Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

GOARAGÓN
CIF:B42900688
C/Carmen nº2, 4ºB.
50005 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

GoAragon S.L

02 - Dirección - CP - Población

Dr. Horno Alzorte 7, local

03 - Sector. Actividad

Comunicación

04 - Año comienzo actividad.

2021

05 - Número de personas empleadas

1

06 - Persona contacto

Alfredo Cortés Cubero

07 - E-mail contacto

alfredo@goaragon.es

08.- Página web

www.goaragon.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)

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

-

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

Si

2.1. Información adicional

-

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

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

-

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

-

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

6.1. Información adicional

-

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

-

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, pero no de manera sistemática o formal

8.1. Información adicional

-

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

-

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

10.1. Información adicional

-AL ESTAR ABORDANDO LAS PRIMERAS ACTUACIONES ESTA PREGUNTA NO LA PODEMOS CONTESTAR.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

11.1. Información adicional

-

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

Se identifican mejoras de manera esporádica pero no se implantan en los procesos de la organización

12.1. Información adicional

-

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

-

Calidad de los productos y servicios

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

-

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

-

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

Son importantes los comentarios en RRSS y reseñas

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)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

-

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

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

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

-

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

a

Seguridad y Salud

PROVEEDORES

Compras responsables

Clasificación y evaluación de proveedores

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 sin planificación específica

25.1. Información adicional.

-

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

26.1. Información adicional.

-

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?

Se comunican a las personas empleadas de manera puntual y no sistematizada

27.1. Información adicional

-

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?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

28.1. Información adicional

-

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización.

29.1. Información adicional.

-

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?

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

30.1. Información adicional.

-

Economía circular

31.1. Información adicional

A la hora de crear el periódico GoAragón se plantearon dos posibles escenarios o modelos de negocio.

La primera vía era adoptar la forma tradicional de publicación impresa y la segunda era apostar por una plataforma online, opción por la que nos decantamos. En esta decisión la sostenibilidad del proyecto y su impacto en el medioambiente jugó un papel primordial para que la balanza se inclinara desde el principio hacia una estrategia ?cero papel?. Además, otra gran ventaja del proyecto en internet es que nos permitía una mayor difusión y llegar mucho más fácilmente a aquellos puntos del planeta en los que están interesados en Aragón.

A la hora de valorar estas dos opciones iniciales, papel o digital, se contemplaron distintas cuestiones, como la capacidad de producción, la distribución, la posibilidad de crecimiento, el alcance, la capacidad de internacionalización, el público objetivo, la comercialización, los posibles clientes y la sostenibilidad.

A continuación, detallamos el planteamiento que nos llevó a apostar desde nuestro nacimiento por un proyecto digital:

Para plantear la estrategia de GoAragón en edición papel planteamos un escenario de difusión en tres Comunidades Autónomas: Aragón, La Rioja y Navarra, para poder medir su impacto y seguir creciendo. Esto suponía imprimir un mínimo de 90.000 ejemplares del periódico para poder tener difusión dentro de uno de los grandes grupos de comunicación: Vocento, Unidad Editorial o PRISA. Esta era la única manera viable económicamente de tener difusión de forma impresa.

Planteamos una publicación de 8 paginas, a color, con un gramaje de 80 gramos, que iría dentro de los periódicos de tirada nacional en las Comunidades seleccionadas. Como cada ejemplar del periódico contaba con 8 paginas, y se planteó para un papel de una calidad y gramaje de 80 gramos (tipo de papel para imprenta comercial), y cada página de estas características pesa 5 gramos, esto suponía 40 gramos por ejemplar. Al estar valorando 90.000 ejemplares suponía un peso total en papel de 3.600 kilos cada edición. Como la publicación iba a ser bimensual suponía anualmente 21.600 kilos de papel.

Con estas cifras, tradujimos cuál sería el coste medioambiental de nuestra publicación, teniendo en cuenta que para generar una tonelada de papel se necesitan 17 árboles y 225.000 litros de agua. Con este criterio, para llevar a cabo este planteamiento en papel necesitábamos 357 arboles y 4.725.000 litros de agua al año. A esto se sumaban factores como el consumo energético de la impresión de los ejemplares, los residuos generados por estos miles de papeles y el transporte, que al no contar con distribución propia debería llevarse a cabo por los grandes grupos mencionados anteriormente. Para este último punto, la estrategia contaba una imprenta en Zaragoza, desde donde tenía que llegar al centro de distribución en Madrid y, de allí, a todas las poblaciones donde llegaba el diario que habíamos seleccionado.

