

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**MOVICONTROL ELECTRÓNICA, S.L.**  
CIF:B99029829  
C/Bogotá nº:33  
50198 - La Muela  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Movicontrol Electrónica SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

Pol. Ind. Centrovía, Calle Bogotá, 33, 50196 La Muela, Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

Automatización y robótica

#### 04 - Año comienzo actividad.

2004

#### 05 - Número de personas empleadas

26

#### 06 - Persona contacto

Rubén Terrones

#### 07 - E-mail contacto

[ruben@movicontrol.es](mailto:ruben@movicontrol.es)

#### 08.- Página web

<https://movicontrol.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 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**

Desde gerencia con la información obtenida de cada responsable, así como sugerencias de los mismos, evalúa necesidades, replanteando la estrategia alineándose con las nuevas tendencias y enfocando esfuerzos en consecuencia.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Los recursos que tiene las PYMES son limitados. Por ello se deben buscar y ser participe de iniciativas con otras empresas, clusters o agrupaciones empresariales, instituciones públicas y ONGs. Compartir esfuerzos y recursos ayuda a enfrentarse a nuevos retos.

## **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?**

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática

### **3.1. Información adicional**

En la planificación de Movicontrol se valoran objetivos sociales, económicos y ambientales. Así mismo, se actúa en consecuencia para alcanzarlos con eficiencia y beneficio, siempre que sea posible y compatible con los recursos que dispone la empresa. Los objetivos sociales que más se plantean son de la siguiente índole:

- Generar riqueza de forma eficaz y eficiente, siendo eficaz y utilizando los menores recursos posibles.
- Cumplir con la normativa establecida y compromiso con las obligaciones adquiridas.
- Ética y responsabilidad con los clientes, adaptándonos a sus preferencias y necesidades.
- Transparencia en la gestión y lucha contra la corrupción. La transparencia en la gestión tiene un lugar destacado.
- Respetar a los trabajadores, así como sus derechos y condiciones de trabajo dignas.
- Ofrecer productos y aportar novedades que ayuden al cliente a mejorar sus objetivos de productividad y ergonomía, justificando el precio ofertado.
- Ofrecer productos a los clientes que ayuden a reducir el consumo y mejoran la eficiencia energética de su producción.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

#### 4.1. Información adicional

Actualmente, no existe un presupuesto específico. Se destinaran recursos en función de las necesidades y posibilidades según la creciente responsabilidad corporativa de la 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.**

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

#### 5.1. Información adicional

Se conocen aquellos grupos de interés con los que hemos interactuado y aquellos que con los que se ha planteado alguna actividad aunque finalmente no se haya realizado.

Además el departamento de marketing investiga y trata de recopilar nuevas oportunidades de establecer comunicación o relación con nuevos grupos.

Existen bases de datos generadas mediante un software de gestión empresarial donde se diferencian los proveedores, los clientes y trabajadores.

Además el departamento de marketing recopila información de las comunicaciones realizadas a clientes, universidades o instituciones publicas, así como su reacción ante dichas interacciones y posibles oportunidades que surgen.

Del mismo modo se realizó un sondeo de posible medios de comunicación más propicios según la actividad de la empresa.

También se conocen organizaciones publicas en las que podemos apoyarnos y con las que podemos colaborar para realizar desarrollos tecnológicos.

#### **6.- ¿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.

#### 6.1. Información adicional

Se conocen de manera informal. Nos comunicamos con las organizaciones identificadas de cada grupo de interés externo mediante mail para conocer su evolución y novedades. Además, se realizan visitas cada cierto tiempo para intercambiar información.

Del mismo modo cuando nosotros detectamos una oportunidad en la que necesitamos de colaboración de algún grupo de interés o que puede beneficiarles nos ponemos en contacto para compartir la información y estudiar posibilidades de colaboración.

Respecto a los grupos de interés internos, se mantienen reuniones de responsables del departamento y gerencia donde se trasladan las inquietudes de trabajadores y responsables.

