

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**AUTOMOCIÓN Y RECAMBIOS PÉREZ S.L.**

CIF:B22209977

Calle Almacellas, Nave H107

22500 - Binéfar

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

AUTOMOCION Y RECAMBIOS PEREZ S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

CALLE ALMACELLAS, 107, NAVE H

22500 BINEFAR (HUESCA)

#### 03 - Sector. Actividad

REVAPARACION Y VENTA DE VEHICULOS AUTOMOVILES

#### 04 - Año comienzo actividad.

1998

#### 05 - Número de personas empleadas

3

#### 06 - Persona contacto

TERESA LACORT LECHA

#### 07 - E-mail contacto

[auto.perez@yahoo.es](mailto:auto.perez@yahoo.es)

#### 08.- Página web

<https://www.autoperez.es/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 el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

**1.1 Información adicional**

CONTINUAMOS CON FALTA DE PERSONAL CUALIFICADO EN EL SECTOR, COGEMOS ALUMNOS EN PRACTICAS PROCEDENTES DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, APORTANDOLES ENSEÑANZAS PRÁCTICAS EN EL TALLER ADEMÁS DE CURSOS PRESENCIALES Y ON LINE DESTINADOS A LA FORMACION DEL PERSONAL PARA DAR UN MEJOS SERVICIO A NUESTROS CLIENTES.  
LA RECOGIDA DE RESIDUOS ES LA TÓNICA DE LA EMPRESA INCREMENTANDOSE PAULATINAMENTE.

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

No

**2.1. Información adicional**

DISPONEMOS DE ORGANIZACIONES, EMPRESAS DESTINADAS A IMPARTIR CURSOS DE FORMACIÓN Y COMPLEMENTACIÓN A LA FORMACIÓN DE OPERARIOS. EN NUESTRO LA ASOCIACION DE TALLERES EMNITE CURSOS DE FORMACIÓN, ALGUNOS PROVEEDORES COMO AD MASSANES, RECAMBIOS GRAN VIA GRUPO STELLANTIS Y OTROS QUE GARANTIZAN ESTA ADECUACION.

**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 plantea y planifica por exigencia legal (sectores específicos) el impacto de los aspectos sociales y ambientales en la actividad tanto en el corto como en el medio o largo plazo

**3.1. Información adicional**

TODA PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA SE HACE TENIENDO EN CUENTA ESPECIALMENTE ASPECTOS SOCIALES Y AMBIENTALES, PUESTO QUE NUESTRO SECTOR ES DETERMINANTE A LA HORA DE PRESTAR ESTOS SERVICIOS POR TRATARSE DE UN SECTOR DE AUTOMOCIÓN.

**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**

A PESAR DE HABER UNA SUSCRIPCION ANUAL Y PRESUPUESTARIA EN ALGUNOS DE ESTOS TEMAS, HAY OTROS QUE EN FUNCIÓN DE LA OFERTA DE NUESTRO ENTORNO SE REALIZAN DISPONIENDO PARA ELLO DE UNA BOLSA

PRESUPUESTARIA DESTINADA A TEMAS DE INTERES GENERAL.

### **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**

TENEMOS COLECTIVOS CON LOS QUE INTERACTUAMOS DE FORMA REGULAR, Y OTROS QUE INTERACTUAMOS DE FORMA ESPORÁDICA.

**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**

POR TRATARSE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, CONOCEMOS PARTICULARMENTE A NUESTROS EMPLEADOS, CLIENTES Y PROVEEDORES, Y TRATAMOS DE FORMA PERSONALIZADA CON TODOS ELLOS ESTABLECIENDO UNA RELACIÓN DE AMISTAD PARALELA A LA PROFESIONAL.

### **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**

POR TRATARSE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, SE TRANSMITEN ESTOS AL INICIAR LA RELACION LABORAL, Y SE COMENTAN A LO LARGO DE LA MISMA.