Este escenario nos situaba en un modelo de producción lineal, de extracción, producción, consumo y residuo. Después de analizar el ciclo de vida de esta publicación en papel, nos dimos cuenta de que no queríamos incurrir en ese impacto ambiental, ya que contábamos con una alternativa que se ajustaba de forma más satisfactoria a nuestro proyecto, tanto en el plano de la sostenibilidad como en el económico. La filosofía del proyecto, definitivamente, no encajaba con la posibilidad de talar 357 arboles y de llevar a cabo un gran proceso productivo y logístico, aunque luego pudiéramos compensar la huella de carbono. Y es por ello que tomamos la decisión inicial de descartar el periódico en papel y optar por una plataforma en internet.

Crear un periódico digital nos ha permitido reducir drásticamente los residuos de todo tipo, especialmente, el papel. Además, nos ha brindado una mayor eficiencia energética y un

mejor aprovechamiento del tiempo y demás recursos. En términos de difusión, nos permite llegar a un público más amplio y lanzar nuevas ediciones en idiomas de una manera más rápida, eficiente y económica. Tener un mayor alcance y una capacidad de escalabilidad es fundamental para la vialidad del negocio.
A la hora de diseñar el periódico, se tuvo en cuenta que muchos de los lectores iban a acceder desde sus teléfonos móviles. Como la publicación se ofrece en lengua nativa a diferentes partes del mundo, se valoraron los temas culturales de cada una de las ediciones a la hora de generar los contenidos, así como su disposición en la web; incluso el uso de los colores se estudia para no entrar en conflicto con otras culturas a las que queremos acceder.

Origen de las materias primas empleadas
Al igual que en la difusión de nuestro periódico digital, el resto de acciones siguen una política de ?cero papel? que se extiende al formato digital de facturas, documentos internos, presentaciones o comunicados.
Consumo, uso y negocio.
En este apartado nos centramos en la actividad que se realiza en la sede administrativa de GoAragón, que tratamos de hacer extensiva a todos nuestros colaboradores.
Extremamos la prudencia en el uso de aquellos elementos susceptibles de ver su vida útil ampliada: ordenadores, teléfonos móviles, tabletas, etc. Además, trabajamos en su mantenimiento, con revisiones periódicas por expertos. Rechazamos aquellos artículos de un solo uso (auriculares ofrecidos en los viajes en AVE, bolsas de plástico en la compra o vasos para llevar café para tomar fuera del establecimiento) y solicitamos la comida no terminada en restaurantes para acabar de consumirla en el domicilio.
Consumimos café en dos modalidades: cápsulas tipo Nespresso y café molido. Las cápsulas las reciclamos en la tienda Nespresso de calle Costa (Zaragoza), mientras que los posos del café los reutilizamos de distintas maneras: o bien en las plantas (compost aplicado directamente sobre la tierra) o bien en nevera (para evitar malos olores tenemos un vaso dentro del frigorífico). Por último, en desagües, mezclado con agua hirviendo.
Para los desplazamientos dentro de la ciudad hacemos uso del transporte público y, al estar en la zona centro, tratamos de ir a pie siempre que es posible. En el caso de desplazamientos fuera de la ciudad, siempre buscamos la mayor optimización de recursos posible y cerramos reuniones con al menos dos proyectos en el mismo día y la misma población o destino. En este sentido, difundimos noticias de todo Aragón y periódicamente nos trasladamos a las provincias de Huesca y Teruel, tratando de aprovechar al máximo el desplazamiento. Las entrevistas a personas que se encuentran fuera de nuestra Comunidad son también habituales, pero solemos realizarlas mediante videoconferencia, haciendo uso de esta gran ventaja que nos brinda la tecnología.
Somos amantes de los animales y de la naturaleza, y abogamos por un uso más eficiente de los recursos naturales. Apadrinamos un árbol dentro del proyecto aragonés ?Apadrina un olivo? -Asociación apoyada por Gobierno de Aragón- y el año pasado plantamos 10 arboles en El Bosque de los Zaragozanos -proyecto apoyado por el Ayuntamiento de Zaragoza y ECODES-.

