

RSA - PYMES

Empresa evaluada

CUBOLIFE, S.L.

CIF:B99570434

Pol. Ind. Argualas - Nave 12

50012 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

CUBOLIFE, S.L.

02 - Dirección - CP - Población

C/ ARGUALAS - POL. IND. ARGUALAS NAVE 12 - 50012 - ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

INSTALACION Y CELEBRACION ESPECTACULOS DEPORTIVOS

04 - Año comienzo actividad.

2020

05 - Número de personas empleadas

0

06 - Persona contacto

IVAN PEREZ GIMENEZ

07 - E-mail contacto

ivan@cubolife.com

08.- Página web

www.cubolife.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)

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

1.1 Información adicional

CUBOLIFE, S.L, es una empresa de reciente creación que nace con el propósito de ser toda una revolución en el campo del deporte, la salud y el bienestar. Sus dos líneas de negocio son el diseño e instalación de gimnasios autónomos modulares y la puesta en marcha de la app CUBOLIFE que aúna salud, deporte y nutrición. Para CUBOLIFE es de gran importancia el momento en el que inicia su actividad y están muy presentes los distintos retos que se plantean a todo tipo de niveles (económico, social, medioambiental...).

Aunque el inicio de la empresa estaba proyectado antes de la llegada de la COVID-19, el momento de crisis sanitaria ha impulsado el modelo de gimnasio autónomo, como un lugar en el que se puede practicar deporte y realizar entrenamientos de forma segura, facilitando la implantación de las medidas de seguridad, con posibilidad de limpieza mediante ozono y alejado de la aglomeración y el desplazamiento que supone el concepto de gimnasio tradicional.

En cuanto al reto medioambiental, los gimnasios permiten la instalación de energía fotovoltaica, por lo que consiguen ser totalmente autónomos desde el punto de vista energético. Como uno de sus objetivos a largo plazo, CUBOLIFE se propone llegar al 0% de emisiones de CO2 y la fabricación de sus instalaciones con el 100% de materiales reciclados o reutilizados.

Creemos que debemos usar la mejor tecnología para conseguir el bienestar de las personas, por lo que las últimas novedades tecnológicas están muy presente en todas las líneas de negocio. Los distintos modelos de gimnasio cuentan con las mejores sistemas en control domótico de sonido, iluminación, acceso, climatización y videovigilancia. La conectividad 4G permite realizar los distintos entrenamientos a través de la app CUBOLIFE y seguirlos gracias a sus sistemas de vídeo y voz. La app centraliza los sistemas de entrenamiento del usuario y permite acceder a planes de entrenamiento específicos por deporte, acceso a dietas, recetas y entrenamientos psicológicos. Gracias a estas nuevas tecnologías, además de poder consultar el material accesible en la app, se puede acceder a entrenamientos en directo, realizar consultas al equipo de especialistas y acceder a todo tipo de seminarios y webinars relativos a cocina, nutrición y otros temas de salud y bienestar. Por último, no podemos olvidarnos de las redes sociales, su gran alcance permite mostrar contenido y son de gran ayuda para difundir temas y hábitos saludables, por lo que su uso es continuo en CUBOLIFE.

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

Si

2.1. Información adicional

Creemos que las PYMES sí pueden enfrentarse de forma individual a estos temas, ya que nos encontramos en un mundo globalizado, en el que gracias a las nuevas tecnologías, hasta la empresa más pequeña puede abrirse camino, tener influencia y promover cambios de una forma que hace años era impensable, pero también creemos firmemente en las alianzas que pueden establecerse y en la fuerza que dan la unión y los acuerdos entre agentes por ejemplo de la misma zona geográfica o del mismo sector, para beneficiarse de puntos en común y entre todos, emprender los caminos de cambio que sean necesarios.

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 plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

3.1. Información adicional

Los aspectos sociales y medioambientales, están estrechamente unidos a la actividad de la empresa. La preocupación por la salud y el bienestar de la sociedad es la prioridad del programa de bienestar corporativo, que está en continua revisión y actualización y la instalación de los cubos portátiles se hace siempre de la forma más sostenible medioambientalmente posible.

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

En los primeros años de actividad no se ha realizado ninguna inversión de este tipo. Para próximos ejercicios se destinará la cantidad necesaria en función de los planes que se pongan en marcha.

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

Los principales grupos de interés identificados son: clientes, proveedores y colaboradores. Si bien la gestión de clientes y proveedores es más habitual en las empresas y se desarrolla en puntos posteriores, queremos subrayar y hacer especial hincapié en el papel de colaboradores. Como colaboradores en CUBOLIFE identificamos a todos aquellos expertos y profesionales en entrenamientos deportivos, fisioterapeutas, nutricionistas y psicólogos que colaboran de forma habitual y permiten entrenar y llevar a cabo un plan nutricional y aquellos que participan en momentos puntuales y que realizan clases

on-demand o webinars de distintas materias.

En cuanto a la gestión, el grupo de interés con el que se realiza una mayor labor es el de clientes y dentro de él, el de clientes potenciales. Mientras que para la puesta en marcha del programa de bienestar se tiene identificado como cliente, las empresas que desean ofrecer el programa a sus empleados, para la instalación de los gimnasios modulares se identifican cuatro grandes clientes potenciales: empresas, hoteles, ayuntamientos (principalmente de municipios pequeños) y clubes deportivos.

