

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**OBTURA CREACION AUDIOVISUAL SOCIEDAD  
COOPERATIVA**

CIF:F02899672

Avenida de las Torres, Núm. 39 Casa 3, 8ªa  
50008 - Zaragoza  
Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

OBTURA CREACION AUDIOVISUAL, SOCIEDAD COOPERATIVA

#### 02 - Dirección - CP - Población

Avenida de las Torre, núm. 39 casa 3. 8ªA - 50008 - ZARAGOZA

#### 03 - Sector. Actividad

PRODUCCION AUDIOVISUAL. MARKETING AUDIOVISUAL, VIDEO Y FOTOGRAFIA,

#### 04 - Año comienzo actividad.

2.020

#### 05 - Número de personas empleadas

TRES.

#### 06 - Persona contacto

Rubén MOLLEDO NEBRA.  
D.N.I. núm. 76.924304E.  
Tfno.. 648248639

#### 07 - E-mail contacto

[info@obtura.tv](mailto:info@obtura.tv)

#### 08.- Página web

[obtura.tv](http://obtura.tv)

### 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**

Cualquiera de los puntos mencionados en la pregunta tienen un impacto muy relevantes en nuestra empresa como en la sociedad y así lo reflejamos en nuestros objetivos y en nuestros planes a corto, medio y largo plazo. Queremos acercar la imagen, la realidad y actualidad a todos nuestros proyectos audiovisuales por lo que los temas económicos, políticos, medioambientales, y por supuesto los tecnológicos y sociales nos afectan enormemente.

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

No

#### **2.1. Información adicional**

Cada vez estamos más convencidos que el individualismo en cualquiera de los temas que estamos tratando no conseguirán los objetivos planificados y proyectados. En un mundo cada vez mas globalizado esta claro que "la unión hace la fuerza" en el tema empresarial con más incidencia si cabe.

Nos ponemos en contacto con otras empresas del sector a la vez que con federaciones y asociaciones de medios audiovisuales, para entre todos comentar y difundir la problemática del sector y poner en común soluciones y propuestas conjuntas.

## **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**

Dentro de nuestra organización, siendo una empresa de reciente creación, se ha planteado ya desde sus comienzos, retos sociales, económicos y ambientales como así lo indican nuestros estatutos, sus objetivos y la forma de planificar y trabajar. Tratando en muchos de nuestros proyectos siempre con una visión comprometida con la defensa de los aspectos sociales, de igualdad y protección del medio ambiente.

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

#### 4.1. Información adicional

Como hemos mencionado, siempre y por la importancia que damos a los problemas sociales y ambientales una parte de los esfuerzos tanto económicos como personales y profesionales se dedican a proyectos de defensa de retos sociales y medioambientales, siempre estudiando y verificando que los mismo se dediquen a los objetivos propuestos en estos ámbitos.

### 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

Realmente damos una gran importancia a una línea de comunicación y dialogo con todos los grupos que intervienen en nuestra vida empresarial:

Enfocamos nuestros mayores esfuerzos en que los clientes interactúen con nosotros realizando innumerables reuniones para enfocar claramente sus expectativas y deseos.

Otro punto importante es el de los empleados que forma parte de la organización pues se valora enormemente sus iniciativas y pretensiones, intentado conciliación familiar, descansos etc..

Organismos públicos, medios de comunicación, otras empresas del sector con las que colaboramos, asociaciones etc. configuran el tejido clave en nuestra organización, ya que su favorable acogida suponen nuestros éxitos profesionales.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

#### 6.1. Información adicional

Con cada grupo de interés que conforman nuestra organización y áreas de trabajo, se estudian necesidades, estudios de mercado, colaboraciones conjuntas, reuniones periódicas para que exista un dialogo fluido y en ambas direcciones con cada uno de ellos.