Gestión de residuos y/o subproductos generados
Hemos implementado medidas de prevención, reciclaje, reutilización, y otras formas de recuperación y eliminación de los siguientes desechos: aceite vegetal usado (de cocina),

cápsulas de café tipo Nespresso, vidrio, medicamentos, papel y cartón, pilas, plástico, ropa, tapones, tóner y electrodomésticos (tanto de gran como de pequeño formato). No obedece desglosar las categorías de residuo, peligroso y no peligroso, por tipología ni los distintos métodos de tratamiento, recuperación y eliminación de los residuos.
Nuestro compromiso con el reciclaje es firme, con especial atención al papel, que por nuestra actividad es el material más habitual. Cuando asistimos a ruedas de prensa en las que ofrecen notas de prensa en papel tratamos de priorizar la versión digitalizada y, si no se dispone de ella, aprovechamos siempre la otra cara del papel para escribir y, más tarde, reciclar. Igualmente, reciclamos todos aquellos materiales que hay que depositar en el punto de recogida.

Servicios.
Trabajamos desde el centro de la ciudad, por lo que el 90 % de nuestros desplazamientos se pueden realizar andando. En caso de tener que hacer desplazamientos más largos dentro de la ciudad, optamos por medios de transporte público.
Como se ha indicado, en caso de tener que salir fuera de la ciudad para realizar nuestro trabajo, gestionamos la agenda de manera que en ese mismo trayecto, podamos acudir al menos dos de los redactores. Así aprovechamos para realizar más de una visita a empresas o instituciones, de manera que podamos generar el mayor numero de artículos posible por viaje. Hemos fijado un ratio mínimo de 1/2 (un viaje, dos artículos). Asimismo, adecuamos las rutas para optimizar el consumo de carburante y reducir la contaminación, a la vez que hacemos una mejor gestión del tiempo.

Análisis del ciclo de vida
En cuanto al análisis del ciclo de vida (ACV) de nuestro producto, tenemos en cuenta factores como la minimización de residuos, tratando de conseguir que nuestra actividad, eminentemente digital, se acerque al ?residuo cero?. Al tomar la decisión inicial de realizar una edición digital del periódico y no en papel, conseguimos reducir sustancialmente el impacto ambiental de nuestro producto, accesible en línea.

Contribución de la actividad de la empresa a la circularidad a lo largo de la cadena de valor
Nuestra gran ventaja competitiva que nos acerca a la circularidad en la cadena de valor es nuestro gran componente tecnológico, que permite reducir las actividades productivas y logísticas.

Buenas prácticas utilizadas en circularidad
Gestión adecuadas de los viajes, tanto en transporte público, automóvil o tren.
Comunicación activa de actividades realizadas por Aragón Circular. Publicamos en todas las ediciones de GoAragón, las 5 cabeceras del periódico digital, todos los artículos y entrevistas que realizamos que tienen relación con la economía circular, ayudando de esta manera a la difusión del proyecto, pues entendemos que este tipo de economía no es solo aplicable a nuestra Comunidad Autónoma, sino que Aragón debe ser referente internacional y espejo en el que se miren otras zonas. Un ejemplo claro de esto es que la estrategia Aragón Circular fue protagonista en una reunión de trabajo organizada por el Ministerio Federal de Vivienda, Desarrollo Urbano y Construcción del Gobierno de Alemania, en el marco de su proyecto bautizado ?The Circular Economy in Rural Areas?, encuentro en el que también participaron otras regiones europeas de países como

Finlandia, Eslovenia, Grecia o Italia.
Dentro de la comunidad de vecinos donde está la sede administrativa de GoAragón, se presento un proyecto para la implantación de contadores individuales de calefacción y agua caliente. Este proyecto se aceptó por la junta de vecinos y en enero de 2023 se puso en marcha, lo que ha permitido a la comunidad ahorrar combustible (gas), a la par que se ha generado una mayor concienciación de los vecinos acerca del gasto.
Se presentó también una sugerencia para un cambio en los ascensores de la comunidad, por unos que se alimentan energéticamente de unas placas solares, que se pueden instalar en la azotea de la comunidad. Este propuesta está siendo estudiada.
Contamos además con un cargador solar que nos permite cargar los teléfonos móviles con la energía que genera del sol, lo que nos permite un ahorro energético.

