

RSA - PYMES

Empresa evaluada

AACIIS CONSULTING

CIF:B50671999

C/ Rioja 9

50017 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

AACIIS CONSULTIN GROUP SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ RIOJA 9 LOCAL 4F 50017 ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

CONSULTORÍA DE INGENIERIA Y MEDIO AMBIENTE

04 - Año comienzo actividad.

1996

05 - Número de personas empleadas

8

06 - Persona contacto

DANIEL ROYO AISA

07 - E-mail contacto

administracion@aciiis.es

08.- Página web

<https://www.aciiis.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)

1.1 Información adicional

Como organización comprometida con la sostenibilidad y la responsabilidad social, contamos con un análisis estructurado y periódico de los temas globales que pueden afectar directa o indirectamente a nuestra actividad. Este análisis contempla aspectos económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos y sociales, valorando su impacto y relevancia sobre nuestra operativa y estrategia a largo plazo.

Este enfoque nos permite anticiparnos a riesgos y oportunidades, e integrar en nuestros planes de acción medidas que garanticen tanto la continuidad del negocio como una contribución positiva al entorno. Implementamos iniciativas concretas, como políticas de eficiencia energética, formación continua para nuestro equipo, y colaboraciones con entidades públicas que refuercen nuestro compromiso con el desarrollo sostenible. Además, evaluamos los resultados obtenidos para asegurar una mejora continua en nuestras prácticas.

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

2.1. Información adicional

Creemos firmemente que las PYMES, aunque cuenten con recursos más limitados en comparación con grandes organizaciones, tienen una capacidad real para abordar los retos globales si adoptan un enfoque colaborativo y comprometido con sus grupos de interés.

Desde nuestra experiencia, la clave está en establecer sinergias con proveedores, clientes, instituciones públicas y el entorno local, generando redes de apoyo que permitan compartir conocimientos, buenas prácticas y recursos. A través de este enfoque, logramos implementar acciones significativas en ámbitos como la sostenibilidad ambiental, la igualdad o la digitalización, sin necesidad de contar con estructuras complejas o presupuestos millonarios.

El compromiso, la adaptabilidad y la cercanía al entorno son ventajas competitivas que permiten a las pequeñas organizaciones contribuir de forma activa y responsable a los grandes desafíos sociales y económicos.

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?

3.1. Información adicional

Nuestra organización incluye de forma voluntaria y proactiva tanto los aspectos sociales como los ambientales en la planificación de su actividad, con una visión estratégica que

abarca el corto, medio y largo plazo. Esta planificación va más allá del mero cumplimiento legal, buscando generar un impacto positivo en nuestro entorno y en todas las personas vinculadas a nuestra actividad.

Desde políticas de conciliación y formación interna, hasta la implementación de medidas para la eficiencia energética, el uso responsable de recursos o la colaboración con proyectos de impacto social, nuestra estrategia integra la sostenibilidad como un eje transversal. Además, revisamos periódicamente nuestras acciones para asegurar su alineación con nuestros valores y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Creemos que incorporar estos aspectos no solo es una responsabilidad ética, sino una oportunidad para fortalecer la resiliencia y competitividad de la empresa a largo plazo.

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

4.1. Información adicional

En nuestra organización, somos conscientes de la importancia de contribuir al desarrollo social y medioambiental de nuestro entorno. Por ello, en función de la planificación anual y los proyectos concretos que se ponen en marcha, destinamos una parte de nuestros recursos económicos a iniciativas que consideramos de valor para la sociedad o el medio ambiente.

Esta asignación no está fijada como un porcentaje cerrado del beneficio, sino que se define de manera flexible, atendiendo tanto a la viabilidad de cada ejercicio como al impacto y oportunidad de los proyectos en cuestión. Esta metodología nos permite adaptar el esfuerzo económico a la realidad de la empresa, garantizando que la contribución, aunque modesta, sea efectiva y con sentido.

Entre las actuaciones realizadas en años anteriores se encuentran pequeñas colaboraciones con entidades locales, participación en campañas de concienciación, y mejoras en nuestras prácticas internas orientadas a la sostenibilidad y el bienestar del equipo.

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.