Se participa en reuniones de asociaciones del sector, asi como de ferias y jornadas relativas al mundo audiovisual, para estar al día de tendencias y nuevas innovaciones técnicas, de marketing y de difusión

### 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 código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

#### 7.1. Información adicional

Efectivamente existe un código de conducta que engloba los diferentes sectores que

componen la organización y que a medida que surgen nuevas vicisitudes o alguna de las partes afectadas así lo consideran se pasa a revisar, mientras los objetivos se cumplen y su funcionamiento es correcto se sigue su ejecución.

este código de conducta se revisa anualmente, al concluir el año y se actualiza con nuevas propuestas tanto de la organización como de los trabajadores de la empresa.

De esa puesta en común salen las conclusiones que harán que se actualicen los diferentes sectores.

## **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**

Cada elemento que conforma la organización es parte imprescindible para la misma, por eso se hace un gran esfuerzo para que todos los integrantes tomen como suyo cada uno de los objetivos y proyectos que se realizan, por lo que se informa puntualmente.

Como hemos dicho se hacen puestas en común de carácter semanal en las que se programan y planifican líneas de actuación así como se hace un calendario exhaustivo y pormenorizado de los diferentes trabajos, compromisos y actuaciones a realizar

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

### **9.1. Información adicional**

De ahí la importancia que hemos establecido en formar parte de este proyecto RSA, se están planificando actualmente tanto el plan como los objetivos de una forma mas ambiciosa que hasta ahora teníamos. En este periodo 2024/2025 es una de nuestras mas importantes preocupaciones, por lo se estudian en todo momento posibilidades de mejora, de formación en estos aspectos para definir una estrategia perfecta de cara a nuestra empresa. Renovamos pues nuestro compromiso con el plan general de Responsabilidad Social, siendo, como digo uno de nuestros principales objetivos de mejora.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

### **10.1. Información adicional**

Aunque en el proyecto que estamos estudiando actualmente, como hemos dicho, nuestros objetivos van a ser mucho mas ambiciosos desde el punto de vista social y medioambiental, actualmente están en estudio todas estas reformas. En este periodo 2024/2025 ya se ha establecido un plan estratégico con objetivos definidos en cuanto a la responsabilidad social.

## **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**

Al existir un trato bastante cercano con nuestros clientes, comentamos frecuentemente el grado de satisfacción de los mismos con los proyectos desarrollados; ahora bien, a medida que va aumentando la cartera de clientes esta previsto como proyecto inmediato realizar un plan metodológico para conocer fehacientemente el grado de satisfacción y propuestas de mejora.

se utilizan también las redes sociales y las valoraciones de los clientes para llegar a conocer el grado de satisfacción de los mismos, interactuando en todo momento con ellos, a través de reuniones presenciales, y on line.

#### **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 su implantación

##### **12.1. Información adicional**

Como veníamos diciendo, partiendo de una relación cercana, la comunicación es directa, pero está en proyecto la realización de una plan de conocimiento de satisfacción y mejora de cara a los clientes. este plan a que hacíamos referencia en años anteriores se ha puesto en marcha este año con un grado de satisfacción muy importante.

### **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**

Actualmente estamos desarrollando sondeos y estudios de mercado de cara a proyectar nuevos productos, también intentar expansión en nuevas zonas y mercados; así como establecer productos novedosos e impactantes. Todo en proyecto, pero determinados a llevarlo a cabo a medio plazo. En este periodo 2024/2025 es una de nuestras mas importantes preocupaciones, por lo se estudian en todo momento posibilidades de mejora, de formación en estos aspectos para definir una estrategia perfecta de cara a nuestra empresa, ya que la innovación de productos es la clave de mejora en el mercado.

### **Calidad de los productos y servicios**

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio

y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

#### **14.1. Información adicional**

Los aspectos ambientales y sociales han estado presente desde la creación de la organización, las buenas practicas, el hacer lo correcto satisfaciendo necesidades han sido siempre y desde su origen parte importante en la planificación y desarrollo de nuestra empresa. La responsabilidad social empresarial es clave en nuestra forma de trabajar.

#### **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**

El servicio post-venta, al ser un servicio de producción audiovisual en el área de marketing audiovisual, esta abierto a revisiones del producto, actualizaciones, variaciones etc. para ofrecer un servicio integral y programado, aunque no existe un diseño preconcebido u organizado.