**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**

REITERO QUE AL TRATARSE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA, ESTOS SE TRATAN CON CIERTA ASIDUIDAD CON LOS MIEMBROS QUE LA FORMAN. LAS PERSONAS EMPLEADAS DE LA ORGANIZACIÓN LLEVAN AÑOS PERTENECIENDO A LA MISMA POR LO QUE CONOCEN SUS VALORES Y PRINCIPIOS DE ACTUACION. QUE SE TRASMITE A LAS NUEVAS CONTRATACIONES.

### **Plan de Responsabilidad Social**

**9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su**

## **organización en este momento?**

Este año se ha elaborado un primer plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social

### **9.1. Información adicional**

PREPARAMOS NUESTRO PROPIO PLAN ADEMÁS DE REALIZAR FORMACIÓN CON LA MARCA Y CON DISTINTOS MEDIOS. PARA ELLO NOS ADHERIMOS AL PLAN DE FORMACIÓN DE LA MARCA.

## **10.- 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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

### **10.1. Información adicional**

ESTOS PLANES SON LOS DESARROLLADOS POR LA MARCA, A LA CUAL NOSOTROS NOS ADHERIMOS Y PONEMOS EN PRACTICA,

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

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

### **11.1. Información adicional**

ES STELLANTIS (LA PROPIA MARCA) QUIEN REALIZA LAS ENCUESTAS Y SATISFACCIÓN DE LOS TALLERES DE LA RED Y A TRAVÉS DE UNA EVALUACIÓN CONTINUA PENALIZA O PREMIA LOS RESULTADOS OBTENIDOS. EN EL NUEVO PLAN QUE ESTAMOS TRAZANDO, PREPARAMOS UNAS ENCUESTAS PARA VALORAR LA SATISFACCIÓN DE NUESTROS CLIENTES

## **12.- ¿Cómo identifica las 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

### **12.1. Información adicional**

DE FORMA SISTEMÁTICA SE IMPLANTAN ESTAS MEJORAS A LOS TALLERES, NO OBSTANTE, HAY UNA SERIE DE MEJORAS QUE REALIZA EL PROPIO TALLER EN UNA EVALUACIÓN PERSONALIZADA.

### **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**

UN 60% DE ESTA INNOVACIÓN LA REALIZA LA MARCA Y NOSOTROS POR ESTAS ADHERIDOS A ELLA IMPLANTAMOS ESTAS INNOVACIONES. Y EL RESTANTE 40 % APLICA ESTAS INNOVACIONES SEGUN LAS NECESIDADES DE NUESTROS CLIENTES. CON EL NUEVO PLAN AJUSTAMOS TODO AL 100% A NUESTROS CLIENTES

### **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**

LAS NECESIDADES DEL CLIENTE SON LAS PRIMERAS CONSIDERACIONES, EN FUNCIÓN DE ELLAS SE LE ACONSEJA, SIENDO LA DECISIÓN DEL CLIENTE. PRIMANDO LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS UTILIZADOS Y DEL SERVICIO FRENTE A CUALQUIER OTRA RAZÓN

#### **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**

DISPONEMOS DE UN SERVICIO DE GARANTIA Y SEGUIMIENTO DE NUESTRAS REPARACIONES.

### **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 detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

##### **16.1. Información adicional**

SE INFORMA A NUESTROS CLIENTES DE FORMA DETALLADA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE OFERTAMOS A NUESTROS CLIENTES MEDIANTE TRIPTICOS IMPRESOS Y A TRAVES DE E-MAILS.

### **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**

POR TRATARSE DE UNA EMPRESA PEQUEÑA, TENEMOS UNA METODOLOGIA PLANIFICADA Y DEFINIDA. AUNQUE EL TRATO DIARIO Y CERCANO DE CADA UNO DE LOS EMPLEADOS, HACE QUE SE CONOZCA DE PRIMERA MANO SUS NECESIDADES, OPINIONES, ... NO OBSTANTE HEMOS IMPLANTADO EN EL BUZON DONDE SE PUEDE INDICAR LAS SUGERENCIAS

### **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.**

SE EVALUA LA CALIDAD, PROFESIONALIDAD Y BUEN HACER DE NUESTROS OPERARIOS, ASÍ COMO LA EVOLUCION DE LOS MISMOS. Y SE DAN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES SIN DISCRIMINACION ALGUNA.

