

RSA - Entidades no lucrativas

Empresa evaluada**SEMIÓTICA**

CIF:F16448078

Avda. Tenor Fleta 89.-

50008 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN**Denominación de la organización**

Semiótica Sociedad Cooperativa Pequeña

Forma jurídica

Sociedad Cooperativa Pequeña

Número de socios (en caso de asociaciones)

2 socios

Número de miembros Junta/Patronato

2

Dirección - CP - Población

Avenida Tenor Fleta 89, CP: 50004 Zaragoza

Sector/Ámbito de actuación.

Marketing/Comunicación Ético y Diseño Ético

Actividad principal

Marketing y Diseño

Colectivo principal atendido

Todas las Organizaciones

Año comienzo actividad.

2024

Número de personas empleadas - media anual

2

Número de personas empleadas estables (contrato indefinido)

2

Número de voluntarios

0

Persona contacto

Susana Ballesteros Boullosa

E-mail contacto

hola@semiotica.es

Página web

<https://semiotica.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.)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren la sostenibilidad de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos.

1.1 Información adicional

Por nuestra parte Semiótica se ha constituido con la visión, misión, valores y código ético propios de la empresa, pero a su vez más allá de su filosofía aplicada a sus servicios ofertados, Semiótica se ha constituido como generadora de creación de empleo por la alta demanda actual en comunicación y medios necesarios para el tejido empresarial, generando así riqueza.

A su vez, somos 100% actores de transición ayudando como generadores de pensamiento y cambio social. Ya que estamos encantados de trabajar con marcas y organizaciones que trabajen construyendo un mundo más responsable y respetuoso. Como también con todas aquellas que deseen comenzar a aplicar un marketing más amable y tolerante.

Somos también 100% independientes. Como agencia independiente, nos esforzamos por lograr un desempeño ético y económico que ofrezca una compensación justa para todos y el desarrollo sostenible de nuestras actividades, además del cumplimiento legal.

Somos 100% inclusivos. Como personas que conformamos esta sociedad, resulta sencillo, a todos nos gusta sentirnos bajo la aceptación, la integración, la libertad, la oportunidad, la aprobación, la consideración. Como agencia, nuestro objetivo en un futuro próximo, es lograr que los servicios de comunicación profesionales e impactantes sean accesibles para todos, de modo que las startups socialmente comprometidas, las ONGs o las empresas

sociales, puedan promover sus iniciativas al mismo nivel que las organizaciones y corporaciones más grandes.

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

Si

2.1. Información adicional

Existe un gran número de pequeñas entidades con prácticas sostenibles aportando valor y cambio, demostrando su viabilidad.

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?

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

Dentro de Semiótica existen planteamientos estratégicos a corto, medio y largo plazo.

A corto plazo: Eliminación huella de carbono generada por Semiótica website (Net Zero Website), instalando el sello inteligente Net Zero Web compensamos automáticamente todas las emisiones de CO2 que genera nuestra página web. Realiza un seguimiento del uso de nuestra web, calcula las emisiones y nuestro el sistema planta los árboles necesarios para compensar nuestras emisiones. Somos cero papel, toda nuestra práctica se implementa digitalmente a excepción de posibles y necesarios desarrollos puntuales por fuerza mayor.

A medio plazo: Conciliación familiar y minimización de consumo energético en nuestra práctica.

A largo plazo: planteamos nuestra influencia y responsabilidad en nuestras practicas y servicios sobre otros como estrategia de reto a lo largo de todo nuestro desarrollo profesional y la evaluación de nuestros impactos (cambios positivos en la sociedad), lo que contribuye a la construcción de infraestructuras resilientes, la promoción de una sociedad de progreso inclusiva y sostenible y el fomento de la innovación (ODS 9). Semiótica busca crecer, a través de sus prácticas, para así poder destinar una mayor cantidad de recursos a compromisos sociales y medioambientales, aportando entre un 5% y un 10% de nuestros beneficios anuales a estos fines, ayudándoles en su promoción. Por el impacto empresarial derivando en una mejora en el impacto social y medioambiental.

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

La organización analiza, planifica, aplica sistemas de control y posteriormente evalúa e implanta mejoras con objeto de aumentar su rentabilidad y optimización de recursos

4.1 Información adicional

La organización analiza, planifica, aplica sistemas de control semestralmente, proponiendo e implantando mejoras con objeto de aumentar su rentabilidad y optimización de recursos

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

Es decidido por el órgano de gobierno tras un proceso interno de participación y se destina íntegro a proyectos y/o partidas concretas.

5.1. Información adicional

En Semiótica el destino de estos fondos ,(decidido por el órgano de gobierno) tras un proceso interno de participación, son destinados íntegramente a proyectos sociales y/o partidas concretas como la formación u otros como la conciliación laboral en beneficio de los trabajadores.

