

## RSA - Entidades no lucrativas

---

### Empresa evaluada

#### **ASOCIACIÓN DE COMERCIO Y SERVICIOS DE ALCAÑIZ - ACSA**

CIF:G44141927

Centro de Negocios. Avda. Aragón 85 Bis.

44600 - Alcañiz

Teruel

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **Denominación de la organización**

Asociación de Comercio y Servicios de Alcañiz

#### **Forma jurídica**

Asociación Profesional de Empresarios de Comercio

#### **Número de socios (en caso de asociaciones)**

Actualmente contamos con 114 socios tanto del sector comercio, como de servicios y hostelería.

#### **Número de miembros Junta/Patronato**

La Junta Directiva cuenta con 7 miembros:

Presidente/a

Vicepresidente/a

Secretario/a - Tesorero/a

4 vocales

#### **Dirección - CP - Población**

Calle Blasco, 10

44600 Alcañiz (Teruel)

#### **Sector/Ámbito de actuación.**

Asociación empresarial que engloba a empresas tanto del sector comercio como servicios y hostelería.

#### **Actividad principal**

Asociación empresarial

#### **Colectivo principal atendido**

PYME's y autónomos

#### **Año comienzo actividad.**

1992

#### **Número de personas empleadas - media anual**

1

**Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)**

1

**Número de voluntarios**

1

**Persona contacto**

Irene Quintana Moral

**E-mail contacto**

info@acsa-alcaniz.es

**Página web**

www.acsa-alcaniz.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**

Las tendencias globales nos afectan de dos modos:

. Como asociación dependemos de nuestros asociados. que son, sobre todo, autónomos o pequeñas empresas. Por tanto cualquiera de las problemáticas planteadas puede afectar a sus empresas y a la relación con la propia asociación.

. Como asociación también nos afectan directamente ya que nuestro sustento económico parte de los socios y de las administraciones públicas y los cambios políticos, por ejemplo, siempre suponen incertidumbre económica con la que debemos lidiar.

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

**2.1. Información adicional**

Cada uno de nosotros podemos enfrentarnos a estos temas, en la medida de nuestras características..

Y como asociación empresarial no solo podemos sino debemos ser motor de cambio de aspectos tan importantes como la desigualdad, el cambio climático o el cumplimiento de la legalidad, tanto de nuestros socios como de nosotros mismos como asociación.

## **Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

### **3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?**

#### **3.1. Información adicional**

Cada año, además de establecer los objetivos propios de la asociación, valoramos los resultados obtenidos previamente y analizamos qué aspectos podemos mejorar para conseguir una asociación más profesional y evolucionada.

Nuestro entorno es fundamental, por lo que procuramos introducir en nuestros hábitos y objetivos temas sociales y ambientales.

Por ejemplo velamos para que nuestros socios tengan la mejor formación posible, más allá del aspecto comercial: recientemente han asistido a una charla sobre el Trastorno del espectro autista para mejorar su atención al cliente y conocer, tanto cómo identificar a una persona con dicho trastorno como cómo mejorar su atención para que, tanto la persona como sus acompañantes se sientan cómodos y en un entorno seguro.

En cuanto a los retos ambientales, desde la asociación procuramos introducir ciertas pautas que mejoran nuestro medio ambiente. Un ejemplo de ello es que este año hemos repartido a nuestros socios unos adornos de Navidad de materiales reciclados que, al mismo tiempo, están compuestos de semillas de flores que ellos mismos pueden plantar.

### **4.- La organización se preocupa de ser rentable (económica- y socialmente) y optimizar los recursos de los que dispone**

#### **4.1 Información adicional**

El objetivo principal de nuestra asociación es ser viable económicamente y para ello trabajamos en la elaboración de campañas y eventos que favorezcan a cualquier tipo de empresa y poder contar así con un número elevado de socios.

