Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

Aragonber S.L.
CIF:B50786698
San José de Calasanz 33 local
50008 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

CID ALPHAGROUP, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

San José de Calasanz Nº:33 Local - 50007 - Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Diseño gráfico, publicidad, merchandising y regalos.

04 - Año comienzo actividad.

2022

05 - Número de personas empleadas

2

06 - Persona contacto

Daniel Bernués Berné

07 - E-mail contacto

info@alphaizel.es

08.- Página web

www.alphaizel.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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

Los cambios que más pueden afectar a nuestra empresa a corto plazo son los cambios económicos.
Los cambios tecnológicos van de la mano en cuanto a influencia sobre nuestra actividad con los económicos. De estar al día en cuanto a nuevo software y harware utilizado en diseño gráfico e impresión depende la supervivervencia de nuestra empresa.
El estado general de la economía del país y en concreto el del poder adquisitivo de las empresas incide directamente en nuestro balance anual.
Como proveedores de entidades públicas también nos podríamos ver afectados con los cambios políticos ya que en ocasiones suponen un cambio de proveedores o bien de requisitos técnicos.
Cambios sociales que supongan un giro en la "moda" en el diseño gráfico siempre son favorables para nosotros ya que nos supondrían un aumento de volumen de trabajo de nuevos diseños y asesoría de imagen corporativa, redundando también en el encargo de un nuevo merchandising.
Las consideraciones medioambientales y las posibles nuevas regulaciones nos obligan a acelerar nuestro compromiso con el Objetivo de desarrollo Sostenible 12 "Producción y Consumo Responsables" adaptando nuestra producción e instalaciones para ser más sostenibles y medioambientalmente respetuosos. Al igual que a la utilización de materiales con el menor con un bajo o nulo nivel de contaminantes.

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

No

2.1. Información adicional

En nuestra opinión es imposible caminar solos y es necesario ir acompañados de otros profesionales incluso de distintas disciplinas para formar grupos de influencia y de trabajo enriquecedores y que se ayuden para sumar evitando la competitividad destructiva.
El mantenimiento de una red de contactos enriquecedora en la que compartir experiencias y conocimientos es uno de los pilares básicos para el mantenimiento de nuestra cartera de clientes.
Nosotros hemos colaborado y colaboramos con empresas de nuestro sector tanto para temas de trabajo como para proyectos sociales.

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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

3.1. Información adicional

Cumplimos con la normativa legal que nos afecta y tenemos muy presente nuestro compromiso a nivel social (con colaboraciones con diversas entidades) y medioambiental (la disminución de nuestro impacto ambiental es una de nuestras prioridades). Hemos avanzado en este sentido y estamos preparando proyectos propios a nivel social. Nuestro impacto ambiental se ha reducido gracias a la gestión de materiales más libres de contaminantes.

4.- ¿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 se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

Tenemos un presupuesto y un número de horas flexible anual de voluntariado y colaboraciones.
Asistimos a foros, congresos y eventos relacionados con la RSC y temas sociales.
Formamos parte del voluntariado de la Asociación Gens XXII como colaboradores y formadores en su Plan de Inclusión Socio-Laboral.
Colaboramos con otras entidades en actividades y acciones sociales.
Durante la pandemia fundamos con otros compañeros de actividad el grupo 3D Makers, elaborando viseras, material diverso de protección y respiradores que hemos donado gratuitamente a hospitales de la red de salud y otras entidades, esta sinergia continúa para colaborar en nuestro día a día y en otros proyectos sociales.
Hemos puesto gratuitamente al servicio de la sociedad los conocimientos técnicos de los profesionales y empresas integrantes de nuestro grupo, nuestra maquinaria (sobre todo impresoras 3D), nuestra logística y nuestros contactos.