### **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**

La transparencia es una de las cualidades mas perseguidas en nuestra empresa, ofreciendo al cliente una información integral del servicio que realizamos, pros y contras de cada uno de ellos, problemática y dificultad, así como una visión realista del producto final que ofrecemos. también mostramos resultados anteriores y de similar categoría y trabajo para que el cliente vea realmente nuestra forma de trabajar así como los resultados obtenidos con otros clientes y trabajos

### **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, se identifican mejoras y se implantan.

##### **17.1. Información adicional**

Al ser una cooperativa de trabajo asociado, diariamente existe un contacto estrecho entre los socios trabajadores, haciendo reuniones diarias de programación del trabajo. Así como se establecen turnos de vacaciones, descanso etc. totalmente consensuado y estudiado. mediante reuniones semanales de programación del trabajo a realizar, así como puestas en común entre cada uno de los empleados buscando una compenetración fundamental en nuestro día a día.

En este periodo 2024/2025 es otra de nuestras mas importantes preocupaciones, por lo se estudian en todo momento posibilidades de mejora, de formación en estos aspectos para definir una estrategia perfecta de cara a 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.**

Como venimos diciendo, por la peculiaridad de nuestra empresa, al ser una cooperativa de socios que trabajan, existe una normativa de acceso clara y estudiada por la cual se respetan los principios de igualdad en todo momento.

Si bien existe un proyecto de realizar un programa de seguimiento de igualdad de oportunidades a la hora de contratación de trabajadores en un futuro próximo..

## **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.**

Se tiene especial cuidado en todo lo relativo a la conciliación familiar de los trabajadores, Poniendo especial hincapié en temas relativos a cuidados de familiares, vacaciones, etc.

## **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 tiene una especial preocupación y dedicación a la formación permanente en todos los ámbitos del trabajo desarrollado, para estar lo mas actualizados posible, tanto en materia económica, personal y técnica.

### **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.**

Hay una constante preocupación por la formación en todos los ámbitos, aunque por motivos de caudal de trabajo puede desarrollarse en horario no laboral, existe un proyecto de plan formativo que en este momento estamos desarrollando.  
se intenta una continua actualización técnica y material, mediante jornadas y cursos formativos, tanto a nivel personal como a nivel de empresa

## **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 a estudiado pormenorizadamente los temas de seguridad laboral, salud de los trabajadores de la empresa y existe un plan de seguridad y salud, que actualmente se esta revisando y poniendo al día.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

#### **23.1. Información adicional.**

Existe en nuestra empresa una gran preocupación por el desarrollo de líneas de comunicación y dialogo bidireccional con los proveedores de materiales, herramienta y servicios utilizados por nuestra organización para la realización de trabajos de calidad, que es lo que perseguimos. Es una de nuestras máximas preocupaciones, planteando planes de formación y desarrollo en este aspecto.

Cada vez mas se cuida la realización de compras responsables, en todos los ámbitos, social, ambiental y económico.

En este periodo 2024/2025 es una de nuestras mas importantes preocupaciones, por lo se estudian en todo momento posibilidades de mejora, de formación en estos aspectos para definir una estrategia perfecta de cara a nuestra empresa.

### **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.**

Como he dicho anteriormente, es uno de los puntos considerados mas importantes en nuestra empresa evaluación de proveedores y clasificación con criterios de sostenibilidad, aspectos sociales, de igualdad y proximidad. En este nuevo periodo 2024/2025 insistimos en todos estos temas, incidiendo en criterios de sostenibilidad.

### **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?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

##### **25.1. Información adicional.**

Se intenta trabajar para dar publicidad a proyectos de calado social, siempre desde el prisma del audiovisual. Se programa regularmente acciones formativas para los miembros de la empresa así como se participa en asociaciones y ONG,s preocupadas de temas sociales y de igualdad.