Todo ello nutre de información a todos los interesados de la actividad de la empresa y permite la toma de decisiones según necesidades que surgen.

#### **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?**

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

### **7.1. Información adicional**

No existe un documento escrito que describa la normativa. Pero si que están establecidas las normas de actuación y diferentes protocolos a seguir, bien conocidos por todos los trabajadores.

Se comentan las principales pautas al comenzar la relación principal. Y de manera específica se tratan por el responsable de cada departamento.

Cada cierto tiempo se realizan reuniones con todos los trabajadores donde se recuerdan las normas y modos de actuar. Además cada departamento se reúne con su responsable para comentar posibles dudas y trasladar de inmediato alguna novedad o cambio en la forma de proceder o algún cambio de normativa legal o interna.

## **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, pero no de manera sistemática o formal

### **8.1. Información adicional**

No existe un documento redactado, pero los objetivos de la empresa son conocidos y compartidos jerárquicamente por todo el equipo. Además aspectos a mejorar y la posibilidad de reenfocar objetivos son tratados cada mañana por gerencia junto a los responsables de área mediante reuniones diarias. Así se adecuan determinar los medios y recurso necesarios para cumplirlos, los plazos de ejecución, los responsables y los calendarios de seguimiento según la situación de cada momento.

Posteriormente los objetivos son comunicados a los trabajadores a través de charlas informativas o formaciones encaminadas a lograr la consecución de los mismos

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

### **9.1. Información adicional**

Esta evaluación es nuestro inicio para enfocarnos y desarrollarnos como empresa socialmente responsable.

### **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**

Estamos iniciando el proceso.

## **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

La relación con nuestros clientes es cercana. Nos dedicamos al desarrollo a medida de maquinaria e instalaciones automatizadas desde el diseño hasta la puesta en marcha en casa del cliente. Cada proyecto cuenta con tres fases donde se recopilan la satisfacción del cliente con el trabajo, esto nos permite adecuarnos el máximo posible a sus necesidades reales. Además, tras la puesta en marcha de nuestras instalaciones, se realiza conjuntamente con nuestros clientes el seguimiento de

las mismas para comprobar su correcto funcionamiento. Ello nos facilita el feed-back de nuestros clientes acerca del resultado final.

Además todas las interacciones con el cliente así como la información tratada (objetiva o subjetiva) es transcrita y almacenada en nuestro software de gestión para que cualquier responsable del proyecto pueda ver la situación del mismo y las necesidades del cliente. Con este método mejoramos en la alineación de objetivos y trato a cada cliente de manera específica según sus necesidades.

### 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

Al tener una relación estrecha con el cliente, todas las inquietudes de éste son comentadas en reuniones diarias entre los responsables de cada área y gerencia. De ahí se toma la decisión de manera específica para cada caso. Tomando las medidas oportunas en los procesos productivos y acciones comerciales.

## 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

Debido a nuestra labor la innovación es vital. Cada proyecto se realiza a medida del cliente y de sus sistemas productivos. Por ello estamos al día en nuevas tecnologías para ser competentes y poder dar al cliente la mejor opción posible y que más se adapte a sus necesidades. Además, nuestro equipo de ingenieros realiza un estudio previo de la viabilidad del proyecto, la manera de implementarlo y las tecnologías que se deben incorporar.

## 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**

La calidad y seguridad siempre es lo primero

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

### **15.1. Información adicional**

Antes de la entrega al cliente se realizan dos análisis de calidad. Uno primero según un protocolo interno con presencia del cliente antes de salga la máquina y otro con el cliente después de la instalación en su planta. De esta manera se asegura el correcto funcionamiento y la mejora de posibles defectos o errores.

Además, se realiza formación de operadores y personal de mantenimiento para que conozcan el funcionamiento, así como el mantenimiento que se debe realizar a la instalación.

