero estamos convencidos de que va a gustar mucho a los usuarios y que a su vez va a resultar de mucha utilidad pública.

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, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1. Información adicional.

Todas los seres humanos tenemos un punto en común, algo que por encima de todo nos demuestra que somos iguales, y es que todos, de un modo u otro, aspiramos a ser felices. Positilife® es la Comunidad online de las personas felices, una micro-red social focalizada en las actitudes mentales positivas y el optimismo inteligente.

Se trata de una plataforma que regresa a la esencia y origen de las redes sociales, dónde lo verdaderamente importante son las personas y sus relaciones-interacciones en base a intereses comunes.

Su foco se materializa en las experiencias y emociones positivas, apoyándose en los preceptos de la psicología positiva, y se posiciona como la red social de las emociones y el positivismo: Vive ? Siente ? Comparte!. Nuestro lema es rotundo y esclarecedor: ?Sonríe, disfruta, y agradece las cosas buenas que tiene la vida?.

Positilife: Personas ? Experiencias ? Emociones (eslogan)

Reiteramos nuestro ofrecimiento para mostrarle la plataforma a la evaluación de este cuestionario, contando con su compromiso de confidencialidad. ;)

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

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

Sin respuesta

2.1.- Información adicional.

Sin respuesta

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

3.1. Información adicional.

Desde los orígenes, el compromiso personal de Josan Angulo implica destinar el 3% de los beneficios a causas sociales, apoyando programas y actividades conjuntas con entidades como Aspace, Atades, Hermanos de la Cruz Blanca, etc. Este compromiso se va a plasmar en los propios estatutos de la futura sociedad mercantil que está previsto crearla después de validar el interés del mercado con el Producto Mínimo Viable (primera versión comercial) de Positilife.

Cómo se ha expuesto, en ese momento se identificarán y detallarán los compromisos de la empresa para apoyar y patrocinar proyectos de apoyo a colectivos desfavorecidos que resulten acordes con la filosofía y código ético de Positilife, así como los indicadores necesarios para comprobar la idoneidad y el impacto de los mismos.

A medio y largo plazo se prevé crear la Fundación Positilife para focalizar y gestionar desde la misma el apoyo a personas desfavorecidas que precisan de apoyo para vivir experiencias inspiradoras y emociones positivas. Se ha registrado ya el dominio www.positilife.org para albergar la web de dicha fundación, a la cual se invitará a participar a los partners y empresas afiliadas a la comunidad Positilife tanto para gestionar sus donaciones como para colaborar en su implementación.

Entre las diferentes medidas de RSC que ya están contemplando, se estima como fundamental el colaborar con los futuros empleados de Positilife de modo que al menos 4 horas mensuales de su jornada laboral la dediquen a causas sociales/solidarias acordadas con la empresa, sin perjuicio de que voluntariamente decidan dedicar más tiempo y

recursos personales en su tiempo libre de forma complementaria.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

4 - Tiene identificados 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 y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

4.1. Comentarios

Estamos identificando a todos nuestros stakeholders al mismo tiempo que elaboramos y planificamos la estrategia de marketing de Positilife junto con la empresa colaboradora especialista contratada.

Dado el carácter especial del proyecto, fundamentado en los parabienes de la psicología positiva y el optimismo inteligente, se prevé que el número de stakeholders resultará muy elevado, por lo que este pilar del proyecto Positilife será muy importante tanto para cumplir los objetivos de RSC como para impulsar los fines y visión misma de Positilife.

5 - ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

5.1. Comentarios

Las estamos identificando paso a paso, con detenimiento y paciencia, y una vez que tengamos implementado y presentada al público la plataforma Positilife, será cuándo las podremos concretar con máxima definición para valorar nuestra interacción positiva y las sinergias a generar con nuestros stakeholders para hacer de este mundo un lugar más positivo, optimista y feliz, conforme a la visión y misión de Positilife.

Gobierno

6 - ¿Sigue en su negocio algunas normas de actuación, pautas de comportamiento o código de conducta?