Se esta implementado de forma gradual la participación de Obtura Creación Audiovisual en trabajos de Acción Social, de participación ciudadana y de búsqueda de un impacto social de los trabajos que se realizan. Hay pensado para el futuro la creación de jornadas, premio o jornadas culturales y de acción social

#### **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.**

Como comentamos hemos participado en proyectos audiovisuales dentro de la estrategia de dar publicidad a temas sociales, se han realizado regularmente pequeños audiovisuales sobre temas de igualdad, juventud, temas de prevención de soledad de personas mayores, etc. pequeños videos para dar visibilidad a estos problemas. existe una importante preocupación por temas como violencia de genero, maltrato infantil etc.

#### **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**

Dentro de los fines y proyectos de nuestra organización esta la formación integral de sus miembros, la transmisión de valores que nos acerquen a una sociedad mas justa e igualitaria, siempre intentamos que este sea nuestro plan de cara a integrantes, clientes y futuros proyectos.

## **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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **28.1. Información adicional**

Efectivamente, redes sociales y medios de comunicación son para nosotros mecanismos imprescindibles de participación en el entorno social de nuestra ciudad y nuestra comunidad, haciendo partícipes a todos ellos de nuestras inquietudes sociales y de nuestros proyectos empresariales y de formación.. Utilización importantísima son las redes social, en las que pretendemos tener una presencia constante.

## **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.**

Se tiene en cuenta el efecto de impacto ambiental que puede significar los trabajos que realizamos. se coordinan acciones preventivas y se estudian alternativas en el caso de que se presenten opciones mas beneficiosas para el medio ambiente. Hay una verdadera concienciación en nuestra organización. Se siguen implementando las labores de estudio de impacto ambiental en cuanto a los trabajos que se realizan, respetando en todo momento el medio en el que nos encontramos, bien sea natural o urbano

### **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.

#### **30.1. Información adicional.**

De este compromiso a nivel interno se desprende la necesidad de participar públicamente en compromisos mas intensos a nivel de cambio climático. Concienciados internamente

deseamos hacerlo públicamente a través de iniciativas como esta que nos presenta el Programa Empresa Aragón. Este compromiso pasa a ser publico un año mas en esta actualización del programa RSA 2025, desde el que fidelizamos nuestro compromiso con el plan social de Aragón

## **Economía circular**

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

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

#### **31.1. Información adicional**

Existe una concienciación plena de nuestra organización sobre la economía circular, una necesidad de transición a fuentes renovables de energía, basada en eliminar residuos y contaminación desde el diseño. Mantener productos y materiales en uso. Regenerar sistemas naturales. Esta es nuestra clara apuesta. Hemos comenzado como organización a la evaluación continua de medios renovables de energía, reutilizando de envasados. Y estudios de sostenibilidad de nuestro entorno

## **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 esta proyectando una mayor implicación de nuestra organización en este ámbito, de ahí la participación en el presente proyecto, para dar a conocer estas necesidades de protección ambiental tanto dentro como fuera de la empresa a todos las personas y grupos con las que establecemos alguna comunicación o relación,

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

10 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente

### **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?**

Un punto fuerte para nosotros sería buscar la calidad del producto, de forma transparente, competitiva, responsable con el medio ambiente y con las personas que forman parte de la empresa y de nuestro entorno clientes y proveedores. Además de estas consideraciones damos cada vez mas importancia a que el servicio sea tecnológicamente puntero y competitivo, buscando un precio ajustado pero no por eso rebajando en ningún momento la calidad del producto. buscamos el compromiso social como punto fuerte y realizamos acciones desde el punto de vista social hacia la comunidad.

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

Área de mejora para nosotros sería principalmente la gestión administrativa, coordinación con entes públicos, soluciones y solicitudes de temas de gestión, subvenciones etc Proyecto sostenible y de compromiso social sería muy importante implementarlo y desarrollarlo.. además de lo indicado en líneas anteriores deberíamos de incidir mayormente si cabe en temas de gestión, aunque el kit digital no has proporcionado nuevas posibilidades de hacer llegar nuestro producto a mucho mas publico a través de pág. web etc.

### **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 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.