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

Las posibilidades a la hora de desarrollar las distintas actividades que ofrece CUBOLIFE son infinitas y por eso se hace tan necesaria la comunicación con los distintos grupos de interés. Así por ejemplo, dentro del stakeholder de clientes, identificamos las empresas que contratan un programa de bienestar para sus empleados. En la primera fase de implantación de este programa, ya necesitamos conocer cuáles son los objetivos de los trabajadores para poder ofrecer el contenido más acorde a sus expectativas, por lo que se realiza una fase de consultoría en la que se concretan cuáles son los objetivos, así como los días y horas en los que los usuarios desean entrenar, periódicamente se hace un seguimiento del programa desarrollado y es muy frecuente la comunicación con el cliente. Otros ejemplos de este diálogo son los seminarios y cursos on-demand que realizan nuestros expertos a petición de los trabajadores que están participando en el programa de bienestar.

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

En este momento la empresa la componen los dos socios fundadores y no hay ninguna persona contratada.

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

Por la propia filosofía de empresa se hará partícipe en el espíritu de crecimiento y superación a todos los empleados que se contraten.

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

El hecho de participar en el programa ARAGON EMPRESA del Gobierno de Aragón para recibir el sello de Responsabilidad Social de Aragón, es el primer paso a la hora de formalizar y ordenar el trabajo desarrollado en materia de Responsabilidad Social, en una empresa que creemos tiene mucho que decir y aportar en este tema. Por un lado por la promoción del deporte y sus valores, así como de un estilo de vida saludable y de bienestar, por otro por la utilización de "cubos" de entrenamiento, nuestros gimnasios modulares, equipados con la última tecnología que utilizan la energía renovable y son respetuosos con el medio en el que se ubiquen, además la plena autonomía de estos gimnasios, permiten llegar a lugares como pequeños municipios y luchar contra la despoblación rural. Por último, la puesta en marcha de los programas de bienestar en empresas que decidan contratarlo, permiten mejorar en estas sociedades el compromiso, el clima laboral, el posicionamiento, la imagen y el trabajo en equipo, reduciendo a su vez el absentismo y el estrés.

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

Hasta el momento los objetivos e indicadores utilizados han sido establecidos a nivel general en cada una de las áreas descritas en el anterior punto.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

11.1. Información adicional

Respecto a los clientes de los gimnasios modulares, se realizan encuestas periódicas para conocer su grado de satisfacción, conocer cuáles son las necesidades de los usuarios y si estas necesidades cambian con el tiempo, Los gimnasios se diseñan según el material de entrenamiento solicitado por el cliente, pero este material puede adaptarse según cambien las necesidades o el público al que va dirigido (jóvenes, deportistas alto rendimiento, tercera edad...).

Los mecanismos utilizados en el programa de bienestar corporativo son diversos formularios en el momento de alta de los usuarios y encuestas posteriores para realizar un seguimiento del programa en el que se pueda evaluar resultados y cumplimiento de

objetivos. Además la app permite realizar un seguimiento y analizar diversos datos (entre ellos el grado de satisfacción).

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

Gracias al resultado de los distintos cuestionarios se realiza un seguimiento mensual del progreso del programa, este resultado sirve para la gestión interna de la satisfacción del cliente, la identificación de mejoras y en el caso del programa de bienestar a empresas, es utilizado además para informar directamente al departamento de recursos humanos de la empresa sobre el cumplimiento de objetivos, novedades y mejoras a implantar.

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

La oferta de material disponible en la app se revisa continuamente y en ella se incluyen nuevos servicios, metodologías y entrenamientos que puedan ayudar a los usuarios a alcanzar un alto nivel de bienestar tanto físico como psicológico. El objetivo es ser referente en productos tecnológicos que permitan la práctica de deporte en cualquier lugar, por lo que se presta gran atención a la innovación. Los socios son auténticos apasionados de la tecnología y el deporte, por lo que conocen de primera mano las últimas novedades en ambos campos y dedican gran esfuerzo a su estudio y adaptación en los servicios y productos ofertados.

Calidad de los productos y servicios

14.- ¿Cómo realiza su organización la producción del producto o la prestación del servicio?

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

14.1. Información adicional

Se busca dar un servicio de calidad, innovador y actualizado a la realidad social del momento, así por ejemplo, en el programa de bienestar corporativo, se han integrado nuevas clases, seminarios y webinars de temas que la sociedad demanda como Organización en el trabajo, Gestión del tiempo o Salud mental.

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

Al igual que la puesta en marcha de los productos y servicios ofertados, el servicio post venta se realiza de una forma eficiente y con total transparencia para el cliente.

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

En la web www.cubolife.com están disponibles las fichas de los productos disponibles. Además, una vez que el cliente se interesa y solicita presupuesto, se detallan todas las características de los aparatos a incluir en el gimnasio modular elegido.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalúa

17.1. Información adicional

En estos momentos no hay ninguna persona empleada.