Personal de la entidad destinado a la implantación y desarrollo de la economía circular.
Alfredo Cortés, gerente de GoAragón, destina un 10% de su tiempo a la implantación y difusión de la economía circular.
Marcos Díaz, redactor freelance, con formación en economía circular y autor de muchos de los artículos de difusión de la economía circular en Aragón, destina dentro del medio un 20% de su tiempo.
David Docón, estudiante de Periodismo en prácticas, destina un 15% de su tiempo en la redacción de artículos y documentación necesaria relativa a la economía circular en Aragón.

Actividades de información y formación a personal de la entidad en economía circular.
Las personas que comienzan a colaborar con GoAragón deben conocer qué es la económica circular y el proyecto de Aragón Circular, por las siguientes razones:
La misión de la empresa.
Posibilidad de redacción de temas relacionados.
Labor de concienciación de la empresa hacia la sociedad.
Marcos Díaz recibió formación sobre economía circular, que le permite redactar artículos y entrevistas relacionados con el tema, y los estudiantes en practicas deben adquirir conocimientos sobre la materia, con el mismo objetivo.
Del mismo modo, GoAragón cuenta con el sello de Responsabilidad Social de Aragón (RSA) desde el año de su fundación, 2021, y se renovó en 2022. Este 2023 estamos preparando la memoria para obtener sello RSA+. Estamos inscritos en Aragón Circular desde noviembre 2022 y somos socios del Cluster de Turismo Sostenible de Aragón desde el 2022.

Porcentaje de inversión en economía circular respecto de la facturación anual.
El porcentaje de inversión en economía circular sobre los benéficos de la empresa corresponde al 1%.
En este sentido, se han plantado 20 arboles en el citado Bosque de los Zaragozanos y se ha apadrinado un árbol en el proyecto ?Apadrina un olivo?, que pretende asentar población en Oliete, al tiempo que se recuperan olivos centenarios. Los detalles de navidad de este 2022 se hicieron con productos de este proyecto, con el objetivo de ayudar a esta iniciativa y, al mismo tiempo, darla a conocer.

Actuaciones de comunicación y/o concienciación a lo largo de la cadena de valor

GoAragón es consciente de la importancia que tiene la comunicación y divulgación de la economía circular. Así, desde la plataforma es una de las obligaciones que nos marcamos desde el principio, que nos lleva a contribuir de varias maneras a la comunicación de la economía circular.
Por un lado, publicamos no solo las noticias relacionadas con la materia, sino que además generamos artículos y entrevistas propias, que divulgamos en todas las ediciones con las que contamos, sobre proyectos y personas relevantes en la economía circular en Aragón.
Gracias a esta tarea, difundimos de manera global la economía circular en general y Aragón Circular, en particular.
De esta forma, se han publicado los 186 artículos relacionados con economía circular, en la edición en español y 40 en las ediciones en idiomas. Estos artículos incluyen entrevistas, como la realizada al director general de Planificación y Desarrollo Económico del Gobierno de Aragón para repasar los tres años que cumple la estrategia Aragón Circular, sus principales hitos y los retos a los que se enfrenta. Otras de las piezas periodísticas abordan desde las labores de empresas aragonesas realizadas en materia de economía circular hasta las emprendidas por otras instituciones en este ámbito, como la del Centro Europeo de Empresas e Innovación (CEEI) de Aragón.
https://www.goaragon.es/entrevista-lapena-economia-circular/
https://www.goaragon.es/tervalis-la-firma-turolense-que-coloca-a-aragon-en-la-vanguardia-de-los-biofertilizantes/
https://www.goaragon.es/costa-food-group-carniques-celra-y-laboratorios-farmaceuticos-rovi-crean-glicopepton-biotech-para-producir-compuestos-de-alto-valor-tecnologico-a-partir-de-subproductos-del-porcino/
https://www.goaragon.es/mas-de-1400-empresas-y-entidades-son-reconocidas-por-aragon-circular/
https://www.goaragon.es/el-club-de-roma-destaca-el-trabajo-de-aragon-circular-en-una-jornada-celebrada-en-zaragoza/
https://www.goaragon.es/la-estrategia-aragon-circular-ejemplo-de-buena-practica-a-nivel-nacional-entre-las-administraciones-publicas-miguel-luis-lapena/
https://www.goaragon.es/mas-de-70-empresas-y-entidades-obtienen-el-sello-aragon-circular-en-su-primera-convocatoria/
https://www.goaragon.es/eboca-difundira-y-divulgara-la-economia-circular-en-aragon-con-120-000-vasos-y-experiencias/
https://www.goaragon.es/greene-enterprise-y-la-aragonesa-adiegoinvertira-2443-millones-de-euros-y-generaran-25-en-muel-con-un-proyecto-de-economia-circular/
https://www.goaragon.es/resource-un-proyecto-liderado-por-aragon-que-busca-obtener-inversion-privada-para-proyectos-de-economia-circular/
https://www.goaragon.es/aragon-avanza-en-la-implantacion-de-la-economia-circular-en-el-ambito-textil/
https://www.goaragon.es/hacia-un-aragon-mas-circular-luis-miguel-lapena-gobierno-aragon/
https://www.goaragon.es/aragon-liderara-un-proyecto-europeo-para-impulsar-iniciativas-de-economia-circular-a-traves-de-financiacion-privada/
https://www.goaragon.es/30-anos-de-ceei-aragon-en-aragon-con-339-empresas-impulsadas/
https://www.goaragon.es/saica-recibe-el-apoyo-de-los-gobiernos-de-aragon-y-espana-para-su-proyecto-de-economia-circular/