Al mismo tiempo, una parte importante de nuestro presupuesto anual viene de las subvenciones que recibimos de otras administraciones públicas. Por tanto tenemos el deber y la obligación de utilizar adecuada y responsablemente los fondos con los que contamos.

### **5. En caso de ser positivo el resultado del año ¿cómo se define el destino de estos fondos?**

#### **5.1. Información adicional**

Normalmente los resultados son ajustados ya que procuramos marcarnos objetivos

realistas y realizables, al tener que contar con fondos externos.

No obstante, en el caso de recibir más ingresos de los esperados o haber sido capaces de realizar actividades y campañas con un coste menor al inicial dicho remanente siempre irá dirigido a realizar alguna otra iniciativa dirigida a nuestros asociados o, en tal caso, a la mejora de la oficina sede de la asociación.

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

**6.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, cliente/usuarios, familias, voluntarios, proveedores, financiadores y donantes, aliados y colaboradores públicos y privados, medios de comunicación, otros.**

### **6.1. Información adicional**

Al tratarse de una asociación empresarial tenemos muy bien identificados los diferentes grupos de interés:

. Nuestros asociados: a los que nos dirigimos de un modo más directo y diario y con los que tenemos una estrecha relación.

. Nuestros proveedores: tenemos de varios tipos según las necesidades de la asociación, pero siempre procurando que en una amplia mayoría sean proveedores de Alcañiz. Primero buscamos entre nuestros propios asociados, si no es posible acudimos a otros proveedores de nuestra ciudad o nuestro entorno más cercano y vamos ampliando el radio de actuación, intentando siempre que sean lo más cercanos posibles.

. En cuanto a los clientes o usuarios son más bien los referentes a nuestros asociados. No obstante sí intentamos tenerlos identificados para saber qué tipo de mensajes hemos de trasladar a cada uno de ellos y, sobre todo, cómo llegar a ellos.

. Administraciones públicas: tenemos una relación fluida con las diferentes administraciones a varios niveles: Ayuntamiento de Alcañiz, Comarca del Bajo Aragón, Dirección General de Comercio del Gobierno de Aragón, etc. Lo mismo ocurre con otras entidades con las que estamos estrechamente ligadas como Cámara de Comercio de Teruel, CEOE CEPYME Teruel, la Asociación Provincial de Comercio de Teruel, Caja Rural de Teruel....

. En cuanto a los medios de comunicación más cercanos el diálogo también es continuo y agradable.

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

### **7.1. Información adicional**

Disponemos de algunos estudios como un Estudio de Mercado que realizamos en 2023 sobre la percepción de los clientes acerca de la asociación del que extrajimos información muy interesante.

Disponemos de un buzón de sugerencias colocado en la oficina de la asociación para que los clientes nos hagan llegar sus sugerencias y opiniones.

Y algo muy importante, aunque más informal, es el feedback de los propios establecimientos asociados, quienes están en continuo contacto con los clientes y, por

tanto, quienes reciben los comentarios de nuestras acciones, eventos o campañas, además de otras cuestiones que acontecen en nuestro entorno y de las que nos hacen partícipes para así entender mejor sus preferencias o peticiones.

En cuanto a administraciones, entidades, etc. mantenemos una comunicación muy fluida de manera periódica.

## **Transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno de la organización**

**8.- En cuanto a los miembros del órgano de gobierno, con independencia de si ejercen su cargo a nivel particular o en calidad de representantes jurídicos de otros organismos/organizaciones públicas o privadas, ¿cómo desempeñan de su cargo?**

### **8.1. Información adicional.**

La Junta Directiva de la Asociación de Comercio y Servicios de Alcañiz está formada por 7 miembros: Presidente/a, Vicepresidente/a, Secretario/a-tesorero/a y 4 vocales.

Todos ellos pertenecen como socios a la asociación y procuramos que la junta esté formada por personas diversas para que haya opiniones dispares y diferentes visiones.

Una gerente/dinamizadora contratada es quien se encarga de gestionar el día a día de la asociación ya que los miembros de la junta lo hacen de manera voluntaria y, al mismo tiempo, gestionan sus propios negocios.