5.1. Información adicional

Nuestra organización tiene identificados los principales grupos de interés con los que interactuamos de manera directa e indirecta en el desarrollo de nuestra actividad. Entre ellos se encuentran nuestros empleados, clientes, proveedores, entidades públicas, colaboradores y asociaciones locales, con quienes mantenemos relaciones estables y

bidireccionales.

Reconocemos la importancia de estos colectivos en el crecimiento y sostenibilidad de nuestra empresa, por lo que procuramos establecer canales de comunicación fluidos, transparentes y respetuosos, que nos permitan conocer sus necesidades, expectativas y sugerencias.

Si bien no aplicamos una gestión individualizada formal para cada grupo, sí adaptamos nuestras acciones y comunicaciones en función del perfil y la relación que mantenemos con cada uno de ellos, con el objetivo de fomentar relaciones responsables y de confianza mutua.

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

6.1. Información adicional

En nuestra empresa, la identificación de las necesidades y expectativas de los distintos grupos de interés se realiza principalmente a través de un contacto directo, frecuente y cercano. Gracias a nuestro tamaño y estructura, mantenemos una comunicación ágil con clientes, empleados y proveedores, lo que nos permite recoger su opinión de manera continua y adaptarnos a sus requerimientos de forma práctica y efectiva.

Aunque no contamos actualmente con herramientas formales sistematizadas como encuestas periódicas o procesos de consulta estructurados, sí existe un esfuerzo consciente por parte de la dirección para interpretar y valorar los comentarios recibidos en el día a día. Esta información se tiene en cuenta en la toma de decisiones operativas y en la mejora de nuestros procesos y servicios.

A medida que la organización crece, consideramos importante avanzar hacia sistemas más formales de recogida y análisis de información, con el objetivo de fortalecer aún más nuestra relación con los distintos colectivos vinculados a nuestra actividad.

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?

7.1. Información adicional

La organización dispone de un documento que recoge las principales pautas de actuación y normas básicas de comportamiento, que se entrega a cada persona al incorporarse al equipo. Este manual, de carácter práctico, funciona como una guía de bienvenida y facilita la integración en la cultura de la empresa, aportando claridad sobre las responsabilidades, valores y procedimientos que guían nuestro trabajo diario.

Los gestores y responsables conocen este documento y lo utilizan como referencia para asegurar una correcta transmisión de los principios organizativos, fomentando un entorno

de trabajo coherente, profesional y alineado con nuestra visión empresarial.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

8.1. Información adicional

Desde el momento de la incorporación, se informa a todas las personas que trabajan en la empresa sobre los valores, el propósito y los objetivos estratégicos que guían nuestra actividad. Esta información se transmite a través de un proceso de acogida informal pero claro, reforzado con la implicación directa de los responsables y el ejemplo diario en la gestión del trabajo.

Nuestro tamaño nos permite mantener una comunicación cercana y constante, lo que facilita la interiorización de estos principios por parte de todo el equipo. Aunque no disponemos de un plan específico de formación en cultura organizacional, los valores están presentes de forma transversal en las decisiones, en la forma de trabajar y en la relación con clientes y proveedores.

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

Nuestra organización se encuentra actualmente en una etapa inicial pero activa en lo que respecta a la implantación de la Responsabilidad Social. A lo largo del último año hemos comenzado a poner en marcha diversas acciones relacionadas con la sostenibilidad, la mejora de condiciones laborales, la igualdad de oportunidades, y la relación con nuestro entorno más cercano.

Estas actuaciones responden tanto a una motivación ética como a una visión estratégica de futuro, entendiendo que la Responsabilidad Social no es solo un elemento diferenciador, sino también un camino para construir una empresa más sólida, comprometida y sostenible.

Aunque no contamos todavía con un plan formalizado, estamos trabajando en establecer una base sólida sobre la que desarrollar una estrategia más estructurada y con objetivos claros en los próximos meses.

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

10.1. Información adicional

Nuestra organización ha comenzado a plantear objetivos e indicadores generales para

algunas de las acciones que estamos desarrollando en el marco de la Responsabilidad Social. Aunque aún no contamos con un sistema de seguimiento detallado ni objetivos específicos para cada línea de actuación, sí existe una voluntad clara de medir el impacto de nuestras decisiones en aspectos como el entorno social, laboral o medioambiental.