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

En Semiótica tenemos identificados los todos nuestros grupos de interés y realizamos una gestión específica y diferenciada de cada uno de ellos mediante análisis de mercado y la aplicación de diversos frameworks de forma regular.

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

Identificamos las necesidades y expectativas de los grupos de interés, analizándolos de forma diferenciada y siendo integrados en los procesos de la organización..

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 responsable, supervisan y aprueban el plan anual y la memoria, participando activamente en el análisis de las desviaciones y en el control de indicadores clave. Sus datos son públicos (nombre, profesión, cargos, relación de parentesco y relaciones comerciales).

8.1. Información adicional.

Ejercen su cargo de forma responsable, supervisan y aprueban el plan anual y la memoria, participando activamente en el análisis de las desviaciones y en el control de indicadores clave. Los datos son públicos (nombre, profesión, cargos, relación de parentesco y relaciones comerciales).

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.

Cumplimos con nuestras obligaciones y rendimos cuentas ante el órgano de gobierno al menos dos veces al año, presentando planificación anual previa y memoria económica y de actividades realizadas.

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?

De algunos aspectos de la organización se proporciona amplia información.

10.1. Información adicional

Semiótica proporciona información clara, honesta y fiel sobre la propia organización, su composición, estrategia y funcionamiento.

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?

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

11.1.- Información adicional

Se comenta verbalmente la forma de trabajar al iniciar la relación laboral. Aunque existe una visión próximamente de desarrollar un documento con normas o pautas de actuación, -manual de bienvenida o similar- para difundirse a todos los trabajadores cuando se incorporen a la organización.

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, si bien exclusivamente a las personas más implicadas

12.1. Información adicional

Sí, si bien exclusivamente a las personas más implicadas actualmente, aunque a través de nuestros canales de comunicación la misión, visión y valores junto al código ético de Semiótica es claramente y ampliamente expuesto. Existen expectativas de poder a medio/largo plazo poder desarrollar e impartir una formación a todas las personas de la organización a su incorporación.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

13.1. Información adicional

Aunque estamos comenzando, tras el paso por RSA, creemos que sin ser demasiado conscientes nos encontramos inmersos y ya hemos desarrollado distintas actuaciones de Responsabilidad Social aunque en Semiótica, por su esencia y filosofía, quede mucho aun por abordar y mejorar sintiendonos en un inicio.

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

Se plantean algunos indicadores pero no se establecen objetivos

14.1. Información adicional

Se plantean algunos indicadores pero no se establecen objetivos. Necesitamos más andadura para a través del aprendizaje poder reconocer y establecer unos objetivos Específicos (Specific), medible (Measurable), alcanzables (Achievable), realistas (Realistic) y de duración limitada (Time-bound).

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

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

15.1. Información adicional

La escucha activa se encuentra presente en Semiótica de forma directa con el cliente.. Además la implementación de valoraciones digitales futuras es algo ha desarrollar a corto plazo.

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

No disponemos de mecanismos o herramientas de evaluación de la satisfacción de nuestros organismos financiadores y/o donantes

16.1. Información adicional

No disponemos de mecanismos o herramientas de evaluación de la satisfacción de nuestros organismos financiadores y/o donantes.

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

17.1. Información adicional

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización siendo comunicadas de forma directa y cercana al cliente.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada, más allá de un diagnóstico previo y/o análisis de la realidad antes de comenzar a prestar el servicio.

18.1. Información adicional

Se investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada, siempre que la viabilidad sea objetiva y factible en tiempo para la obtención de mejores calidades para el beneficio de nuestros clientes. Semiótica no solo es la agencia amable, también es la agencia innovadora que ofrece servicios en tendencia <https://semiotica.es/nuestros-servicios/innovacion-tendencia/>

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes/beneficiarios/usuarios un producto o servicio responsable.

19.1. Información adicional

Se tienen siempre en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes y usuarios un producto o servicio responsable y alineado con los valores y causas que importan, porque actualmente los consumidores solicitan representantes de buenas prácticas en las organizaciones y estas juegan un papel muy importante a nivel global. Semiótica incorpora aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio con el objetivo de poder ser analizado futuramente en la gestión. En conclusión, creemos firmemente que el marketing, la comunicación y el diseño son tres poderosos vectores de cambio social.

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

No ofrecemos sistema de evaluación. No se evalúa de forma personalizada.

20.1. Información adicional

No ofrecemos sistema de evaluación. No se evalúa de forma personalizada.

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 pone a disposición información detallada de sus características.

21.1. Información adicional

De la totalidad de los productos/servicios ofertados se pone a disposición información detallada de sus características a través de la website de Semiótica.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

22.1. Información adicional

Actualmente Semiótica por su numero de empleados conoce la satisfacción de sus empleados de forma cercana y directa.

