

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada

**ASOCIACIÓN DE COMERCIO E INDUSTRIA DE
CALAMOCHA**
CIF:G44146074
C/San Juan 5.-
44200 - Calamocha
Teruel

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Denominación de la organización

Asociación de Comercio e Industria de Calamocha

Forma jurídica

Asociación sin ánimo de lucro

Número de socios (en caso de asociaciones)

Ciento cinco (105)

Número de miembros Junta/Patronato

Mínimo cinco (5). Presidente, vicepresidente, tesorero, secretario y un vocal

Dirección - CP - Población

Calle San Juan, 5. 44200 Calamocha (Teruel)

Sector/Ámbito de actuación.

Asociación de ámbito comarcal, representativa del comercio, industria y servicios.

Actividad principal

ACIC se creó con la intención de representar y defender los intereses de los empresarios de la localidad de Calamocha, fomentando la unión y colaboración de los asociados en temas de interés común.

Colectivo principal atendido

Empresas y autónomos del comercio, industria y servicios.

Año comienzo actividad.

1995 aprox.

Número de personas empleadas - media anual

Una (1)

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

Una (1)

Número de voluntarios

La Junta Directiva compuesta actualmente por 5 miembros.

Persona contacto

Antonio San Roque Layunta (Presidente)

E-mail contacto

presidencia@conocecalamocha.com

Página web

www.conocecalamocha.com

GENERAL

Tendencias Globales

1- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**
- Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc.)**
- Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc.)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario, se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

ACIC tiene en cuenta, como viene siendo habitual desde su creación, las tendencias globales generales de la comarca del Jiloca haciendo hincapié en aspectos políticos y económicos a la hora de realizar las campañas de dinamización comercial así como presentar proyectos dinamizadores de zona.

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

Si

2.1. Información adicional

Si que se pueden enfrentar, cada una en su ámbito, en nuestro caso, el ámbito de actuación es local (socios) e incluso comarcal (clientes indirectos).

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?

Existe una planificación formal, pero no se incluyen aspectos sociales y/o ambientales de forma sistemática.

3.1. Información adicional

Se identifican campañas a corto y medio plazo según las necesidades de los asociados y disponibilidad de fondos económicos puesto que se depende de subvenciones públicas. A largo plazo se plantean y se apoyan proyectos aunque no esta en nuestra mano el poder ponerlos en práctica.

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

La organización realiza acciones puntuales para controlar la aplicación adecuada del dinero que emplea, sin sistemas o herramientas de control específicas.

4.1 Información adicional

Todos los meses se realiza Junta Directiva y una vez al año se celebra Asamblea General Ordinaria.

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

Se asigna íntegro a proyectos y/o partidas concretas, tras ser analizado y decidido por el órgano de gobierno.

5.1. Información adicional

Dado que la actividad principal de la empresa es de naturaleza responsable, todo el beneficio de la asociación revierte en la misma para realizar campañas en beneficio de los asociados. Todos los años, en Asamblea General, se presentan y aprueban las cuentas y el presupuesto.

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.

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica y diferenciada de cada uno de ellos.

6.1. Información adicional

ACIC se creó con la intención de representar y defender los intereses de los empresarios de la localidad de Calamocha, fomentando la unión y colaboración de los asociados en temas de interés común y que beneficien a nuestro entorno. Los grupos de interés pasan por: Asociados (cliente interno), Clientes externos, Personal laboral (1 persona gerencia) Proveedores (todos asociados), Administración pública (DGA, Comarca, ayuntamiento), Otras entidades (CEOE, CEPYME y otras empresariales ADRI Jiloca Gallocanta,), Medios de comunicación (principalmente locales CalamochaTV, Radio Calamocha y El Comarcal del Jiloca, en ocasiones medios provinciales y regionales)

7.- ¿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 de forma diferenciada y se integran en los procesos de la organización..

