

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**COLROMA VENDING, S.L.**

CIF:B50631639

Polígono Alcoz Alto Nave 18

50410 - Cuarte de Huerva

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

COLROMA VENDING SL

#### 02 - Dirección - CP - Población

Poligono Alcoz Alto, nave 18 CP-50410 Cuarte de Huerva (Zaragoza)

#### 03 - Sector. Actividad

Servicios Vending (máquinas expendedoras de cafés-aguas-refrescos-alimentos-Epis)

#### 04 - Año comienzo actividad.

1989

#### 05 - Número de personas empleadas

8

#### 06 - Persona contacto

José María Colás Sánchez

#### 07 - E-mail contacto

[jmaria@colromavending.com](mailto:jmaria@colromavending.com)

#### 08.- Página web

[www.colromavending.com](http://www.colromavending.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 consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

### **1.1 Información adicional**

Se consideran importantes y se tienen en cuenta a través de la definición de propuestas a corto plazo; por ejemplo cuando la economía va mal, el empleo se resiente y nosotros debemos de adaptar las propuestas a las necesidades del momento.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Adaptando las necesidades y obligaciones de nuestros clientes a nuestras posibilidades, con flexibilidad, transparencia y cercanía.

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

## **3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

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

### **3.1. Información adicional**

Está en nuestra naturaleza y ADN de las personas que componemos esta organización el contribuir con el medio ambiente lo máximo posible, dentro de la viabilidad de la empresa.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

### **4.1. Información adicional**

Ponemos en marcha las actuaciones que hemos decidido y ante el convencimiento de que esto es lo mejor para nuestra empresa, para nuestros clientes y para el futuro de nuestras próximas generaciones acometemos el gasto necesario para las acciones que hemos diseñado.

Nuestra estrategia de RSC pone el foco en 3 pilares principalmente:

**PERSONAS- INNOVACION Y MEDIO AMBIENTE.**

Personas: generamos valor para nuestro equipo, clientes, consumidores y la sociedad en general. Damos respuesta a las demandas de nuestros grupos de interés para generar valor compartido.

Innovación: implementamos mejoras para satisfacer las necesidades de nuestros clientes , tales como: - introducción de productos respetuosos con el medio ambiente - sistemas de pago digitales - entrega de EPIS a través de expendedores automáticos, apoyados en un software de gestión que permite conocer en tiempo real todos los productos EPIS consumidos por cada usuario y restringir y limitar el consumo de estos en función del puesto que realiza cada trabajador, generando un valor añadido a nuestro servicio que

favorece a nuestro cliente, en la reducción de costes en el consumo de estos productos.  
Medio Ambiente: Apostamos por la eficiencia, la reducción de nuestras emisiones de carbono y la economía circular.

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

**5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

### **5.1. Información adicional**

Nuestros grupos de interés son todos aquellos grupos que impactan en nuestra actividad. Destacamos los que pertenecen a nuestra cadena de valor (plantilla, clientes, consumidores y proveedores), y también otros externos como administraciones y la sociedad en general.

El primer grupo de interés son nuestros empleados. Lo más importante son las personas, basamos nuestro estilo de trabajo en la honestidad, constancia y responsabilidad. Escuchamos sus inquietudes e intentamos hacerles partícipes, de la mejor manera posible, de nuestra filosofía de trabajo, servicio y atención esmerada hacia nuestro cliente final. En general, intentamos interactuar y empatizar con cada uno de ellos, con el fin de mejorar nuestra relación laboral en todo lo que nos sea posible.

Hemos mejorado los horarios de trabajo, llevando turnos más estables, para que la conciliación resulte más sencilla.

Con nuestros proveedores, les hacemos partícipes de nuestro compromiso con la sostenibilidad para avanzar juntos hacia la excelencia. En la medida de lo posible intentamos apoyar a los proveedores locales y de menor tamaño para que socialmente puedan aguantar y crecer mejor, favoreciendo así la redistribución de la riqueza en la comunidad.

Con nuestros clientes, mantenemos un diálogo continuado y cercano a través del cual nos expresan su grado de satisfacción el cual nos permite implementar algún plan de mejora que de respuesta a sus necesidades.

Por supuesto tenemos diferentes canales de diálogo (plataformas, redes sociales, formulario web, mail, teléfono atención al cliente..)