Existe un código de conducta que se revisa periódicamente

6.1. Comentarios

El código ético de Positilife es de obligado cumplimiento para todos los usuarios. Han de aceptarlo expresamente a la hora de registrarse como nuevos usuarios de la plataforma, y se detalla con gran importancia al mismo nivel que las "Condiciones del Servicio".

Puede consultarse al completo en este apartado de la plataforma:
<https://www.positilife.com/help/terms>

Nota: cómo ya se ha indicado, el acceso actual a la plataforma está restringido hasta que tengamos contrastados todos los plugins, funcionalidades y test, y podamos presentar-lanzar el proyecto al mercado.

Pero las personas que evalúan este cuestionario pueden solicitarnos por email el código de acceso, que gustosamente les indicaremos tras confirmar su compromiso de confidencialidad.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estoy actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

7.1. - Comentarios

Al estar en un momento muy primario de la actividad (puesta en marcha del Producto Mínimo Viable), estamos en una fase de diseño y planificación de la política de RSA, que pensamos integrar poco a poco y de forma progresiva desde la puesta de largo del proyecto.

Se ha sondeado a un consultor especializado que ya ha colaborado en el diseño y puesta en marcha de políticas de RSA a otras empresas y que conoce los orígenes y planteamientos iniciales de Positilife, y cuándo el PMV funcione y permita iniciar la versión definitiva del negocio, se contratará sus servicios para definir, concretar e implementar la política de RSA de Positilife en su estrategia de desarrollo y expansión.

Se han mantenido los primeros contactos con personas que gestionan iniciativas sociales y proveedores especializados de Positilife en India, de modo que se prevé destinar allí parte de los recursos destinados a la RSA una vez el proyecto Positilife crezca y se materialice a nivel internacional.

El compromiso pasa por idear el Plan de Responsabilidad Social de Positilife al mismo tiempo que trabajamos e identificamos el plan y la estrategia de marketing, puesto que ambos están íntimamente relacionados y se complementan.

Para ello contamos con la asesoría y colaboración de una empresa especialista en marketing de pymes, con una sensibilidad especial hacia la responsabilidad social.

Asimismo, tal y como ya se ha indicado, una vez validado el PMV está prevista la constitución de una sociedad mercantil en cuyos estatutos queremos integrar las líneas maestras y los compromisos generales de nuestro Plan de Responsabilidad Social.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

8.1. - Comentarios

En esta primera fase de puesta en marcha del negocio y de planificación y puesta en marcha progresiva del Plan de Responsabilidad Social, creemos conveniente identificar y asumir tanto objetivos como indicadores generales.

Posteriormente -tal y como ya hemos expuesto anteriormente - , cuando vayamos

avanzando en la implementación y desarrollo del PRS y ganando experiencia, contamos con el compromiso en nuestra misión y valores para detallar y concretar al máximo posible los objetivos y sus sistemas de medición (indicadores), puesto que crearemos la Fundación Positilife y en ella se integrarán voluntariamente otras empresas colaboradores y clientes de Positilife que compartan estos valores de cara a impulsar una vida más feliz y positiva para los colectivos más desfavorecidos.

CLIENTES

Satisfacción de Clientes.

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

9.1. - Comentarios.

Tenemos dos niveles de clientes:

1) Usuarios de la comunidad online, a los que se les presta el uso de la plataforma-herramienta web/app de forma gratuita. Disponen de opciones desde la misma para denunciar prácticas ilícitas o que difieran del código ético suscrito por los usuarios al registrarse, y podrán remitir a su vez las propuestas de mejora del PMV por correo electrónico a la administración de la Comunidad, admin@positilife.com
También implementaremos encuestas online voluntarias de satisfacción con la plataforma, para poder recoger de este modo sus sugerencias y propuestas, y adaptarnos a las necesidades del mercado siendo pro-activos.