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

Tenemos identificados todos nuestros grupos de interés desde la creación de nuestra empresa de diseño gráfico.
Las buenas relaciones con ellos son fundamentales para nuestro desarrollo de negocio.
Nuestro grupo fundamental y que más esfuerzos conlleva es el de nuestros clientes.
Los tenemos totalmente identificados y los gestionamos de manera diferenciada de acuerdo a su naturaleza y necesidades. Para nuestro trabajo es fundamental la creación, el mantenimiento y gestión de una red de contactos sana con unas buenas prácticas en RRPP tanto a nivel privado como institucional. Mantenemos un contacto directo y fluido con todos ellos.
En principio un cliente nuestro puede ser "cualquiera" ya que nuestros productos y

servicios no tienen un público objetivo concreto sino que puede ser demandado por todo un amplio espectro de consumidores (desde el particular hasta las instituciones públicas y privadas).
Nuestros compañeros de la competencia son también un stakeholder de referencia para nuestra mejora y competitividad siempre teniendo una relación cordial y constructiva.
Nuestra actividad requiere de un feedback constante con todos nuestros grupos de interés ya que nuestro trabajo exige una total personalización.
Zaragoza es nuestro entorno social inmediato, También mantenemos colaboraciones con fuertes sinergias y alianzas con entidades a nivel de la comunidad autónoma de Aragón y a nivel nacional en el ámbito público y en el privado.
Tenemos sinergias y alianzas con empresas de nivel internacional en investigación de producto.

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

Todos nuestros grupos de interés demandan: Necesidad / Soluciones.
Además nuestros clientes, como principal grupo de interés valoran:
Servicio rápido.
Buena relación calidad/precio competitivo.
Servicios personalizados.
Compromiso y confianza en las alianzas y sinergias.
En nuestras colaboraciones con proyectos sociales aplicamos todo nuestro saber hacer y compromiso que es lo que se nos solicita fundamentalmente.
El hecho de mantener con los grupos de interés una relación de cercanía, nos permite conocer de primera mano cuales son sus inquietudes y necesidades, y así poder darles una respuesta personalizada e individual.

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

Tenemos redactado un código de conducta que se ha ido ampliando durante el último año. Nuestra empresa cuenta sólo con 2 trabajadores pero hemos contado con la colaboración de nuestros stakeholders.

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

Lo conocen totalmente y de no estar alineados con ellos no podrían formar parte del equipo.

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

Estamos inmersos en distintas acciones de Responsabilidad Social:
-Nos centramos en el cumplimiento legal que nos exige nuestra actividad y estamos implementando en planes a largo plazo una gestión basada en los pilares Responsabilidad Social que tenga en cuenta todos los aspectos de nuestra empresa.
- Existe un presupuesto específico anual para la colaboración en proyectos sociales y/o medioambientales.
- Somos socios colaboradores del plan de inclusión Sociolaboral de la Asociación Gens XXII para personas en riesgo de exclusión.
- Durante la pandemia hemos formado parte del grupo 3D Makers, elaborando viseras, material diverso de protección y respiradores que hemos donado gratuitamente a hospitales de la red de salud y a entidades que no podían disponer de ello. Hemos puesto al servicio de la sociedad los conocimientos técnicos de los profesionales y empresas integrantes de nuestro grupo, nuestra maquinaria (sobre todo impresoras 3D), nuestra logística y nuestros contactos. Esta sinergia la estamos manteniendo para colaborar en distintos proyectos sociales.
- A lo largo del año 2025 vamos a desarrollar nuestros propios proyectos sociales.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Somos una empresa pequeña en la que es muy fácil controlar todas las actividades. En temas de Responsabilidad Social no tenemos memoria por escrito invertimos ese tiempo en colaborar activamente. Nuestro objetivo es colaborar en acciones concretas y de momento sin un plan de responsabilidad Social específico ya que el tamaño de nuestra empresa no es lo suficientemente grande para poder invertir recursos en él, el tiempo que se invertiría lo utilizamos en participar activamente en los proyectos que nos parecen necesarios para el bien común.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

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

11.1. Información adicional

Realizamos encuestas verbales y a través de cualquiera de los medios de comunicación utilizados: correo electrónico, whatsapp, telegram y teléfono...
Existe un feedback continuo con nuestros clientes. Es muy importante para nosotros conocer en tiempo real sus necesidades, opiniones y nivel de satisfacción poder adaptar nuestros productos y servicios.
El mantenimiento de una red de contactos con una dinámica sana es una prioridad.

