

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**GTI ZARAGOZA, S.L.**

CIF:B50645266

C/Felipe Sanclemente nº:6, 6ºB

50001 - ZARAGOZA

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

GTI ZARAGOZA S.L.U.

#### 02 - Dirección - CP - Población

CTRA. VALENCIA KM 6,5

50410 CUARTE DE HUERVA ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

SECTOR INMOBILIARIO

#### 04 - Año comienzo actividad.

1990

#### 05 - Número de personas empleadas

18

#### 06 - Persona contacto

MARIANO IBAÑEZ GARCIA

#### 07 - E-mail contacto

[mariano@gtizaragoza.com](mailto:mariano@gtizaragoza.com)

#### 08.- Página web

[www.gtizaragoza.com](http://www.gtizaragoza.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

#### **1.1 Información adicional**

Nuestra organización valora y tienen en cuenta estos temas. En la toma de decisiones a corto y medio plazo, se valoran tanto los ámbitos económicos como medio-ambientales y sociales.

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

Si

##### **2.1. Información adicional**

Cada organización, en su justa medida, debe de contemplar en su quehacer diario, los ámbitos que determinan los temas económicos y de todo tipo, y en función de ello, toma las decisiones oportunas siempre en colaboración y sintonía con sus entornos, desde su equipo de Recursos Humanos, sus clientes, proveedores y entorno social, en general.

### **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**

Estos retos están integrados en nuestra forma de actuar de forma intrínseca, si bien no están sistematizados.

#### **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 empresa no cuenta con una partida presupuestaria expresa en cada ejercicio, para atender proyectos de índole social o medioambiental. Sí que de forma puntual, se colabora económicamente con algún proyecto concreto, a lo largo del ejercicio.

### **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 nuestros grupos de interés: empleados, clientes y proveedores. Con el resto de grupos de interés, mantenemos relaciones puntuales y la organización tiene como uno de sus puntos de mejora, su total identificación y el diseño de un plan sistemático de interrelación con ello. La organización ha avanzado este año, en la mejora de este aspecto, realizando un estudio detallado de las diferentes tipologías de clientes y grupos de interés, consiguiendo así una identificación más concreta y concluir con el diseño de un plan sistemático de interrelación con ellos. También hemos incorporado nuevos sistemas operativos y analíticos, que nos están ayudando a tener información más específica de nuestro grupo de stakeholders.

En este aspecto hemos avanzado mucho con la actualización de nuestro ERP que nos permite identificar todos los contactos: personal, clientes, proveedores, colaboradores, operaciones...

### 6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

#### 6.1. Información adicional

Tanto con los empleados como con clientes y proveedores, tenemos mecanismos informales que nos permiten conocer, tanto sus necesidades como sus expectativas, pero estos, no forman parte de un protocolo de actuación. De la misma manera con el resto de grupos de interés, mantenemos una corriente de comunicación fluida y está es realizada de forma personalizada, sin una metodología concreta.

Formamos parte de muchas asociaciones del sector empresarial en general y del sector inmobiliario en concreto (Club Cámara, Miaragón, Adea, Industrias de Cuarte, La Puebla, Colegio APIS, ...) esto nos da la posibilidad de mantener un estrecho diálogo con nuestros grupos de interés.

## 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

Al inicio de una nueva incorporación de personal a la empresa, la dirección comenta con el profesional todos los aspectos de su incorporación al equipo de trabajo, dándole a conocer las normas y código de actuación en la compañía, así como sus competencias y responsabilidades dentro de la organización. Estamos ultimando también, una reforma de nuestro sitio web, donde incluiremos los valores de nuestra compañía, para que queden reflejados y accesibles a nuestro equipo humano.

### 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**

Los profesionales de nueva incorporación a la organización, conocen de primera mano tanto la misión y visión de la empresa, como sus valores de actuación y el código de conducta que todo el equipo humano desarrolla.

La Gerencia mantiene reuniones periódicas con cada departamento y hay mucha comunicación a nivel interno.

Estamos trabajando para incorporar a la web la filosofía de empresa y que sea así accesible al personal y transparente para nuestros grupos de interés.

## **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**

En la actualidad, la organización se encuentra en proceso de incorporación de los principios de la RSA en sus procedimientos. Una vez consensuada la toma de decisiones al respecto, por parte de la dirección y del equipo humano de la compañía.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

#### **10.1. Información adicional**

En la estrategia de Responsabilidad Social, que la compañía está definiendo para su implementación, se contempla definir tanto objetivos como indicadores a nivel general, y de forma específica para cada uno de los ámbitos de desarrollo en la organización.

## **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 que la empresa mantiene con sus clientes es individualizada y totalmente personalizada. Nuestro servicio va más allá de compra venta o alquiler de inmuebles; asesoramos al cliente como primer punto y le acompañamos en todo el proceso de búsqueda y/o gestión. Esto hace que se tenga una relación muy estrecha y por consiguiente información puntual y actualizada acerca del grado de satisfacción de los mismos.