7.1. Información adicional

Se identifican las necesidades de todos los grupos de interés, mayoritaria de los clientes internos (asociados) a través de encuestas, reuniones y asambleas. Por otro lado en cuanto las expectativas se pide presupuesto a todos los posibles proveedores y se intenta hacer un reparto equitativo, valorando también el tema económico. ACIC está presente en juntas directivas o de gobierno de otras organizaciones empresariales y sociales.

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?

- Ejercen su cargo de forma activa y responsable, conocen a fondo la organización, participan activamente en la planificación estratégica y anual y colaboran estrechamente con el órgano de dirección. Sus datos son públicos y establecen mecanismos que evitan situaciones de conflicto de intereses.

8.1. Información adicional.

La Junta Directiva de nuestra asociación está integrada por asociados, que participan de forma activa y voluntaria en la dirección de la entidad apuntando en todo momento a una gestión transparente en todos los aspectos.

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

Cumple con sus obligaciones y rinde cuentas ante su órgano de gobierno al menos dos veces al año, presentando planificación anual previa y memoria económica y de actividades realizadas.

9.1.- Información adicional.

En la Asamblea general Anual se exponen las cuentas y el presupuesto, aunque los datos puen ser consultados por cualquier grupo de interés en cualquier momento, previa solicitud.

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?

La organización es transparente y comunica de forma activa, permanente, actualizada y detallada en relación a su esencia, composición, funcionamiento y estrategia a sus grupos de interés y a toda la sociedad por diferentes medios.

10.1. Información adicional

ACIC pone a disposición de los agentes interesados cualquier tipo de información relativa a la entidad.

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?

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente.

11.1.- Información adicional

Existe un código de conducta aprobado en Junta directiva y enviado por correo electrónico a todos los grupos de interés para su conocimiento. También está publicado en la página web. Este código se revisará cada vez que haya cambios en la junta directiva o cuando un asociado lo solicite para su mejora y actualización.

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?

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y voluntarias y se establecen acciones específicas para promover su compromiso y alineación con ellos.

12.1. Información adicional

La razón de ser es conocida por todos y está presente cada vez que ACIC realiza las campañas de dinamización comercial para recordar el fin de esta asociación. ACIC se creó con la intención de representar y defender los intereses de los empresarios de la localidad de Calamocha, fomentando la unión y colaboración de los asociados en temas de interés común.

Plan de Responsabilidad Social

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión.

13.1. Información adicional

La documentación redactada y aprobada por la junta directiva el pasado año se comunicó y explicó a todos los grupos de interés. Se plantea hacer una valoración de los resultados de este plan a finales de este año.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

14.1. Información adicional

La naturaleza de la asociación ya es en sí un objetivo general, aun así se establecen objetivos específicos con sus indicadores, que se analizarán en un período de tiempo determinado a cada objetivo. Por ejemplo: se plantea conseguir un aumento de asociados en un año. Para este objetivo se establece un indicador de 5 nuevos socios.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes/usuarios/beneficiarios como indicadores de resultado.

15.1. Información adicional

Tras la realización de actividades o campañas se hacen reuniones y/o encuestas a los participantes (cliente interno). Su grado de satisfacción y las opiniones influirán en la realización de próximas actuaciones iguales o similares. En cuanto a los clientes externos, algunas campañas tienen procesos de participación como concursos o sorteos en los que podemos ver el número de participantes. Las redes sociales o los medios de comunicación nos sirven también para contar con la opinión de los clientes externos

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

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

16.1. Información adicional

El principal organismo financiador son los propios socios, que participan activamente en la Asociación, Así mismo cuando se recibe financiación del Gobierno de Aragón u otras entidades públicas (Ayuntamiento, ADRI Jiloca Gallocanta, Comarca del Jiloca...) se rinden cuentas y se justifica la inversión realizada.