También se amplía la garantía del equipo seis meses extras con respecto a lo que establece el marco legal como obligatorio. Añadiendo que se prestan servicios de asistencia en remoto siempre que se pueda para dar una respuesta rápida y más económica que si fuera presencial.

## **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**

A través de la web corporativa y linkedin se proporciona información general de las principales líneas de negocio. Posteriormente se realizan visitas comerciales a los interesados donde se especifican los detalles en función al proyecto que el posible cliente quiere desarrollar. Además, se entregan ofertas detalladas acordes a los requisitos técnicos del cliente. En la siguiente fase realizamos los diseños pertinentes que son mostrados al cliente para que le de el visto bueno.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

### 17.1. Información adicional

El protocolo instaurado marca que los empleados deben dirigirse a su responsable departamental con todas aquellas cuestiones relacionadas con el trabajo. Así el responsable lo puede trasladar y poner en común con el resto de responsables en las reuniones periódicas realizadas cada mañana con gerencia y directiva.

Por otra parte se realizan charlas grupales cuando existe necesidad de informar de novedades generales que afectan a toda la empresa y para que todo el mundo exprese ideas abiertamente.

También, dada la dimensión del equipo, la comunicación entre todos es directa y sencilla. Además la directiva o gerencia siempre está abierta a escuchar todas las problemáticas individuales y personales que tenga el empleado.

### 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.

Se realizan formaciones específicas para los trabajadores que las necesiten para el desarrollo de las actividades que implican su puesto de trabajo.

Además, se promocionan aquellas personas con experiencia y aptitud a puestos de responsable. Ante las vacantes existentes la primera opción siempre es realizar promociones internas.

Por otra parte, muestra de la no discriminación es el hecho de que se contrata personal técnico de distintos países. También, la dirección financiera está a cargo de una mujer.

### 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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Las vacaciones se planifican cada año por la dirección para que se aproximen lo máximo posible a las escolares. De este modo todos los empleados con hijos pueden conciliar su vida familiar mejor y pasar más tiempo con ellos. También, se modifica el horario del viernes a jornada continuada para poder salir antes y tener más tiempo libre.

Se intenta alinear las necesidades de los trabajadores, flexibilizando horarios en la medida de lo posible, en concordancia al trabajo y los equipos de cada proyecto.

### 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.**

Los responsables de departamento y la directiva siempre están abiertos a escuchar las necesidades de los trabajadores e implementar las actividades necesarias para solventarlas. Al realizar trabajos con tecnología el equipo debe estar formado y a la última para poder llevar a cabo el desarrollo de los proyectos.

Además, de manera periódica el responsable de producción y personal hace público posibles cursos de interés para los trabajadores donde cada uno de ellos puede solicitarlos.

## **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.**

Siempre aprendiendo.

## **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.**

Se integran mecanismo activos como inspecciones y revisiones de seguridad, mantenimientos preventivos, Auditorías del sistema preventivo y controles pasivos como investigación de accidentes/incidentes, primeros auxilios. Así mismo se realiza formación específica presencial en tema de riesgos laborales para los trabajadores de taller y de manera online para los trabajadores de oficina.

También los responsables de cada área y dirección atienden las sugerencias, necesidad o demanda de los trabajadores al ver un punto de mejora en su puesto de trabajo, herramienta o máquina que utiliza, así mismo la adaptación del lugar de trabajo necesaria según particularidades propias del trabajador con el fin de lograr un espacio de trabajo seguro y ergonómico.

## **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.**

De entre todos los aspectos que se pueden valorar el que más se tiene en cuenta actualmente es la eficiencia energética de los productos o subproductos adquiridos. . Y, en consumibles usados a diario en la organización se mira que puedan ser reutilizables, reciclables o que estén formados por compuestos reciclados en la medida que se pueda. Por otra parte también se valora que la empresa proveedora tenga certificaciones ambientales. Así mismo, se espera que todo proveedor tenga criterios éticos y cumpla con condiciones laborales dignas, lucha contra el trabajo infantil a lo largo de toda la cadena de suministro y tenga calidad en el empleo.