Estos primeros pasos nos permitirán, a medida que madure nuestra estrategia, avanzar hacia una planificación más detallada y orientada a resultados, que se integrará de forma progresiva en nuestra gestión general.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Nuestra organización dispone de una metodología establecida para conocer la satisfacción de nuestros clientes, la cual aplicamos de forma periódica, al menos una vez al año. Esta herramienta nos permite recoger de manera estructurada su opinión sobre nuestros productos y servicios, así como detectar oportunidades de mejora y reforzar aquellos aspectos más valorados.

Además de la encuesta anual, mantenemos canales abiertos para la comunicación continua con nuestros clientes, lo que complementa la información obtenida y facilita una respuesta ágil ante cualquier necesidad o sugerencia.

Gracias a este enfoque, no solo medimos la satisfacción, sino que también fomentamos una relación de confianza y mejora continua, adaptándonos a sus expectativas de forma proactiva.

12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?

12.1. Información adicional

Nuestra organización identifica mejoras en el servicio a través de distintos canales, incluyendo el contacto directo con los clientes, los resultados de encuestas de satisfacción y la experiencia diaria del equipo. Estas mejoras, una vez detectadas y valoradas, se trasladan de forma práctica a nuestros procesos, ajustando procedimientos, modificando productos o incorporando nuevas formas de trabajo cuando es necesario.

Gracias a la estructura ágil de la empresa, podemos reaccionar con rapidez y flexibilidad, lo que permite implantar cambios de forma eficaz sin depender de estructuras complejas. Este enfoque nos ha permitido mejorar progresivamente la experiencia del cliente, adaptarnos a nuevas necesidades y mantener un nivel de servicio competitivo y centrado en la calidad.

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?

13.1. Información adicional

En nuestra organización realizamos un seguimiento constante del mercado y de la competencia, lo que nos permite detectar tendencias, nuevas demandas de los clientes y mejoras aplicables a nuestros productos o servicios. Esta observación se lleva a cabo de forma no estructurada, pero representa una herramienta útil para mantenernos actualizados y mejorar nuestra propuesta de valor.

Gracias a esta vigilancia informal, hemos podido incorporar cambios y adaptaciones que responden a las expectativas de los clientes y a la evolución del sector, todo ello de manera ágil y flexible, sin necesidad de estructuras formales de I+D.

Este enfoque nos permite innovar de forma práctica y centrada en las necesidades reales del mercado, dentro de las posibilidades y recursos de nuestra organización.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

En nuestra organización se integran, de forma consciente, criterios sociales y ambientales en la prestación de nuestros servicios. Aunque no contamos con un sistema de análisis sistemático o formalizado, sí tomamos decisiones responsables en el día a día para asegurar que nuestras actividades se desarrollan de manera ética, sostenible y respetuosa con el entorno.

Esto incluye, por ejemplo, un uso eficiente de los recursos, la elección de materiales o proveedores que se alineen con nuestros valores, así como el compromiso con unas condiciones laborales justas y un trato ético hacia clientes y colaboradores.

Estas acciones forman parte de nuestra cultura de trabajo y responden a una voluntad real de ofrecer servicios responsables, alineados con las expectativas sociales actuales y con nuestro compromiso como empresa.

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

15.1. Información adicional

Nuestra organización ofrece un servicio postventa orientado a atender de manera ágil y personalizada las consultas, dudas o incidencias que puedan surgir tras la entrega de

nuestros productos o la prestación de nuestros servicios. Mantenemos una comunicación directa con los clientes, lo que facilita una atención eficaz y cercana, adaptada a cada caso.

Este servicio es una parte fundamental de nuestra relación con el cliente, ya que nos permite reforzar la confianza, resolver posibles inconvenientes y mejorar continuamente nuestra oferta a partir del feedback recibido.

Aunque no contamos con un sistema formalizado o automatizado para la gestión del postventa, sí existe una clara implicación por parte del equipo para asegurar que cada cliente quede satisfecho también después del servicio.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

Nuestra organización proporciona información clara y accesible sobre todos los productos y servicios que forman parte de nuestra oferta comercial. Esta información incluye las principales características técnicas, condiciones de prestación y cualquier detalle relevante para que el cliente pueda tomar decisiones informadas.