2) Empresas partners asociadas que se publicitarán con condiciones convenidas con Positilife, ofreciendo cupones descuentos a los usuarios de la Comunidad Positilife y aportando la correspondiente comisión de ventas afiliadas a la plataforma.
Dichas empresas serán consultadas regularmente desde Positilife sobre su grado de satisfacción con la propuesta publicitaria que se les oferta (según una estrategia WIN-WIN-WIN que no podemos detallar aquí), sobre la exclusividad que se les ofrecerá garantizándoles que su propuesta publicitaria no tendrá competencia en su sector, y sobre la re-negociación anual de las condiciones contractuales para adjudicar la prebenda de "partner estratégico de la Comunidad Positilife" de forma que se licite-negocie el espacio publicitario exclusivo de forma clara, transparente, y formal.
Al ser un número muy limitado, la relación con ellas resultará muy personalizada, por lo que en lugar de realizar encuestas se utilizarán otros métodos más personalizados del tipo "entrevistas en profundidad" para recibir el feed-back sobre su satisfacción , y poder tomar decisiones de ajuste de la estrategia en consecuencia.

Está previsto que, tras la consolidación del PMV y la puesta en marcha de la sociedad mercantil, los futuros contratos publicitarios incluirán la aportación y compromiso cuantificables de las empresas partners asociadas con la fundación Positilife y su política-planificación de proyectos de apoyo a colectivos desfavorecidos.

Este será uno de los criterios a considerar a la hora de seleccionar a las empresas anunciantes, que habrán de mostrar su afinidad con los valores de Positilife.

Calidad del servicio y Transparencia informativa.

10 - ¿Cómo realiza en su negocio la producción del producto o la prestación del servicio?

Sin respuesta

10.1. - Información adicional

Sin respuesta

11 - ¿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.

11.1.- Información adicional

Serán anuncios con links a las tiendas online de terceros, las empresas partners-patrocinadoras.

En estos anuncios se especificará obligatoriamente la condición - descuento ventajoso para los usuarios de la comunidad Positilife que desde ésta son prescritos para poder ser clientes preferenciales en los comercios de los anunciantes.

PERSONAS EMPLEADAS

Seguridad y salud.

12 - ¿Tiene implantados en su negocio mecanismos de salud y seguridad laboral?

Las obligaciones en prevención de riesgos se gestionan por una empresa especializada

12.1.- Información adicional

La parcela de seguridad y salud la vamos a contratar en una mutua especialista, aún sin tener obligación de ello, y contando que dispongo de los cursos básicos de prevención en oficinas realizados en un anterior trabajo por cuenta ajena.

Para nosotros, no sólo es cuestión de cumplir la normativa, sino que consideramos que nuestros futuros colaboradores-empleados habrán de estar muy a gusto en nuestra empresa, compartiendo nuestros valores y misión, y beneficiándose de las múltiples ventajas personales y emocionales del positivismo de Positilife.

La propia compañía en sí será un foco de buena salud para sus trabajadores y también para los usuarios en general, ya que está demostrado que el pensamiento y las emociones positivas mejoran y potencian el estado saludable en las personas.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Sin respuesta

13.1.- Información adicional

Sin respuesta

Clasificación y evaluación de proveedores

14 - ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

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

Se colabora en proyectos afines los valores con una planificación formal

15.1. Información adicional

Dentro de la estrategia de la empresa, cómo ya se ha especificado, está fijada una aportación anual mínima del 3% de los beneficios a causas sociales que se acuerden con entidades sociales del entorno en España (Atades, Aspace,..) a corto plazo, y ampliando a entidades y proyectos internacionales a medio-largo plazo, considerando la creación de la Fundación Positilife como vehículo instrumental para gestionar esta misión.