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

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

### **24.1. Información adicional.**

Principalmente los criterios valorados son el precio ofertado por el proveedor y la calidad del servicio o el producto comercializado. También se valora el trato cercano, y se prefiere colaborar con empresas locales o nacionales. Otro factor que se valora es eficiencia energética del producto.

## **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.**

Se colabora puntualmente con iniciativas que se nos plantean y se adaptan a nuestras necesidades e ideario.

La iniciativa más planeada y constante en el tiempo fue nuestro patrocinio con al equipo de futbol de nuestra ciudad, el Real Zaragoza.

También se plantean implementar en estos años otras acciones e iniciativas deportivas como participar en carreras populares e incluso patrocinarlas.

Actualmente debido al covid, estas acciones de patrocinio de eventos públicos han sido suspendidas.

Por otra parte colaboramos como habilitadores del portal Aragón Industria 4.0 desde el año 2019. Donde hemos realizado una publicación de un caso de éxito nuestro a modo de ejemplo de la industria 4.0 y a política de Industria 4.0 del Gobierno de Aragón.

### **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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

### **26.1. Información adicional.**

Nos incorporamos en 2019 como habilitadores del portal Aragón Industria 4.0, ya que tiene objetivos alineados con nuestra labor de mejora de los procesos productivos de empresas industriales y la integración de tecnologías para hacer a nuestros clientes más competitivos y adaptados a las nuevas demandas.

EN terminaos generales: incrementar el valor añadido industrial, favorecer el modelo industrial de futuro para la industria aragonesa, desarrollar palancas competitivas diferenciales para favorecer la industria.

## **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?**

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

### **27.1. Información adicional**

Se comunican a las personas empleadas pero no de manera formal

## **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**

Se hace una comunicación corporativa cuando se realizan iniciativas y actividades. Se comunican a través de redes sociales (Linkedin), a través de la página web y mediante campañas de mailing. Además, se incorporan sellos o algún tipo de mención en el material usado por la fuerza de ventas (presentaciones digitales y folletos).

## **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.**

Nuestra actividad no desarrolla residuos significativos y un daño medioambiental destacables. No se producen residuos tóxicos ni altamente contaminantes.

Se realiza el tratamiento y reciclado de residuos como papel, pilas, metales, plásticos y material eléctrico en la medida de lo posible, ya que nuestro polígono no dispone de cangilones o contenedores adecuados para ello. En referencia a ello, gerencia y directiva tienen por objetivo que se implementen.

### **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?**

No existen actividades en marcha

#### **30.1. Información adicional.**

Por el momento no existen actividades en marcha

### **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**

Se compra folios reciclados para uso interno, aunque se intenta minimizar el uso de papel. Se recopilan embalajes de cartón y plásticos para trasladarlos a los contenedores oportunos con cierta periodicidad. Y en los casos que aun sean funcionales, se reutilizan los embalajes.

Se utilizan trapos para la limpieza industria reciclados o reutilizados. Comprados a una empresa dedicada a su reprocesado y comercialización para darles una segunda utilidad. Así se contribuye a la reutilización de aquellos residuos textiles todavía útiles que ya se encuentran en circulación, para tengan una segunda oportunidad en su ciclo de vida.

### **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 no de manera sistemática u organizada

#### **32.1. Información adicional**

Actualmente no se comunican de ningún modo. Para el futuro se usarán los mismo medios que en el caso de otras iniciativas, es decir, mediante redes sociales, mailing, web y fuerza de ventas si fuera necesario.

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

7

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

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

La relación entre trabajadores, así como la atención a los problemas personales de cada uno y el cuidado del ambiente de trabajo.

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

Necesidad de mayor concienciación con el reciclaje y ahorro energético en la empresa. Además, de ser más participativos en actividades e iniciativas.

### **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 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.

- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.