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

A partir de las encuestas y de los comentarios y sugerencias recogidos verbalmente y por escrito establecemos nuestros puntos de mejora.
Después nosotros mismos hacemos los cambios necesarios para satisfacer las necesidades de nuestros clientes y demás grupos de interés. Al prestar un servicio directo sin mediar intermediarios se pueden implementar incluso en tiempo real.
Debido a la naturaleza de nuestra actividad el feedback es inmediato y sabemos si las mejoras han tenido el efecto esperado.

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

Nuestro sector está en constante cambio debido a la investigación e innovación continua en productos, técnicas, harware y software.
Nosotros investigamos e innovamos en ambos aspectos e implantamos en cada momento los cambios más adecuados para poder ser competitivos y dar un servicio de calidad.
Tenemos sinergias con empresas de nivel mundial en relación a investigación de producto. Es un requisito indispensable para mantenerse en este sector.

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

Como ya hemos comentado antes, cuidamos nuestra huella medioambiental para que sea lo más reducida posible. Esto crea un valor añadido para nuestros productos que tiene muy buena acogida entre nuestros clientes y redunda positivamente en nuestra reputación.

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

Se ofrece un servicio post-venta ágil y directo solucionando cualquier incidencia o problema con el producto de manera inmediata.

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

Nuestro objetivo es siempre aconsejar a cada cliente lo que, según nuestra opinión técnica y experiencia, se ajusta más a sus necesidades, no primando criterios de oportunidad en la venta.
Damos información clara, transparente y detallada de las características de todos los servicios y productos ofertados tanto por escrito como verbalmente.
También estamos a disposición para dar información adicional y resolver dudas dando un asesoramiento personalizado.

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

El trato con los colaboradores y personas en prácticas es diario y constante, así somos conocedores de su satisfacción y sus inquietudes, no obstante hacemos una evaluación mensual, pues consideramos que la satisfacción del trabajador en su puesto de trabajo es clave para conseguir los objetivos de nuestra empresa.

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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

El respeto por la igualdad de oportunidades y la no discriminación son fundamentales como

parte de nuestras convicciones éticas tanto a nivel empresarial como personal.
En las contrataciones o prácticas de formación no se tiene en cuenta ningún factor de discriminación ni por edad, sexo, estado civil, nacionalidad....
Se valora a la persona por sus conocimientos técnicos, formación en atención al cliente y formación en valores exclusivamente.

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

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

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Al ser una empresa pequeña y con buen ambiente de trabajo es fácil gestionar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.
Hay flexibilidad y facilidades para responder a las necesidades de los empleados y coordinarlas con las necesidades de la empresa.

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 valoran individualmente las necesidades de formación de cada trabajador, en función de las tareas que desarrolla y sobre todo hay una puesta al día constante tanto técnica como de atención al cliente.

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

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

21.1. Información adicional.

Además de la formación técnica se recibe formación en atención al cliente incluyendo las habilidades sociales para un mejor desempeño de las funciones y para crear un vuen ambiente de trabajo que redunde en la satisfacción del empleado.

Seguridad y Salud

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas

empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

22.1. Información adicional.

Cumplimos con la legislación vigente y además nos implicamos personalmente en la minimización de riesgos.

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.

Nuestros criterios de compra responsable valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, sociales y éticos. Aunque a veces no tenemos la opción de elegir a un proveedor que cumpla con todos ellos.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

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

24.1. Información adicional.

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad, siempre que nos es posible damos preferencia a los proveedores locales. Como hemos dicho en el punto anterior, hay ocasiones en las que el o los proveedores que existen no cumplan con todos los requisitos y nos veamos obligados a contratar igualmente.