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.

Existen protocolos activos de selección.

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.

Reuniones laborales donde se transmiten estos valores entre otros.

Formación y desarrollo profesional

25.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas

empleadas y voluntarias?

No hay una identificación formal de las necesidades de formación.

25.1. Información adicional.

No hay una identificación formal de las necesidades de formación por el momento, surgen espontáneamente durante el desarrollo de la actividad.

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

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

26.1. Información adicional.

Con la incorporación de cada persona trabajadora o voluntaria se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo o tareas y de la actividad de la organización. Además se ofrece el disfrute voluntario diario de mindfulness como parte del desarrollo profesional.

Seguridad y Salud

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

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

27.1. Información adicional.

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva. También se ofrece durante la hora de poca productividad en nuestro caso a las 13:00h sesión de mindfulness.

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.

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios, tales como materiales sostenibles, presentes en nuestros desarrollos y el transporte sostenible tanto en producciones como en nuestro transporte personal diario al trabajo.

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.

Nuestros criterios de clasificación y selección de proveedores contemplan aspectos ambientales, sociales y de proximidad asociados a la actividad. Se tiene en cuenta su desarrollo en terminos generales interno y externo, es decir, alineados con los nuestros.

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.

En Semiótica se ha desarrollado un plan de colaboración en proyectos sociales, fuera de su actividad labora, con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social. Por supuesto, esta acción social busca no solo proporcionar de forma gratuita servicios de calidad de marketing y diseño a todas aquellas organizaciones que no puedan costearlos siempre y cuando tengan un fin social o medioambiental.

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 y con planes de acción específicos.

31.1. Información adicional.

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia de la empresa. Semiótica destina una mayor cantidad de recursos a compromisos sociales y medioambientales, aportando entre un 5% y un 10% de sus beneficios anuales a estos fines, ayudándoles en su promoción.

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 comunican formalmente a las personas empleadas y voluntarias y se fomenta su participación, como puede ser en proyectos de voluntariado, colaboración con campañas, participación en actividades con otras asociaciones.

32.1. Información adicional

Sí, se comunican formalmente a las personas empleadas y se fomenta su participación, colaboración con campañas, participación en actividades con otras organizaciones. Creemos que la implicación es esencial por parte de todo el ecosistema interno para que así consiga permear el externo.

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 comunican las actividades y proyectos a través de la website de Semiótica y las RRSS según el plan estratégico requerido para comunicación.

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

34.1. Información adicional.

Semiótica está concienciada en la minimización y compensación de su actividad. Por ello ha implementado herramientas y medidas en relación a el co2 de su website ODS 12. Net zero website es un sello inteligente que compensa automáticamente todas las emisiones de CO2 que genera nuestra página web. Realiza un seguimiento del uso de la web, calcula sus emisiones y el sistema planta los árboles necesarios para compensar nuestras emisiones.

<https://tree-nation.com/es/perfil/impacto/semiotica#co2>

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.

Semiótica fomenta las relaciones profesionales siempre desde un compromiso frente al cambio climático. No solo a nivel interno, también a nivel externo con cada una de sus acciones. Colaborando como en acciones pasadas con el bosque de los zaragozanos o cualquier otra entidad comprometida.

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

Siempre que sea posible Semiótica respalda iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

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

La website y las RRSS son eficaces canales de comunicación que Semiótica utiliza con las estrategias adecuadas previamente analizadas y estudiadas.

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

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?

Nuestro punto fuerte reside, desde nuestro punto de vista, más en un conjunto de pequeñas practicas a nivel interno que con el paso del tiempo incrementarán y se consolidarán aportando un gran beneficio tanto económico, social como medioambiental por parte de Semiótica permeando a todo nuestro ecosistema interna y externamente. Estas pequeñas practicas tales como la iniciación en la RSE así como ya previas manifestaciones como la practica de ceropapel , netzeroweb (compensa automáticamente todas las emisiones de CO2 que genera nuestra página web), proveedores locales/materiales sostenibles/reciclados, conciliación familiar y laboral, consumo led (minimizar el gasto energético), movilidad sostenible, la diversidad y la inclusión en el lugar de trabajo. Todas ellas son pequeñas prácticas que hablan y representan a una empresa consciente con las causas que realmente importan, las personas y el medio.

41.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Por otra parte, debemos hacer foco como mejora en que todas estas manifestaciones previamente detalladas se incrementen, creciendo. como colectivo, con stakeholders con prácticas afines, generando así un mayor impacto global.

A su vez, también debemos mencionar como area de mejora, la implementación a corto/medio plazo de objetivos y análisis con sus posteriores correspondientes mejoras en relación a desarrollo personal en empleados.

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 y tiene un compromiso público 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 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.