La Junta se reúne, al menos, una vez al mes, y todos los miembros de la junta participan activamente en la organización de acciones y campañas y conocen perfectamente el funcionamiento de la asociación.

**9.-Respecto a la rendición de cuentas, ¿cómo actúa la organización?**

### **9.1.- Información adicional.**

La Junta Directiva es concedora de las cuentas de la organización y forma parte activa de la toma de decisiones al respecto.

Como mínimo se celebra una Asamblea General anual para todos los socios donde se detallan las cuentas anuales y el presupuesto previsto para el siguiente año, las actividades a realizar, etc. Es un espacio de diálogo y libre a propuestas y comentarios por parte de los socios.

**10.- ¿Se proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento, sus redes y acuerdos y sus fuentes de financiación y obtención de recursos?**

### **10.1. Información adicional**

La organización es completamente transparente en su rendición de cuentas que se traslada a todos los socios en la Asamblea Ordinaria y se emite a los no presentes en la posterior acta.

No obstante, si en cualquier momento del año uno de los asociados traslada alguna duda o

pregunta se le informa adecuadamente sin ningún tipo de restricción.

**11.- 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?**

**11.1.- Información adicional**

Los estatutos de la organización marcan perfectamente el cómo proceder, tanto de la propia asociación como de los miembros de la junta o los socios.

No obstante, la forma de trabajar es conocida por todos los socios, sobre todo por los miembros de la junta.

**12.- ¿Conocen las personas que trabajan y las que colaboran como voluntarias la misión, la cultura (razón de ser de la organización, valores,...) y los objetivos propios y distintivos de la organización?**

**12.1. Información adicional**

Cuando un nuevo socio entra a la asociación se le hace entrega de un "pack de bienvenida" que, además de contener diferentes elementos publicitarios o materiales para las campañas de la asociación, contiene una breve introducción de la asociación y el funcionamiento de ésta respecto a los asociados.

Además, uno de los principales canales de comunicación con los socios es vía whatsapp. Una comunicación fluida y constante que mantiene una estrecha relación entre socios y asociación.

**Plan de Responsabilidad Social**

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

**13.1. Información adicional**

Cada año trazamos los objetivos que queremos conseguir así como un plan estratégico con acciones, fechas, etc. para conseguirlos.

En dicho plan contamos con acciones de responsabilidad social que se van ampliando según las necesidades o propuestas que nos llegan.

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

**14.1. Información adicional**

Como hemos indicado, a principio de año planteamos nuestro plan estratégico en el que siempre tienen cabida acciones de responsabilidad social.

En 2021 colaboramos con el "movimiento Ultreya" a su paso por Alcañiz; una iniciativa solidaria enfocada al ciclismo y a dar el reconocimiento merecido a la España Rural y cuya

recaudación donamos a Cáritas.

En 2022, 2023 y 2024 realizamos sendas recogidas de alimentos a favor de Cruz Roja Teruel cambiando tickets para las ferias de atracciones que colocamos en la campaña de Navidad por comida para las familias de toda la provincia.

También en 2024, a causa de la catástrofe de la DANA en Valencia, realizamos una colecta económica para ayudar a otras empresas a volver a abrir sus puertas consiguiendo hacerles llegar lo que nos iban demandando. En la misma línea hace unos meses nos hemos unido a la iniciativa propuesta por la Confederación de empresas y comercios de Valencia (Confecomerc) "El comercio salva al comercio" vendiendo unas bolsas solidarias cuya recaudación íntegra va a parar a las empresas afectadas.

## CLIENTES

### Satisfacción de cliente

**15.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes/usuarios/beneficiarios?**

#### 15.1. Información adicional

En nuestro caso tenemos dos clientes a los que nos dirigimos: socios y clientes finales.

En el caso de los socios conocemos su opinión porque nos la hace llegar constantemente y forzamos encuentros en los que se sientan en la libertad de expresar lo que consideren.