Finalmente decir que en general mantenemos una comunicación constante y fluida con todos nuestros grupos de interés con la finalidad de cultivar relaciones duraderas basadas en la confianza y la transparencia.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

#### **6.1. Información adicional**

Periódicamente mantenemos reuniones tanto con plantilla, clientes, proveedores.... los cuales nos manifiestan sus necesidades, inquietudes, etc. que intentamos gestionar de la manera mejor y más ordenada posible para el interés y satisfacción de todas las partes.

## **Gobierno de la organización**

### **7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?**

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

#### **7.1. Información adicional**

Cuando una persona va a formar parte de la plantilla de nuestra organización, se le explica la forma de trabajar y el tipo de conducta que debemos de seguir en las diferentes etapas del trabajo a realizar.

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

Sí, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

#### **8.1. Información adicional**

Todos los trabajadores de la Organización conocen nuestros valores como empresa y tratamos de implicarnos todos, como grupo, en llevarlos a cabo.

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **9.- 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

#### **9.1. Información adicional**

Realizamos diferentes actuaciones de Responsabilidad Social en nuestra actividad con el fin de contribuir de forma positiva con el Medio Ambiente:

Actuaciones llevadas a cabo:

- Hemos retirado el 100% de los vasos de plástico de nuestras máquinas y los hemos sustituido por VASO DE PAPEL.
- El 100% de las botellas de agua de 1,5 l y 1/2 l son reciclables y proceden de materiales reciclados (RPET-100%) lo que favorece la economía circular.
- Hemos sustituido el 100% de los agitadores de plástico por agitadores de madera.
- Todos nuestros equipos de bebidas calientes incorporan la opción de "sin vaso", lo que permite al usuario usar su propio recipiente.
- Todos los productos que vendemos, en un % muy alto, han desarrollado diseños con formatos con un menor impacto ambiental
- Adquisición de productos y alimentos sostenibles a proveedores locales, en la medida de lo posible, que cumplen con estándares ambientales y sociales.

Nuestro objetivo es seguir avanzando en este campo. Nuestro compromiso a medio plazo, con el fin de reducir la huella de carbono, es ir sustituyendo los vehículos de combustión por vehículos que utilicen energías limpias.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

### **10.1. Información adicional**

Nuestro objetivo es seguir avanzando en lo máximo de nuestras posibilidades y desde el convencimiento profundo de nuestras actuaciones con el medio ambiente.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

##### **11.1. Información adicional**

Nos esforzamos por construir relaciones de confianza con nuestros clientes y los escuchamos para responder a sus necesidades.

El trato con todos nuestros clientes es continuado y cercano, lo que nos permite conocer la satisfacción o necesidades en cada momento y de esta manera poder actuar.

Dadas las características de nuestra empresa mantenemos con todos nuestros clientes un trato continuado y cercano, a través de visitas y diálogo fluido.

Intentamos satisfacer las demandas del consumidor ofreciendo productos creativos e innovadores, más saludables, más responsables y a precios asequibles.

También disponemos de canales de comunicación, donde el cliente puede expresar su nivel de satisfacción, inquietudes, quejas....como teléfono de atención al cliente, correo electrónico, formulario web, redes sociales, etc.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y su implantación

##### **12.1. Información adicional**

Una vez identificada la posible mejora, la trasladamos a algún cliente significativo y una vez valorada la respuesta, si es satisfactoria sobre el campo, se traslada al resto de clientes.

El contacto con nuestros clientes es permanente y cercano, por lo que muchas veces conocemos de primera mano sus inquietudes y necesidades. No obstante, también disponemos de otros canales de atención al cliente (teléfono, formulario web, whatsapp, redes sociales, fácilmente accesibles donde pueden expresar sus consulta, queja, reclamación... para ser atendidas. El conocimiento de estos testimonios nos ayuda a avanzar y mejorar.

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

#### **13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?**

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

##### **13.1. Información adicional**

Se planifica la introducción de nuevos productos de manera habitual, valorando los consumos, las características saludables, sostenibles y de cercanía.

Introducción de productos con envases más sostenibles que minimicen el impacto sobre el entorno y el medio ambiente.