Ponemos especial cuidado en que esta información esté disponible desde el primer contacto comercial, ya sea a través de documentos, presupuestos, fichas de producto o comunicación directa con el cliente. El objetivo es garantizar la transparencia y asegurar que las expectativas del cliente estén alineadas con lo que ofrecemos.

Este enfoque nos permite no solo cumplir con nuestras obligaciones, sino también fortalecer la confianza con nuestros clientes desde el primer momento.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

En nuestra organización evaluamos periódicamente la satisfacción de las personas que forman parte del equipo, utilizando metodologías específicas como encuestas internas, reuniones de feedback y espacios de diálogo estructurado. Estas herramientas nos permiten recoger de forma sistemática sus opiniones, percepciones y sugerencias sobre distintos aspectos del entorno laboral.

Además de la recogida de información, se realiza un análisis de los resultados que nos permite identificar áreas de mejora y poner en marcha acciones concretas para reforzar el bienestar, la motivación y la implicación del equipo. Este proceso forma parte de nuestra

estrategia de mejora continua y refleja nuestro compromiso con un entorno de trabajo saludable, participativo y alineado con los valores de la organización.

Esta evaluación no es puntual ni decorativa, sino que forma parte activa de nuestra gestión de personas, con el objetivo de construir un equipo comprometido, valorado y escuchado.

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)?

18.1. Información adicional.

En nuestra organización somos conscientes de la importancia de promover la igualdad de oportunidades y garantizar un entorno de trabajo libre de discriminación. Por ello, llevamos a cabo acciones de sensibilización dirigidas tanto al equipo directivo como a las personas responsables de la gestión de personas, con el fin de asegurar que las decisiones en materia de contratación, formación, desarrollo y retribución se tomen desde una perspectiva de equidad.

Estas acciones se centran en reforzar el conocimiento sobre la no discriminación por razones de género, origen, edad, discapacidad, religión u orientación sexual, y en fomentar una cultura inclusiva y respetuosa dentro del entorno laboral.

Aunque actualmente no contamos con un Plan de Igualdad formalizado, este enfoque preventivo y formativo constituye un paso firme en nuestro compromiso por construir una organización más justa, diversa e igualitaria.

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?

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

Nuestra organización cuenta con iniciativas formales destinadas a facilitar la conciliación entre la vida laboral, personal y familiar de todas las personas empleadas. Estas medidas buscan promover un entorno de trabajo flexible, saludable y sostenible, en el que sea posible equilibrar las responsabilidades profesionales con las necesidades personales y familiares.

Entre estas iniciativas se incluyen opciones de flexibilidad horaria, adaptación de jornada ante circunstancias personales, y una actitud abierta y comprensiva por parte de la dirección para atender situaciones que requieren ajustes temporales. Además, llevamos a

cabo actuaciones de sensibilización dirigidas a todo el equipo, con el objetivo de fomentar la corresponsabilidad y una distribución equitativa de las tareas de cuidado, tanto dentro como fuera del entorno laboral.

Este enfoque no solo mejora el bienestar del equipo, sino que también refuerza el compromiso, la motivación y la cohesión dentro de la empresa.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

En nuestra organización, la identificación de necesidades formativas se realiza a través de los responsables de cada área o departamento, quienes evalúan periódicamente las competencias requeridas para los puestos de trabajo que gestionan y proponen acciones de formación ajustadas a esas necesidades.

Este enfoque nos permite mantener la capacitación del equipo alineada con los objetivos operativos y con los cambios en el entorno profesional o tecnológico. La comunicación directa entre responsables y empleados facilita una detección ágil de oportunidades de mejora, permitiendo gestionar la formación de forma práctica, ajustada a los recursos disponibles y centrada en resultados.

Aunque no contamos actualmente con un plan de formación global, este modelo descentralizado garantiza que la formación que se imparte responde a las necesidades reales de cada puesto y situación.

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

21.1. Información adicional.

En nuestra organización no solo trabajamos para que cada persona esté preparada para desempeñar su función, sino que también promovemos su desarrollo integral a través de acciones formativas que abarcan tanto competencias técnicas como personales.