En el caso de los clientes finales, nuestros socios nos trasladan los comentarios o sugerencias que les llegan sobre campañas o actividades que realizamos.

Hace unos años además colocamos un "buzón de sugerencias" en la oficina de la asociación que sigue activo y en 2022 realizamos un estudio de mercado para conocer cómo los clientes finales veían a la asociación.

**16. ¿Disponen de mecanismos para conocer la satisfacción de sus organismos financiadores y donantes?**

#### 16.1. Información adicional

Mantenemos una relación fluida y sana con nuestros socios, y es que hace unos años instauramos unos cafés mensuales denominados "Un café, una idea" precisamente con el objetivo de charlar entre socios y que nos trasladaran opiniones o sugerencias.

Cada año realizamos una fiesta con nuestros asociados en la que, en un ambiente distendido e informal se refuerzan las relaciones.

También, de un modo más formal, en las Asambleas generales se genera ese espacio de diálogo.

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

#### 17.1. Información adicional

Después de cada campaña o actividad que realizamos nos sentamos a evaluar los resultados obtenidos y comentamos el feedback que ha llegado de los clientes a nuestros socios y cómo la han valorado los propios socios.

Con las conclusiones hacemos un informe que nos servirá para futuras campañas o para mejorar si queremos repetir la que acabamos de evaluar.

## **Innovación en los productos y servicios**

**18.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación e innovación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los diferentes clientes/usuarios/beneficiarios y el sector de la actividad?**

### **18.1. Información adicional**

La dinamizadora contratada asiste a diferentes formaciones, tanto en el ámbito de dinamización comercial como de nuevas tecnologías, etc.

Por tanto, estamos en constante búsqueda de nuevas formas de llegar a nuestros clientes, de nuevas campañas innovadoras, de acciones diferentes y creativas que se ajusten a lo que los clientes demandan o esperan de un comercio local actual.

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

**19.- ¿Cómo realiza su entidad la puesta a disposición del producto o servicio?**

### **19.1. Información adicional**

Tras cada campaña evaluamos también la eficiencia en la prestación del servicio y procuramos ajustar nuestras acciones para que cada vez haya menos impacto medioambiental.

Por ejemplo en campañas en las que utilizamos papel para rellenar boletos: hemos diseñado unos boletos genéricos que podemos utilizar en diferentes campañas a lo largo del año y así evitamos utilizar más papel de la cuenta.

También hemos incorporado campañas en las que no se precisa el papel para participar si no de un modo digital.

**20.- ¿Cuáles son las características del sistema de evaluación y seguimiento de los servicios/productos de su organización?**

### **20.1. Información adicional**

Como hemos comentado, la Junta directiva evalúa cada propuesta que llevamos a cabo con el fin de establecer mejoras en cuanto a esa u otras iniciativas.

Las tendencias van cambiando y debemos estar atentos a los comentarios de nuestros clientes para darles lo que ellos demandan y nos elijan a nosotros respecto a grandes superficies o plataformas online.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

## **21.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?**

### **21.1. Información adicional**

De todas las campañas o acciones que llevamos a cabo desde la asociación se prepara un informe que se hace llegar a los socios para que conozcan al detalle su funcionamiento. En la mayoría de los casos, además, preparamos bases de la campaña y las publicamos en la página web de la asociación para que cualquier persona que quiera participar conozca de antemano las condiciones.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

### **22.1. Información adicional**

La comunicación entre la Junta directiva y la gerente es continua y bidireccional y, por tanto, cualquier incidencia es conocida por parte de todos los miembros de la junta. En los últimos años se ha evolucionado mucho al respecto incorporando algunas sugerencias de la trabajadora o incluso premiando su trabajo, por ejemplo con un aguinaldo en Navidad. Algo que hasta hace dos años no se daba.