Apuesta por la digitalización para aumentar nuestra competitividad. (Medios de pago digitales- ofrecemos proyectos de mejora a nuestros clientes, basados en la entrega de equipos de protección individual a través de las máquinas expendedoras automáticas, apoyado en un software de gestión que ofrece un control muy preciso de todos los Epis consumidos por cada usuario.

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

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

#### **14.1. Información adicional**

El servicio que ofrecemos es la venta de productos de alimentación a través de máquinas expendedoras. La puesta de estos productos en el punto de venta, se hace cumpliendo con la normativa vigente. Todos los productos que expenden nuestras máquinas, cumplen con los más altos estándares de calidad y seguridad alimentaria. Todos nuestros equipos van identificados y disponen de un teléfono de atención al cliente para poder dar una respuesta inmediata a cualquier incidencia que pudiera producirse.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

#### **15.1. Información adicional**

De forma continuada se hacen actuaciones, en los equipos de maquinas expendedoras, de adaptaciones y mantenimientos.

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

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información de las características del producto o servicio.

#### **16.1. Información adicional**

Nuestra propuesta comercial, por lo general, es muy detallada. En ella puntualizamos la manera de llevar a cabo nuestro servicio, características técnicas de los equipos ofertados, porfolio de productos, así como fichas técnicas de los mismos y por supuesto nuestro precio final al usuario.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

## Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

#### 17.1. Información adicional

De una manera habitual, al ser una empresa pequeña, el grado de satisfacción del empleado se conoce prácticamente día a día, y si tienen algún problema puntual, bien personal o laboral, se aborda de forma inmediata, buscando soluciones conjuntas y satisfactorias.

## Igualdad de oportunidades y no discriminación

### 18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento 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.

#### 18.1. Información adicional.

En nuestra organización el 99% de los puestos son similares y la integración está garantizada, de hecho hay diferentes nacionalidades con el mismo puesto y salario.

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

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

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

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

Dadas las características de nuestra empresa, cuando hay alguna necesidad laboral por parte de algún empleado, buscamos una solución específica.

En general hemos mejorado los horarios de trabajo, llevando turnos más estables según sus necesidades, autonomía para la elección de los días de vacaciones, resultando así más fácil la conciliación de la vida personal, familiar y laboral.

## Formación y desarrollo profesional

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

#### **20.1. Información adicional.**

Los trabajadores de nuestra empresa reciben formación continua y de manera habitual y específica si lo requiere el empleado.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

#### **21.1. Información adicional.**

Adaptamos la formación de los trabajadores a las necesidades de la empresa y a la de nuestros clientes.

### **Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

#### **22.1. Información adicional.**

Todos los trabajadores están formados en materia de PRL e informados sobre el puesto a realizar. Dada las características de nuestra empresa, este servicio lo tenemos externalizado con la empresa MAS PREVENCION, que nos pone al día de todas las actualizaciones.

### **PROVEEDORES**

#### **Compras responsables**

#### **23.- ¿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.

#### **23.1. Información adicional.**

La elección de proveedores es muy importante para nuestra empresa. Buscamos productos de calidad que cumplan con las expectativas de nuestros clientes. En la medida de lo posible adquirimos productos y alimentos sostenibles a proveedores de proximidad, comprometidos con el desarrollo de la zona y la economía circular.

#### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales

y sociales asociados a la actividad.

#### **24.1. Información adicional.**

Además del precio y la calidad de los productos ofertados, valoramos en nuestros proveedores la proximidad y el respeto medioambiental y social. Apostamos por una economía circular por ello intentamos, en la manera de lo posible, utilizar envases 100% reciclables y procedentes de materiales reciclados, tanto en papel como en plástico. Sobre este aspecto, los fabricantes tienen que seguir avanzando para conseguir extender la vida útil de los envases.

### **SOCIAL**

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

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

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

#### **25.1. Información adicional.**

Colaboramos de forma continuada con CRUZ ROJA.

De forma puntual colaboramos con propuestas que nos realizan con fines sociales, tales como donaciones, compra de determinados productos...etc.

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

**26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?**

Se realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### **26.1. Información adicional.**

En la medida de lo posible hacemos una selección de nuestros proveedores, en el cual uno de los puntos que tenemos en cuenta son los proyectos sociales y medioambientales que desarrollan, dando así prioridad a este tipo de proveedores.

#### **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?**

No se difunden estas actuaciones

#### **27.1. Información adicional**

Nuestro objetivo es ir avanzando en actuaciones de este tipo.