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.

- Como ya hemos indicado en el punto 9 formamos parte del grupo 3D Makers proveyendo gratuitamente de material diverso de protección y respiradores a centros sanitarios y otras

entidades.
- Somos socios colaboradores del Plan de Inclusión Sociolaboral de la Asociación Gens XXII, de atención y acompañamiento de personas en situación de vulnerabilidad transitoria y continuada para la independencia y autosuficiencia.
- En el CENTRO DE MAYORES LAÍN ENTRALGO formamos parte del comité de organización y somos patrocinadores del Torneo de Petanca Interclubes Pedro Laín-Gens XXII y que reúne a todos los clubes de esta disciplina de los centros de mayores de Zaragoza. Es un torneo abierto, participativo, intergeneracional y solidario con el Plan de Inclusión Socio Laboral de Gens XXII. Con esta colaboración contribuimos a la difusión del conocimiento de este deporte tan aragonés y fomentamos su práctica en todos los segmentos de edad.
- Apoyamos a la Academia de las Artes del Folclore y la Jota de Aragón para la candidatura de la jota aragonesa para ser declarada por la UNESCO Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.
- Estamos desarrollando nuestro primer proyecto social propio.

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 y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

Se hacen colaboraciones puntuales y otras con convenios de colaboración estables. También somos patrocinadores en distintos eventos.

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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

27.1. Información adicional

Se comparten los proyectos a través de nuestras redes sociales y de las de las entidades con las que colaboramos así como por los canales de difusión utilizados por éstas : TV, prensa escrita y digital.

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

Las acciones se comunican siempre cuando se realizan en conjunto con las entidades con las que colaboramos.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

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

29.1. Información adicional.

Hemos identificado las actividades de nuestra empresa que generan un impacto ambiental, y vamos más allá de un mero cumplimiento de la normativa. Además queremos seguir mejorando en nuestra gestión ambiental.
Nuestra prioridad es la utilización de materiales lo más respetuosos posible con el medio ambiente y la gestión responsable de nuestros residuos.

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.

La reducción de nuestra huella de carbono es uno de nuestros objetivos a medio plazo. Aplicamos la regla de las 5 erres:
- Reciclar
- Reducir.
- Reutilizar.
- Recuperar.
- Reparar.

Toda la iluminación que tenemos instalada es de focos y plafones LED que permiten un ahorro significativo de electricidad, la comercializadora contratada para el suministro garantiza energía renovable e inversión en ERs.
Minimizamos el consumo de papel dando prioridad a la documentación y comunicaciones en formato electrónico.
Los aseos cuentan con grifo con perlizadores que permite un ahorro de entre un 40 y 60% de agua.
Hacemos segregación de residuos y reutilizamos todo material que sea susceptible de ello.
Hemos invertido en la compra de un nuevo Plotter Roland, que cumple con cánones de sostenibilidad avanzados, utiliza tinta sublimación de última tecnología con base agua.

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

Hemos hecho formación al respecto. Reutilizamos todo el material que nos es posible o bien lo donamos a entidades que lo puedan reutilizar. Damos preferencia al consumo de energía procedente de fuentes de 0 emisiones.

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

Se comunica a nuestros grupos de interés implicados a través de correo electrónico y RRSS, y también en nuestras reuniones y contactos de seguimiento. El principal grupo de interés implicado en la comunicación ambiental son nuestros clientes creemos que tienen que estar informados del respeto medioambiental de nuestro sistema de producción ya que es un punto fuerte para nuestra imagen de empresa.

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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
7 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
8 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
9 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local
10 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente

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?

La calidad y el ágil plazo de entrega de nuestros productos y servicios.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Localización de proveedores socialmente responsables.

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 y tiene un compromiso público 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 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.