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

Disponemos de mecanismos definidos para la identificación de mejoras y su implantación

17.1. Información adicional

En cuanto al cliente interno se identifican las mejoras a través de reuniones y/o encuestas. Si son demandadas por la mayoría y se llegan a poner en marcha, se volverán a analizar al término de la siguiente actuación, ya que normalmente las actividades se realizan de manera periódica (una vez al año). En cuanto al cliente externo, no existen mecanismos específicos para conocer las propuestas de mejora, aunque estamos abiertos a quejas y sugerencias a través de diferentes medios.

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?

Se investigan nuevos productos /servicios con metodología y planificación. Existe un procedimiento para diseñar actuaciones innovadoras que den respuesta a necesidades nuevas o emergentes.

18.1. Información adicional

Se elaboran diferentes servicios bajo demanda de los clientes, de manera directa los internos y de manera más indirecta los externos.

Calidad de los productos y servicios

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

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

19.1. Información adicional

Los servicios que se ofrecen son muy variados ya que son a demanda de los clientes internos. Se les ofrece toda la información acerca del servicio del que disponen. Si alguno tiene duda o necesita asesoramiento específico se realiza de manera más concreta dependiendo del cliente y del servicio que demande.

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

Se ofrece un sistema de evaluación integral y de manera proactiva, en el que la organización realiza seguimiento personalizado para valorar el impacto de sus productos o servicios y responde a las reclamaciones y sugerencias presentadas.

20.1. Información adicional

Por la naturaleza de la actividad de la asociación no existe relación compra venta al uso, así que no se tiene un servicio postventa normalizado. Sí se cuenta con la opinión y análisis del desarrollo de la actividad (punto 11.1 y 12.1)

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

De la totalidad de los productos/servicios ofertados se proporciona y difunde información detallada de sus características, particularidades, requisitos de acceso y beneficios de uso.

21.1. Información adicional

El cliente interno dispone de información en general de las características principales de cada actuación. Cuando el cliente confirma su interés por el servicio se le proporciona el resto de información detallada, propiedades y riesgos (asistencia de público, condiciones meteorológicas...). Se hace así para agilizar la puesta en marcha de las actividades.

En cuanto al cliente externo, todos los sorteos y/o concursos realizados por ACIC (en diferentes formatos: web, redes sociales papeletas) tienen una bases de participación disponibles para todos.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

22.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas y

voluntarias?

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica

22.1. Información adicional

Se está en contacto directo con el único trabajador de la empresa, aunque no se registra de manera formal su grado de satisfacción, y/o sus opiniones, si que se pregunta cada vez que se realiza Junta Directiva (una vez al mes)

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...)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al área de personas y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

23.1. Información adicional.

Existe un apartado en el código ético de la asociación que recoge la igualdad de oportunidades y no discriminación. Todos las incorporaciones y la promoción laboral se realizarían, si fuera el caso, (sólo hay un trabajador remunerado) a través de criterios objetivos.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Se facilitará la conciliación de la vida laboral con la personal y familiar de cada una de las personas que trabajan en la asociación (remunerado y voluntario) siempre que no se afecte negativamente al cómputo de la jornada laboral ni a la realización de cualquiera de los procesos o servicios propios de la asociación.

Formación y desarrollo profesional

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

Existe un Plan de Formación Anual que planifica todas las acciones formativas y en cuyo proceso de elaboración participa toda la plantilla y voluntariado planteando sus necesidades y propuestas formativas.

25.1. Información adicional.

Todos los meses en las Juntas Directivas la entidad pregunta por las necesidades formativas, también permite que el empleado demande cualquier tipo de formación relacionada con el puesto de trabajo en cualquier momento.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo o de las tareas asignadas, en función de las necesidades de cada departamento/área y/o de cada función asignada.

26.1. Información adicional.

Desde la Asociación, y gracias en gran parte a la subvención que año tras año se recibe del Gobierno de Aragón, nos permite tener talleres y jornadas de formación, tanto para los empleados como para los asociados para estar siempre actualizados y en constante formación. Los últimos talleres que se han realizado han sido de marca corporativa, redes sociales, cómo hablar en público y como vender tus productos de una manera atractiva (Storytelling).