En la actualidad, estamos creando las herramientas y los mecanismos necesarios, para que esta información se sistematice y pase a formar parte de nuestra política de

experiencia de cliente.

**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**

Fruto de la estrecha colaboración y comunicación con nuestros clientes de manera tácita, se incorporan al know-how de la empresa las mejoras que se detectan en el diseño de nuestros servicios. Actualmente, trabajamos en que esta detección se produzca mediante un proceso de mejora continua en la organización.

**Innovación en los productos y servicios**

**13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

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

**13.1. Información adicional**

En el ADN de nuestra organización, se encuentra la innovación en la gestión de nuestros servicios, como premisa. De forma periódica, se realizan estudios de posicionamiento y contenido e investigación, acerca de los servicios que prestamos. Los datos que obtenemos se presentan en abierto a todos los profesionales de nuestro sector. Este estudio se considera referente entre los profesionales del ámbito inmobiliario.

De la misma manera, en nuestra empresa, se van introduciendo nuevos procesos y nuevas tecnologías para hacer de nuestra empresa un referente en el sector. Las TIC's aplicadas a nuestros servicios, están siendo un revulsivo a la hora de fidelizar clientes y obtener un buen posicionamiento en el mercado.

Hemos profundizado en tecnologías como la Realidad Virtual, que permiten mejorar la experiencia del cliente y facilitarle la inmersión en los productos de su interés, con mayor realismo y transparencia, además de sostenibilidad, ya que se evitan desplazamientos y se reduce el consumo de papel. También hemos incorporado drones para aumentar la calidad del servicio a nuestros clientes y estamos comenzando a incorporar la IA.

Nuestra próxima innovación : web con buscador basado en mapas, servicio que incrementa enormemente la satisfacción del cliente.

**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**

Tenemos en cuenta los aspectos sociales y ambientales.

Hemos introducido un servicio de mantenimiento con el objetivo de mejorar nuestras

prestaciones al cliente.

Nuestro objetivo es aumentar en todos los aspectos posibles la calidad de nuestro servicio, abogando por la sostenibilidad.

#### **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**

La empresa desarrolla de manera sistemática con todos los clientes, un apoyo completo postventa en todos aquellos aspectos relacionados con el servicio que ofrecemos. Nuestros clientes valoran mucho el servicio integral que nuestra organización les presta y que implica una estrecha relación. Una vez desarrollada la prestación del servicio, esta relación, nos permite desarrollar una proactividad, que en muchos de los casos deriva en un nuevo proceso de compra, lo que indica una fidelización por parte de estos clientes y una respuesta positiva a nuestra gestión.

#### **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**

Dada las características de los servicios que nuestra empresa ofrece, la oferta comercial de nuestros productos y servicios ha de ser clara, concisa, transparente y con todas las garantías de satisfacción por parte de nuestros clientes Esta oferta se realiza de forma proactiva por parte de la organización y sistemática.

#### **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**

Dado el tamaño de la compañía y la relación fluida que existe entre todos los miembros del equipo humano, se tiene conocimiento de una manera informal del grado de satisfacción de nuestros empleados así como de sus iniciativas.

Como novedad realizamos comidas trimestrales del personal, asunto que ha cohesionado aún más al equipo humano.

#### **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.**

Aunque no de forma sistemática, en la empresa se presentan iniciativas que permiten ofrecer igualdad de oportunidades a todos los empleados, promoviendo nuevos puestos sin ningún tipo de discriminación o sesgo.

Creemos en el acceso al trabajo para personas según su valía y experiencia, independientemente de su edad, sexo y otras características particulares.

**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 aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

En el ámbito de la conciliación de manera individualizada, se evalúa la situación y se toman las medidas oportunas que permitan tomar las decisiones más adecuadas para poder solucionar los problemas que puedan surgir en cada caso.

En este tiempo tan "especial" hemos contado desde el primer momento, con soluciones informáticas internas, desarrolladas a medida, para poder aplicar al teletrabajo en los casos necesarios para armonizar la conciliación familiar de nuestros empleados.

La compañía ha realizado un esfuerzo enorme, para no incluir al personal en un Erte y no perjudicar sus condiciones de vida.

**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.**

En materia de formación, cada empleado comunica a la dirección el programa formativo que más se adecúa a su crecimiento profesional. Es el equipo de dirección el que evalúa y decide, qué formación puede desarrollar cada empleado. Así mismo, la dirección puede proponer a los empleados los programas que considere más necesario.

**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.**

Nuestro equipo de trabajo es multidisciplinar; por ello cada persona tiene su cometido y realiza cursos específicos. Técnicos en el caso de arquitecto o informáticos relacionados con el kit digital. También parte del personal asiste a cursos impartidos por entidades bancarias, muy ligados a nuestra actividad inmobiliaria.