#### **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?**

No se comunican

**28.1. Información adicional**

Nuestro objetivo es ir avanzando sobre este tema.

**AMBIENTAL**

**Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

**29.1. Información adicional.**

Las medidas de actuación tomadas son:

Gestión de residuos (tratamiento de residuos no peligrosos).

Hacemos un uso responsable de los recursos naturales.

En la oficina, reutilización del papel y reducción de costes de energía, intentando hacer el mejor uso posible de todos los aparatos y equipos.

Renovación de la flota de vehículos, por otros más eficientes energéticamente, cuando esto sea necesario. Nuestro plan a medio plazo es sustituir los vehículos de combustión por vehículos que utilicen energías limpias.

Iluminación de equipos, a través de LED.

Otras medidas que llevamos a cabo para minimizar o eliminar el uso de plástico son las siguientes:

Sustitución 100% del vaso de plástico por el vaso de papel.

Sustitución 100% de los agitadores de plástico por agitadores de papel.

Venta de botellas de agua de plástico RPET. ( 100% Plástico reciclado y reciclable), favoreciendo la economía circular.

Apostamos por productos con envases y formatos con un menor impacto ambiental. Un porcentaje alto de los productos que expenden nuestras máquinas, envasados individualmente, utilizan envoltorios 100% biodegradables.

**Compromiso frente al cambio climático**

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

Existe un compromiso a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

**30.1. Información adicional.**

Para compensar el impacto negativo causado al medio ambiente, nuestra empresa ha puesto en marcha las siguientes actuaciones:

1.- Apostamos por la eficiencia, la reducción de nuestras emisiones de carbono y la

economía circular.

- Sustitución del vaso de plástico por el vaso de papel. 100%
  - Sustitución de los agitadores de plástico por agitadores de madera 100%
  - Todos nuestros equipos incorporan iluminación LED de bajo consumo.
  - Todas nuestras máquinas de bebidas calientes disponen de la opción de "sin vaso", lo que permite al usuario utilizar su propio recipiente, generando así menos residuos.
  - Los envases de nuestras botellas de agua son 100% reciclables y proceden de materiales reciclados 100%.
  - Sustitución de vehículos antiguos, por otros más eficientes energéticamente, a medio plazo.
- 2.- Apostamos por las personas y generamos valor para nuestro equipo, clientes, la comunidad local y la sociedad en general.
- 3.- Apostamos por la innovación, a través de la implantación de nuevos sistemas tecnológicos, que dan respuesta a las necesidades de nuestros clientes y optimizan nuestra competitividad.

## **Economía circular**

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

La organización ha iniciado su transición hacia la economía circular, con objetivos y un plan de acciones en seguimiento y una evaluación periódica de los resultados obtenidos.

#### **31.1. Información adicional**

Recientemente se nos ha otorgado el Sello de Aragón Circular por nuestro compromiso con la sostenibilidad y la circularidad. Estamos comprometidos con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Nuestro objetivo es ofrecer soluciones de vending responsables con el medio ambiente, utilizando tecnologías innovadoras que permitan reducir el consumo energético y la generación de residuos.

Buscamos mejorar la calidad de vida de nuestros clientes, ofreciendo productos saludables y de calidad. Estamos comprometidos con la reducción de plásticos y envases en nuestras máquinas expendedoras, para así minimizar nuestro impacto ambiental.

En la actualidad estamos llevando a cabo diversas acciones que impactan de manera positiva en la economía circular.

## **Comunicación ambiental**

### **32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?**

Se comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

#### **32.1. Información adicional**

Cuando desarrollamos alguna actuación que favorece al medio ambiente, lo intentamos comunicar a los grupos de interés implicados.

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

## Priorización de temas

**33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)**

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

## 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?**

8

## Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Nuestra Organización mantiene vínculos cercanos con todos los grupos de interés (trabajadores, clientes, proveedores...), lo que nos permite interactuar con ellos de una forma sencilla, consiguiendo relaciones duraderas basadas en la confianza y la transparencia.

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

- Seguir avanzando en nuestra gestión responsable, dentro de la cadena de suministro, minimizando los impactos sociales y ambientales, sin dejar de ser competitivos.
- Dar más visibilidad a la empresa.

## Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 pero no ha establecido ningún compromiso con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.