Seguridad y Salud

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

Se dispone de un Plan de Organización Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas y voluntarias, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

27.1. Información adicional.

Además de la Seguridad Social, la asociación tiene contratado un seguro privado (MAZ) que incluye planes y revisiones de seguridad, higiene y ergonomía.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

28.1. Información adicional.

Los proveedores de la asociación, siempre que se puede, forman parte de la propia entidad (son a la vez clientes internos). Eso asegura que siempre las compras son responsables en términos económicos, y medioambientales (Km 0) pero sobre todo sociales ya que se potencia el desarrollo local.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales, sociales y de proximidad asociados a la actividad.

29.1. Información adicional.

Como hemos explicado, los proveedores siempre son locales, así que se conocen sus prácticas responsables sociales y medioambientales.

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?

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

30.1. Información adicional.

ACIC se creó con la intención de representar y defender los intereses de los empresarios de la localidad de Calamocha, fomentando la unión y colaboración de los asociados en temas de interés común.

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?

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos y revisión de los resultados obtenidos y medición de impactos.

31.1. Información adicional.

La propia naturaleza de la empresa es socialmente responsable. Existe un planteamiento anual de actividades cuyos fines, además se recogen en artículo 5 de los estatutos de la asociación.

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?

Sí, se comparten con las personas empleadas, voluntarias y grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada.

32.1. Información adicional

Todas las campañas o actuaciones que se llevan a cabo siempre son publicitadas y promocionadas para que participen en ellas todos los grupos de interés, que van, desde los

clientes internos hasta el público en general.

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?

Se comunican las actividades y proyectos a través de la web y RRSS de forma sistemática

33.1. Información adicional

Se cuenta con un plan de medios (prensa, folletos...) específico realizado para cada actuación, además se comunica por correo electrónico, carta, mensaje de texto, redes sociales... cuando es posible, se evalúan el impacto obtenido.

AMBIENTAL

Impacto ambiental

34.- 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.

34.1. Información adicional.

Dentro del código ético de la empresa, existe un plan específico para temas medioambientales. En la asociación, los valores fundamentales que se identifican con el entorno social y que son compartidos por la organización son la responsabilidad y el respeto por el medioambiente.

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?

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

35.1. Información adicional.

Existe el compromiso de la empresa para ser medioambientalmente responsable, Este compromiso se extiende principalmente al cliente interno, proporcionando herramientas de concienciación, ahorro energético, reciclaje...

Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

36.1. Información adicional

Desde el medio rural y en concreto desde ACIC, se impulsa la economía circular, intentando aprovechar el máximo nuestros recursos naturales, siempre buscando la mayor optimización de los mismos e intentando crear sinergias entre las empresas. En concreto, la gran mayoría de asociados desde sus empresas y negocios reutilizan sus envases, reducen los plásticos y reciclan todo material que les es posible.

Comunicación ambiental

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

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

37.1. Información adicional

Aunque ACIC no desarrolla actuaciones directamente, sí que se potencian estos programas medioambientales y se colabora con las entidades que los realizan como ayuntamientos, Gobierno de Aragón, ECOEMBES...

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)

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

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?

7

Puntos fuertes y áreas de Mejora

40.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

El propio fin y naturaleza de la asociación nos hace ser económica pero sobre todo socialmente responsables. Son fines de la Asociación contribuir al desarrollo empresarial y calidad del servicio; representar y defender los intereses profesionales de los asociados,

así como, impulsar y fomentar el desarrollo de la Comarca del Jiloca en cuanto el mismo redunda en beneficio de todos los ciudadanos.

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Al igual que el año pasado se debería mejorar el ámbito medioambiental, pudiendo crear planes más específicos con objetivos y medidores concretos, así como sus respectivas evaluaciones de resultados y mejora continua.

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?

Sí

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

- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.