## **Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

#### **22.1. Información adicional.**

Se da mucha importancia al tema de prevención de riesgos laborales y cuidado de la salud. Afortunadamente nuestra siniestralidad es mínima.

Se han realizado estudios de medición de luz, ruido y por supuesto posturales, disponiendo de sillas ergonómicas y detalles particulares solicitados por trabajadores.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

#### **23.1. Información adicional.**

Uso de papeles reciclados.

Incorporación de energía verde a nuestras oficinas de Cuarte.

Preferencia por trabajar con proveedores locales.

### **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.**

Se tienen en cuenta criterios de cercanía para favorecer a la comunidad local y contribuir así a su desarrollo.

Apoyamos y sponsorizamos competiciones deportivas locales.



Estamos implantando el uso de energía verde y autoconsumo.

## **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.**

La organización ha colaborado en diversas acciones de tipo social, algunas de ellas afines a la cultura de la empresa y otras puntuales, que no están en línea con las acciones propias de nuestra organización. Pero nuestras metas están puestas en centrar esas actividades en torno a nuestros valores, incluyendo la alineación de la empresa con los ODS especificados. Atendemos a propuestas que nos llegan y buscamos colaboraciones que tratamos de afianzar a largo plazo.

Como ejemplo hemos patrocinado durante varios años carreras en Cuarte, Campeonatos Paddle Zaragoza, Carreras Ciclistas..

### **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.**

La mayoría de las acciones que se han desarrollado hasta la fecha, se han elegido en función de su cercanía al proyecto empresarial. Eso permite que tanto los empleados como los clientes se sienten mucho más implicados con nuestra organización y sus fines y cultura empresarial. En alguna ocasión, hemos colaborado con organizaciones que aun no siendo anexos a nuestro ideario, sí que cuentan con nuestro apoyo y colaboración.

### **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**

Las acciones que hasta el momento han contado con nuestro apoyo y colaboración, si han sido comunicadas al personal y se ha contado con su apoyo y colaboración en su desarrollo. En el Plan de Responsabilidad que estamos elaborando, se contempla trabajar en proyectos sociales que cuenten con nuestro apoyo. Se trabaja en la creación de un

grupo de voluntariado corporativo.

Se ha ampliado la difusión de estas acciones a través de nuestro blog y de las redes sociales, para involucrar a nuestro personal y también a nuestros grupos de interés.

## **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**

Cuando se han desarrollado acciones de tipo social, siempre son comunicadas tanto al personal como a la comunidad más próxima a la empresa (clientes, proveedores, medios de comunicación?).

Además hemos aumentado nuestra presencia en redes sociales y la difusión de actividades a través de nuestro blog, con el objetivo de ampliar la comunicación tanto interna, como externa.

## **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.

#### **29.1. Información adicional.**

La organización no cuenta con un plan específico de su impacto medioambiental, pero debido a la naturaleza de nuestros servicios, sí que son evaluados los consumos de los recursos y la gestión de residuos. Así mismo en nuestras instalaciones, se promueve un consumo responsable y una gestión de residuos adecuada.

La digitalización plena ya es un objetivo cumplido,

También hemos incorporado como servicio añadido en nuestras operaciones, la realización de certificados de eficiencia energética, lo que permite al propietario promover un mejor uso de la energía y buscar fórmulas de ahorro que contribuyen a la sostenibilidad.

### **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 dirección de la empresa, mantiene permanentemente informado al personal en materia medioambiental. Se trabaja en la elaboración de un plan que evalúe de forma permanente

el impacto de la organización en materia de impacto mediambiental.

### **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**

Nuestra propia actividad alienta la economía circular, ya que promovemos la reutilización de espacios de trabajo, naves industriales y locales.

Nuestros arquitectos proyectan nuevos usos para las naves, buscando mayor eficiencia.

Además de reutilizar material de oficina y cuidamos la eliminación correcta de residuos.

### **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**

Cuando se desarrollan actuaciones en materia medioambiental, estas son comunicadas a todos los miembros de los recursos humanos de la organización, así como a los diversos círculos de interés de nuestra 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 - Capacitar a las personas de la empresa
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Disponer de presupuesto
- 6 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 7 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 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?**

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

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

La fuerte cohesión del grupo humano que forma el personal de la empresa. La comunicación entre todo el equipo humano permite que se puedan transmitir acciones y líneas de trabajo con mucha facilidad. Creemos en este valor y trabajamos con empeño en materia de comunicación para potenciarlo.

Esta comunicación tan fluida nos empuja a incorporar innovaciones tecnológicas para la mejora de la empresa.

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

Sistematizar las acciones que en materia de Responsabilidad se realizan. De esta manera, los programas que se desarrollen pueden ser evaluados, y sus resultados medibles.

Trasladar a nuestros grupos de interés, nuestras aportaciones en mejora de servicios e innovación, a través de la comunicación.

Esto nos permitirá establecer líneas de mejora.

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