### **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

## **23.- ¿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, cultura...)?**

### **23.1. Información adicional.**

No se han desarrollado acciones concretas porque no es necesario. La mayoría de nuestras asociadas son mujeres, el 90% de los miembros de la junta directiva son mujeres y la dinamizadora es una mujer. En todo caso tenemos muy claro que existen diferencias en otros ámbitos y formamos parte activa de las formaciones que desarrollan otras entidades.

### **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

## **24.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

### **24.1. En el caso de existir actuaciones específicas en materia de conciliación personal,**

### **familiar y laboral especificarlas.**

La trabajadora tiene total libertad de horarios para poder conciliar su vida laboral con su vida personal.

Como cada persona trabajadora debe especificar las horas al día que trabaja pero no debe seguir un horario específico ya que, al mismo tiempo, hay algunas acciones que han de desarrollarse fuera del horario convencional, por lo que existe una flexibilidad absoluta.

De hecho, cuando la gerente realiza más horas de lo que le corresponde por alguna campaña puntual las compensa posteriormente con tiempo.

## **Formación y desarrollo profesional**

### **25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas y voluntarias?**

#### **25.1. Información adicional.**

En este caso la dinamizadora planifica las formaciones que quiere o debe realizar durante ese año, en consonancia con los objetivos propuestos.

Además participa en diferentes formaciones propuestas por el Gobierno de Aragón y dirigidas a gerentes de asociaciones empresariales.

En cuanto a otras formaciones que surgen a lo largo del año, la gerente las expone a los miembros de la junta y deciden si son aconsejables de realizar.

### **26.- ¿Cómo se gestiona el desarrollo de las personas en su organización?**

#### **26.1. Información adicional.**

En nuestro caso solo hemos contado con una persona, aparte de la gerente, en momentos puntuales.

Es la gerente la que se ha encargado de formar a dicha persona, contando con el beneplácito y la implicación de los miembros de la junta.

## **Seguridad y Salud**

### **27. ¿Tiene implantado en su organización mecanismos de salud y seguridad laboral?**

#### **27.1. Información adicional.**

Hace unos meses la asociación cambió de oficina, entre otras cosas, para mejorar las condiciones de trabajo de la dinamizadora.

Ahora contamos con un espacio más amplio y luminoso. Cambiamos todas las luces por unas de menor consumo energético y mejoramos el sistema de climatización.

Otro de los cambios que llevamos a cabo fue la silla de ordenador por una ergonómica con respaldo para el cuello.

## **PROVEEDORES**

## **Compras responsables**

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

### **28.1. Información adicional.**

Al tratarse de una asociación empresarial local tenemos muy claro cómo realizar las compras de productos y/o servicios que necesitamos.

En primer lugar acudimos a nuestros socios para contratar o comprar lo que necesitemos.

Si entre nuestros socios no encontramos a ninguna empresa que nos pueda servir lo solicitado buscamos entre otras empresas de nuestra ciudad. Si tampoco es posible buscamos en poblaciones de nuestro entorno o nuestra comunidad autónoma y, si todo ello no es posible, buscamos otras empresas locales que nos puedan abastecer de otros puntos del país.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

**29.- ¿Existen criterios de clasificación y evaluación de los proveedores que integren aspectos sociales, ambientales y de proximidad?**

### **29.1. Información adicional.**

El primer valor que tenemos en cuenta es la proximidad pero también otros como la responsabilidad social o la protección del medioambiente.

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

**30.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

#### **30.1. Información adicional.**

Colaboramos de forma organizada con determinadas iniciativas, como hemos comentado anteriormente, aunque también con otro tipo de acciones que nos solicitan de un modo espontáneo.

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

**31.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con los fines y la estrategia de su organización?**

#### **31.1. Información adicional.**

La mayoría sí están identificados y forman parte de la estrategia anual que como

asociación nos marcamos.

Otros que surgen espontáneamente valoramos si están alineados con la forma de proceder de la asociación o son compatibles con otras acciones.