https://www.goaragon.es/sphere-espana-inaugura-en-pedrola-el-complejo-de-economia-circular-para-la-fabricacion-de-bolsas-biodegradables-mas-grande-y-avanzado-de-europa/
Estos artículos han generado más de 40.000 visitas a la web y 200.000 impactos aproximados. Además de las visitas directas al periódico digital, se han publicado en nuestras diferentes redes sociales, con especial atención a LinkedIn, una red profesional en la que está gran parte del público interesado en este tipo de iniciativas. En línea se han publicado 186 artículos sobre economía circular que han generado 55.800 impactos en la red empresarial LinkedIn. En Twitter se han publicado 558 tuits, con 500.000 impactos aproximados; en Facebook se han publicado 186 publicaciones y en Instagram, 35.
Por otro lado, entendemos que es nuestra obligación divulgar y poner en contacto empresas susceptibles de colaborar entre ellas, generando proyectos de economía circular. De forma natural, en nuestras reuniones y conversaciones con los responsables de empresas de todo Aragón hemos visto la posibilidad de generar sinergias con otras compañías, haciendo de nexo de unión para esos proyectos susceptibles de colaborar en acciones de economía circular conjuntas.
A la hora de seleccionar nuestros proveedores buscamos empresas que o bien tengan el sello de Aragón Circular o tengan una filosofía encaminada en la misma dirección. Por poner un ejemplo, a la hora de comprar los detalles que enviamos en navidades de este 2022 seleccionamos el citado proyecto en Teruel que trabaja para mantener olivos centenarios, orientado a fijar la población en la zona y con una buena gestión de los recursos.
Somos socios del Cluster Turismo Sostenible de Aragón y ayudamos en la difusión de sus actividades, pues entendemos que este tipo de turismo es más cercano a nuestra misión y ayuda a la generación de empleo en zonas rurales, basado en la sosteniblidad medioambiental. En este sentido, se han publicado 12 artículos relacionados con turismo sostenible, que también hemos trasladado a las redes sociales del medio. Así, calculamos 192.000 impactos.

Participación en proyectos de I+D+i que fomenten la circularidad.
Alfredo Cortés, gerente de GoAragón, participó como moderador en una de las mesas durante las Jornadas con el Club de Roma 2022, organizadas por Aragón Circular.

Actuaciones relativas a la reducción del consumo energético
Se optó por una modalidad de teletrabajo, donde cada redactor o persona involucrada puede desde su ordenador acceder a las herramientas necesarias desde cualquier lugar.
Los desplazamientos se realizan en medios públicos o buscando la mayor eficiencia energética posible.
Contamos con un cargador que nos suministra una pequeña cantidad de energía para cargar los teléfonos móviles con energía solar. El teclado del ordenador se carga también con energía solar.

Contamos con un sistema sólido de implantación de los principios de la economía circular dentro de la gestión, del impacto a lo largo de la cadena de valor y su contribución a lograr en Aragón una economía sostenible, descarbonizada, eficiente en el uso de los recursos y competitiva.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

a

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

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?

6

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Al ser muy pocos podemos avanzar rápido.Ya hay inciativas realizadas de una mera informal

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

PLANIFICACION FORMAL. ELABORAR PLANES, DESARROLLO Y SEGUIMIENTO

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?

No

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

- ODS 5. Igualdad de género.