Tal y como se ha indicado anteriormente, los sistemas de evaluación y seguimiento de impactos de las acciones sociales de Positilife se definirán al diseñar e implementar la política en RSC en la estrategia de la empresa, que en un nivel general se define actualmente al concretar de modo paralelo la estrategia y plan de marketing, y que en un nivel ya cuantificable nos comprometemos a detallar y concretar con la suficiente intensidad una vez se haya validado el PMV y creamos el sociedad mercantil como cimientos del proyecto Positilife, desde la que implementaremos el plan de RSC y avanzaremos conforme vayamos adquiriendo experiencia.

Por otro lado, y de forma indirecta, el propio proyecto en sí mismo es un foco de mejora y proyección social; la actitud mental positiva y el optimismo acordado por sus usuarios al registrarse y adherirse al "código ético" de la Comunidad Positilife.

Las personas somos seres emocionales, y las emociones se contagian. Al centrarnos en emociones exclusivamente positivas, Positilife será un "foco de contagio de felicidad" entre los propios usuarios, de forma que seamos a la vez prescriptores y beneficiarios de la energía positiva que desprenden las experiencias personales positivas y emociones que se compartan y comenten en la plataforma.

Nuestro lema: "Sonríe, disfruta, y agradece las cosas buenas que tiene la vida!". :)

Comunicación y fomento de buenas prácticas

16 - ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social que desarrolla?

Se comunican las actividades y proyectos a través de la web y RRSS de forma sistemática

16.1. Información adicional

Además de la política de comunicación de Positilife (que será básica para darlo a conocer, con un mensaje claro y directo sobre su orientación social y de protagonismo de las personas frente a las plataformas de comunicación social) y el Plan de Marketing Operativo basado en los fundamentos de Marketing 3.0 y 4.0 de Kotler, Positilife habilitará específicamente la web www.positilife.org dónde se expondrá públicamente la política de RSA de la compañía, y se informará de las acciones y resultados llevados a cabo.

Esa misma web será la que albergará también la información detallada de la Fundación Positilife, los objetivos y retos que se plantean, y los compromisos de RSC de la futura sociedad mercantil que gestionará Positilife.

Por otro lado, tenemos el compromiso de que en todos los foros y reuniones dónde se invite a participar a Positilife para exponer su modelo de negocio y la visión-resultado del proyecto emprendedor, se informará específicamente de la política de RSA de la empresa, de sus objetivos, sus logros y sus expectativas futuras, puesto que están íntimamente ligados a la estrategia de desarrollo, visión y valores del propio proyecto.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

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

17.1. Información adicional.

Actualmente estamos instalados en el Coworking del Parque Tecnológico Walqa, por lo que la climatización no depende de las empresas aquí alojadas, aunque les pedimos que bajen el aire acondicionado o la calefacción si observamos que sus niveles exceden lo conveniente.

Por otro lado, se trata de minimizar el consumo de papel, priorizando los documentos digitalizados y el uso de la firma electrónica.

También utilizamos papel reciclado en los caso que resulte necesario realizar impresiones físicas.

Está previsto que una vez testado el PMV se incluyan las políticas de gestión medioambiental en la política de RSA de la empresa que se integrará en la propia estrategia.

Economía circular y comunicación

18 - ¿Conoce y aplica en su negocio los principios de economía circular?

Sin respuesta

18.1. Información adicional

Sin respuesta

19 - 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

19.1. Información adicional

Se integrará esta información en la política de comunicación y marketing de la empresa, dado que es incluyente y complementaria a los propios valores de Positilife.

Actualmente, tratamos de implementar las pequeñas mejoras que percibimos pueden contribuir a mejorar nuestro medio.

A modo de ejemplo, en todos los correos electrónicos de la empresa se incluye este pie de página:

"Antes de imprimir este e-mail piensa bien si es necesario hacerlo: el medio ambiente es cosa de todos".