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

**32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas, voluntarias y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?**

### **32.1. Información adicional**

De todas las acciones que llevamos a cabo hacemos partícipes a nuestros asociados y les proponemos aportar o colaborar del modo que mejor estimen.

Por ejemplo otra de las acciones que llevamos a cabo es el montaje y decoración de la carroza de los regalos en la cabalgata de Reyes de Alcañiz.

Una actividad que realizamos entre los socios que quieren colaborar y que forma parte de uno de los días más especiales de todo el año.

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

**33.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?**

### **33.1. Información adicional**

Todas las acciones que desarrollamos se comunican a través de nuestros canales de comunicación, tanto internos como externos.

Enviamos nota de prensa a diferentes medios de comunicación de la zona, realizamos carteles que colocamos en los establecimientos participantes, realizamos publicidad en medios convencionales y no convencionales, publicamos la información en nuestros perfiles de redes sociales, página web...

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

### **34.1. Información adicional.**

No solo procurando reducir el consumo de papel en las campañas que llevamos a cabo como repartir urnas o boletos que puedan utilizarse en diferentes campañas o hechos de materiales reciclados si no sustituyendo en nuestra oficina todas las bombillas por otras de bajo consumo y mejorando la impermeabilización de la sala, consiguiendo una mejora energética considerable.

## **Compromiso frente al cambio climático**

**35.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?**

### **35.1. Información adicional.**

En una de las iniciativas que llevamos a cabo durante la campaña de Navidad realizamos diferentes adornos de papel que repartimos a los centros educativos de toda la población para que los alumnos y alumnas los decoren y, posteriormente, los colocamos en unos árboles que denominamos "de los deseos".

Este año, en vez de preparar un adorno para cada alumno preparamos adornos más grandes (bolas de Navidad) para reducir los residuos y, al mismo tiempo, fortalecer el trabajo en equipo.

Una vez pasada la Navidad la gerente se encarga de retirar todos los adornos de los árboles.

Otra iniciativa, esta vez interna, fue repartir a nuestros asociados unos adornos de papel reciclado para que los colocaran en sus establecimientos a modo de decoración.

Dichos adornos estaban compuestos de semillas de flores y les animamos a que, pasadas las navidades, los plantaran en sus hogares o en sus locales comerciales y dar así una segunda vida a los adornos.

## **Economía circular**

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

### **36.1. Información adicional**

En cualquier iniciativa que desarrollamos en la asociación procuramos integrar la economía circular tratando, en primer lugar, de contaminar lo mínimo.

Disponemos de bolígrafos de la asociación hechos con materiales reciclados y en muchos casos nuestras iniciativas tienen en cuenta este tipo de materiales, como hemos comentado anteriormente.

En cuanto a los residuos que generamos, por parte de la asociación siempre se reciclan y, por parte de nuestros socios, la mayoría forma parte del programa de recogida de cartón comercial con el Ayuntamiento de Alcañiz.

## **Comunicación ambiental**

**37.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los diferentes grupos de interés?**

### **37.1. Información adicional**

Nuestros socios son conscientes de los materiales que utilizamos en las diferentes

acciones que llevamos a cabo, así como de las mejoras que hemos realizado en nuestras instalaciones para una mayor eficiencia energética.

Además, fomentamos a que nuestros socios hagan lo propio en sus establecimientos, informando sobre ayudas o normativa en este aspecto.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

**38.- 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**

**39.- ¿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**

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

Somos una asociación proactiva, en constante búsqueda por mejorar como asociación, por que nuestros socios sean más y mejores y por que nuestro entorno evolucione. Tenemos una gran capacidad de trabajo y unos objetivos claros que conseguir.

**41.- ¿Podría enunciar un área de mejora?**

Podemos seguir mejorando ayudando a nuestra comunidad en aspectos sociales y medio ambientales. Para ello estamos valorando realizar un nuevo proyecto que reduciría los envíos y facilitaría la interacción entre clientes y empresas.

### **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?**