Además de la formación directamente relacionada con el puesto de trabajo, se ofrecen oportunidades de crecimiento orientadas a habilidades transversales ¿como comunicación, gestión del tiempo, liderazgo o trabajo en equipo?, así como formación que favorece la evolución profesional dentro de la empresa.

Este enfoque busca no solo mejorar el rendimiento operativo, sino también fomentar la motivación, el compromiso y el desarrollo personal de quienes forman parte de nuestro equipo. Entendemos que invertir en las personas no es solo una buena práctica, sino una estrategia fundamental para construir una organización sólida, dinámica y preparada para el futuro.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Nuestra organización cuenta con una evaluación de riesgos laborales actualizada, en la que se ha promovido la participación activa de las personas empleadas, ya que entendemos que su conocimiento directo del entorno de trabajo es clave para identificar y prevenir posibles riesgos.

Además de esta evaluación, desarrollamos acciones de sensibilización y formación orientadas a reforzar la cultura preventiva dentro de la empresa. Estas actividades buscan no solo cumplir con las obligaciones legales, sino también fomentar un entorno de trabajo seguro y saludable, donde cada persona conozca los riesgos asociados a su puesto y las medidas para evitarlos.

La implicación del equipo y la formación continua en materia de prevención son pilares fundamentales de nuestro compromiso con la seguridad y el bienestar laboral.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

En nuestra organización existen indicaciones generales orientadas a tener en cuenta criterios sociales y medioambientales a la hora de seleccionar productos, bienes y servicios. Estas directrices no están formalizadas en un procedimiento rígido, pero sí forman parte de nuestra cultura de compra responsable y del compromiso con una gestión más sostenible.

Por ejemplo, se priorizan proveedores locales siempre que sea posible, se tiene en cuenta la eficiencia energética o el menor impacto ambiental en determinados productos, y se valora la responsabilidad social de los colaboradores externos con los que trabajamos.

Este enfoque, aunque general, nos permite avanzar en una dirección coherente con nuestros valores y contribuir de forma progresiva a una cadena de suministro más ética y consciente.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Nuestra organización ha definido criterios de clasificación y evaluación de proveedores que integran no solo aspectos técnicos y económicos, sino también factores sociales, éticos y medioambientales. Estos criterios nos permiten valorar el compromiso de los proveedores con el desarrollo sostenible, la diversidad, la inclusión, el cumplimiento normativo y las buenas prácticas comerciales.

De este modo, en nuestros procesos de selección y colaboración, se priorizan aquellos proveedores que demuestran un comportamiento responsable en su actividad, ya sea a través de certificaciones, políticas internas, o actuaciones visibles en línea con los valores que compartimos como organización.

Esta visión integral refuerza nuestra propia estrategia de responsabilidad social y nos permite construir relaciones comerciales más coherentes, éticas y sostenibles, contribuyendo positivamente a toda la cadena de valor.

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?

25.1. Información adicional.

Nuestra organización colabora de forma activa en proyectos sociales que están alineados con nuestros valores y cultura empresarial. Estas colaboraciones, aunque no forman parte de un plan formalizado, surgen de manera natural a través de la identificación de necesidades en nuestro entorno y de la voluntad de contribuir de forma positiva a la comunidad.

Este modelo flexible nos permite actuar con agilidad y adaptar nuestras colaboraciones en función de los recursos disponibles y de las circunstancias del entorno.

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?

26.1. Información adicional.

Nuestra organización desarrolla iniciativas sociales que están relacionadas con ciertos aspectos de nuestra actividad o con inquietudes compartidas por el equipo. Estas acciones, aunque no forman parte de un plan estratégico ni están directamente ligadas a los objetivos de negocio, reflejan valores que forman parte de nuestra identidad y de la cultura interna.

Solemos colaborar en proyectos que tienen sentido para nuestra realidad como empresa y que, de forma natural, se conectan con las personas que formamos parte de la organización. Esto incluye desde colaboraciones con entidades locales hasta la participación en campañas que promueven valores sociales con los que nos sentimos identificados.

Aunque no exista aún una integración formal con la estrategia de negocio, estas iniciativas representan un compromiso auténtico y un paso en la dirección de una responsabilidad social más estructurada.

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?