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)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

No se han desarrollado actividades hasta el momento porque no ha sido necesario. La única persona empleada hasta ahora era mujer. Creemos firmemente en la igualdad de oportunidades y en la no discriminación por razón de género, discapacidad, orientación sexual o religión.

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 conciliación personal, familiar y laboral especificarlas.

Aunque no se han desarrollado por escrito actuaciones específicas como tal, la persona empleada ha contado con todas las facilidades a la hora de flexibilizar su horario y desarrollar su labor pudiendo conciliar vida personal y laboral. Ese es el propósito a seguir desarrollando en el caso de que haya alguna nueva contratación de personal.

Formación y desarrollo profesional

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

No hay una identificación formal de las necesidades de formación.

20.1. Información adicional.

Por la situación en la que nos encontramos, sin personal contratado, no se ha realizado una identificación formal de las necesidades de formación. En el 2023 se ha contado con la colaboración de una persona en período de prácticas, la cual ha podido mejorar sus competencias técnicas y personales y mejorar su formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal.

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.

Las personas que han trabajado hasta ahora en CUBOLIFE han tenido a su disposición la gran oferta de cursos, seminarios y webinars que la empresa oferta en su programa de bienestar corporativo, con el fin de mejorar sus competencias a nivel profesional pero sobre todo orientadas a poder desarrollar de una forma sana y saludable su estado personal.

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.

Muchas de estas medidas las proporciona la app de CUBOLIFE y están disponibles para las personas empleadas, en el caso de que las haya.

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.

A la hora de elegir los servicios ofrecidos se consideran tanto aspectos medioambientales como sociales. Para equipar los cubos de entrenamiento con material deportivos así como para la instalación en sí, se priman los productos de cercanía, fabricados en España o en su defecto en Europa.

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 prima la compra local y para la app y los programas de bienestar, se trabaja con profesionales conocidos y con gran trayectoria en materias como nutrición, psicología, yoga, fitness... Profesionales conocidos y de confianza para garantizar un servicio de calidad.

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.

Cuando se desarrollan este tipo de proyectos, se vinculan a la cultura y actividad de la empresa, con el fomento del deporte y de una vida saludable como principal objetivo. Además, como ya se ha mencionado anteriormente, el objetivo de implementar los gimnasios en pequeños municipios ayudará a luchar contra la despoblación rural y se podrá colaborar con acciones que persigan este mismo objetivo.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Además de la vinculación con proyectos deportivos, en la propia filosofía de la empresa está el llevar los productos de CUBOLIFE a municipios con poca población, ayuntamientos de menos de 500 habitantes, numerosos en la Comunidad de Aragón, y ofrecer allí un servicio que ayude al mantenimiento y desarrollo de esas poblaciones, luchando contra uno de los males más habituales del momento como es la despoblación rural.

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

Si bien en estos momentos no hay personas empleadas, sí se difunde a los grupos de interés identificados.

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

Toda la comunicación y fomento de buenas prácticas se canaliza a través de las redes sociales, lo que permite evaluar el alcance y los impactos que se han obtenido.

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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

29.1. Información adicional.

Como ya se ha mencionado anteriormente, se busca el 0% de emisiones de CO2 y fabricación con el 100% de materiales reciclados o reutilizados. Se investigará cómo transformar la energía que generan los clientes durante sus entrenamientos, en energía para la autonomía del gimnasio, y así poder reducir el número de placas fotovoltaicas.

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 público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

30.1. Información adicional.

El compromiso de la empresa es más que público y es una de las razones de ser de CUBOLIFE. Acercar unos servicios a los usuarios con el menor impacto posible en el entorno y aprovechando todos los recursos de una forma sostenible para luchar contra el cambio climático.

Economía circular

31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?

No se han desarrollado iniciativas o proyectos orientados a la economía circular

31.1. Información adicional

Los residuos generados con la actividad de CUBOLIFE son mínimos, ya que en el último año, la principal actividad e idea de negocio, ha sido la formación online en materias como la nutrición, la salud mental, en definitiva, el bienestar físico y mental de los usuarios de la app. Todo ello de forma online, lo que facilita el llegar hasta cualquier punto sin la formación de ningún tipo de residuo. En cuanto a los cubos de entrenamiento, como ya se ha indicado, se busca la utilización de materiales 100% reciclados y la reutilización de los materiales deportivos en el mismo o en distinto cubo de entrenamiento.

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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

32.1. Información adicional

La sostenibilidad medioambiental, el uso 100% de energía solar y el 0% de impacto en el entorno, es una de las razones de ser de CUBOLIFE por lo que sí se comunica habitualmente esta información corporativa tanto en su página web como en las publicaciones de las distintas Redes Sociales, para que llegue sobre todo a sus grupos de interés.

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

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?

9

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

La idea de negocio está totalmente proyectada para conseguir el bienestar de la sociedad y a la vez, la sostenibilidad mediambiental.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Al llevar tan poco tiempo de actividad, aún no se han desarrollado planes formales de actuación en distintos campos (clasificación de los proveedores, de acciones sociales...) con sus respectivos objetivos e indicadores.

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 3. Salud y bienestar.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.