Conforme se instaure la política de RSA en la estrategia de la empresa en próximos meses -una vez testado y validado el PMV, como ya se ha indicado-, se planificarán y pondrán en marcha nuevas medidas de comunicación, y la gestión ambiental formará parte de las mismas.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

20 - 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 - Gestionar con ejemplaridad
- 2 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunidad Local
- 3 - Ser un negocio rentable y sostenible en el tiempo
- 4 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 5 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 6 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 7 - Poner en práctica medidas responsables en la gestión de Recursos Humanos
- 8 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
- 9 - Capacitación y desarrollo profesional
- 10 - Disponer de presupuesto

Valoración Global

21 - ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

5

Puntos fuertes y áreas de Mejora

22 - ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La propia visión de Positilife, que tanto directa como indirectamente va a fomentar las emociones positivas y las actitudes mentales optimistas, así como su contagio y difusión comunitaria en aras de la felicidad individual y colectiva. Está demostrado que la visión y actitud mental positiva mejora la salud de las personas, y el ánimo positivo y feliz refuerza y multiplica nuestra calidad de vida percibida.

Reiterar que las necesidades y soluciones que ofrece Positilife se focalizan en dos stakeholders principales:

- A los usuarios: Las personas somos seres emocionales, y las emociones son lo que hacen mover el mundo. Positilife es una comunidad que les facilita interactuar con otras personas y comunicar al mundo aquellas experiencias inspiradoras que les producen emociones positivas -haciéndolas de este modo memorables-, en un contexto de pertenencia a esta comunidad online regida por un código ético del que ellas mismas son garantes. Les permite conocer nuevas experiencias en las temáticas que resulten de su interés, inspirarse y emular las experiencias de otros usuarios que les resuenen en sus corazones, así como disfrutar de ventajas como miembros de la comunidad en la interacción con empresas-partners afiliadas que les ofrecerán cupones descuento para que puedan contratar los productos y servicios que les permitan vivir sus propias experiencias evocando aquellas que han valorado de la comunidad. Serán ellas mismas las que tendrán el control de sus contenidos, sin bots ni algoritmos que les impidan contrastar sus temáticas de interés (categorías de emociones seleccionadas por cada usuario) en el ámbito geográfico que definan (entorno y kms de distancia a su posición).

- A las empresas afiliadas: Publicitarles en una plataforma de personas felices que abogan por el positivismo y las emociones positivas, siendo este un contexto idóneo para incentivar los procesos de compra. Su coste será correlativo respecto a las ventas y consistirá en aplicar un cupón descuento a los miembros de la comunidad online en sus compras que realicen en su comercio online, y abonar ese mismo porcentaje en concepto de comisión por ventas afiliadas a Positilife. De este modo podrán asegurar que su inversión publicitaria obtiene un retorno positivo y sin riesgos, dado que únicamente les supondrá un coste en el caso en el que vendan, a la par que asocian su marca a una comunidad online positiva y cada vez más influyente.

Por otro lado, se les facilitará ampliar su influencia y participar en los proyectos y actuaciones sociales promovidas - participadas por Positilife, dándoles de este modo salida a sus inquietudes de apoyo social-medioambiental, y facilitándoles una nueva posibilidad de apoyo y enfoque para sus propias políticas de RSA.

23 - ¿Podría enunciar un área de mejora?

Estamos al inicio del camino, finalizando la versión operativa y funcional del proyecto

Positilife, y conforme empecemos a "andar" y a ampliar nuestras expectativas (contratando colaboradores, diseñando la política de RSA e integrándola con la estrategia de crecimiento junto con un consultor-mentor especializado, etc.), estamos comprometidos a aplicar la metodología de mejora continua "Kaizen" para colaborar con nuestros granitos de arena a hacer de este un mundo un poquito mejor. :)

Las áreas de mejoras señaladas por la evaluadora el año pasado siguen estando vigentes (objetivos cuantificables, indicadores, etc.), dado que -muy a nuestro pesar- se ha retrasado muchos meses el lanzamiento del proyecto Positilife, pero tal y como hemos indicado, conforme avancemos en este apasionante camino iremos concretando y mejorando día a día al disponer de mayor experiencia para nuestro compromiso de aplicación de la estrategia de RSC.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

Sin respuesta

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

Sin respuesta

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

Sin respuesta