27.1. Información adicional

Las actuaciones sociales que desarrolla nuestra organización se comunican de forma puntual a las personas empleadas, principalmente cuando se pone en marcha alguna iniciativa o colaboración concreta. Esta comunicación se realiza a través de canales habituales como el correo electrónico, conversaciones internas o reuniones informales.

Aunque no contamos con un sistema formalizado para compartir ni gestionar la participación en estas acciones, sí se fomenta que el equipo conozca y, en la medida de lo posible, se implique de forma voluntaria en las iniciativas que se llevan a cabo. Este enfoque cercano nos permite mantener informados a los trabajadores e ir creando poco a poco una cultura de compromiso social dentro de la empresa.

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?

AMBIENTAL

Impacto ambiental

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

29.1. Información adicional.

Nuestra organización cuenta con un plan de acción ambiental que abarca de forma global el conjunto de nuestras actividades. Este plan contempla la evaluación del impacto

ambiental de nuestra operativa, y está orientado a minimizar dicho impacto a través de una serie de objetivos específicos y acciones concretas.

Entre las medidas implantadas se incluyen la reducción del consumo de recursos naturales, la optimización energética, la gestión responsable de residuos, y la promoción de prácticas sostenibles entre las personas que integran la organización. Además, se realiza un seguimiento periódico de los indicadores asociados a estos objetivos, lo que nos permite medir los avances logrados y detectar nuevas oportunidades de mejora.

Este enfoque estratégico refleja nuestro compromiso con la sostenibilidad ambiental y nuestra voluntad de contribuir activamente a la protección del entorno desde nuestra propia actividad.

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?

30.1. Información adicional.

Nuestra organización mantiene un compromiso interno para la prevención de la contaminación, integrado en nuestra forma de trabajar diaria. Desarrollamos acciones específicas orientadas a minimizar el impacto ambiental derivado de nuestra actividad, como la reducción del consumo de recursos, la correcta segregación de residuos y la promoción de prácticas sostenibles entre todo el equipo.

Estas iniciativas, aunque no forman parte de un plan de comunicación externa, se comparten de manera activa dentro de la organización para sensibilizar a las personas empleadas e implicarlas en la construcción de un entorno de trabajo más respetuoso con el medio ambiente.

La concienciación y el compromiso de nuestro equipo son claves en nuestra estrategia ambiental interna, y seguimos trabajando para ampliar y fortalecer estas medidas de forma progresiva

Economía circular

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

31.1. Información adicional

En nuestra organización se han puesto en marcha iniciativas puntuales orientadas a los principios de la economía circular, principalmente en el uso de productos reciclados, la reutilización de materiales y la correcta gestión y reciclaje de los residuos generados en nuestra actividad.

Estas acciones, aunque todavía no forman parte de un plan estratégico formalizado, reflejan nuestro compromiso con un modelo de negocio más sostenible y consciente, y constituyen un primer paso en nuestro camino hacia la integración progresiva de prácticas de economía circular en nuestras operaciones diarias.

Seguimos trabajando en identificar nuevas oportunidades para ampliar y sistematizar estas buenas prácticas en el futuro

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?

32.1. Información adicional

Nuestra organización comunica las acciones medioambientales desarrolladas a todos los grupos de interés a través de canales públicos como nuestra página web y nuestras redes sociales. De esta forma, damos visibilidad a nuestro compromiso ambiental, no solo dentro de la organización, sino también hacia el exterior, reforzando la transparencia y la conexión con la comunidad.

Esta comunicación nos permite compartir nuestras iniciativas, sensibilizar sobre la importancia de la sostenibilidad y fortalecer la imagen de empresa comprometida con el entorno.

Aunque aún estamos en proceso de mejorar la sistematización y la medición de los resultados de estas comunicaciones, la difusión regular de nuestras acciones es una parte esencial de nuestra estrategia de responsabilidad ambiental.

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)

-

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 cercanía y compromiso real de la organización con sus empleados, clientes y

comunidad, basada en una gestión transparente, responsable y adaptativa, que permite responder con agilidad a las necesidades sociales, laborales y medioambientales.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Formalizar y sistematizar algunos procesos relacionados con la comunicación interna y externa de nuestras acciones sociales y medioambientales, para reforzar la visibilidad de nuestro compromiso y fomentar una participación aún más activa de todos los grupos de interés.

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?