### **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?**

Se aplican medidas específicas de conciliación ante necesidades puntuales y casos concretos.

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

POR TRATARSE DE UNA PEQUEÑA EMPRESA EN LA QUE EXISTE UN DIALOGO PERSONALIZADO CON CADA UNO DE LOS TRABAJADORES. SE ADAPTAN LAS CONCILIACIONES EN EL CASO PARTICULAR DE CADA UNO.

### **Formación y desarrollo profesional**

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

#### **20.1. Información adicional.**

La empresa cumple la normativa de Prevención de Cursos Laborales. Además, nuestros trabajadores están inmersos en el plan de formación continua necesaria para el desarrollo de nuestra actividad, y tienen la posibilidad de inscripción en cursos voluntarios de

ampliación de conocimientos.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

### **21.1. Información adicional.**

POR TRATARSE COMO HEMOS INFORMADO DE JÓVENES PROCEDENTES DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL SE REALIZA UN SEGUIMIENTO EN CADA UNA DE LAS REPARACIONES QUE REALIZA; PARA ASEGURARNOS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO AL CLIENTE ADEMÁS DE LA FORMACIÓN QUE SE LE DA AL TRABAJADOR EN CADA UNA DE ESTAS REPARACIONES, HASTA QUE SEA CAPAZ DE DESARROLLARLAS CON TOTAL AUTONOMÍA. POR OTRA PARTE, EN EL CASO DE LOS QUE REALIZAN PRACTICAS SE LES LLEVA ACOMPAÑADOS DE UN OFICIAL EN ESTRECHA COLABORACIÓN LO CUAL FACILITA EL APRENDIZAJE PRACTICO DE ESTOS ALUMNOS

## **Seguridad y Salud**

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

Existe una evaluación de riesgos en la que han participado de manera activa las personas empleadas y se realizan acciones de concienciación y adquisición de competencias

### **22.1. Información adicional.**

Existe una evaluación de riesgos además en la formación de los empleados en materia de seguridad y salud, concienciando al personal empleado de las acciones a llevar a cabo en cada caso en materia de seguridad. Llevando a cabo las correspondientes revisiones médicas, cursos, EPIS, y demás requisitos

## **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.**

LOS CRITERIOS DE COMPRA SON: CERCANÍA DE LOS PRODUCTOS, CALIDAD Y FABRICACIÓN DE LOS MISMOS SIGUIENDO CRITERIOS MEDIOAMBIENTALES, ASÍ COMO LA UTILIZACIÓN DE MATERIALES RECICLADOS PARA LA MEJORA DEL MEDIO AMBIENTE Y REDUCIR LOS RESIDUOS

### **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 valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

**24.1. Información adicional.**

LOS CRITERIOS A SEGUIR A LA HORA DE SELECCIONAR NUESTROS PROVEEDORES SON LOS SIGUIENTES: CALIDAD, CERCANÍA, DE MEDIO AMBIENTE

**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.**

SE COLABORA CON DETERMINADOS PROYECTOS, CRUZ ROJA, ASOCIACION ESPAÑOLA CONTRA EL CANCER, BANCO DE ALIMENTOS , CARITAS BINEFAR.

**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.**

APOYAMOS LAS INICIATIVAS Y PROYECTOS SOCIALES DE NUESTRO ENTORNO.

**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?**

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

**27.1. Información adicional**

SE PARTICIPA A LA VEZ QUE SE ANIMA AL PERSONAL A COLABORAR EN PROYECTOS SOCIALES.

**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**

COMUNICAMOS PARA FOMENTAR LA PARTICIPACION DE OTROS ORGANISMOS

**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.**

HACEMOS UN RECICLADO EXCRUPULOSO Y SELECTIVO DE CADA PRODUCTO RESIDUAL PARA EVITAR LA CONTAMINACION. HACEMOS ESPECIAL INCAPIE EN EL MANTENIMIENTO DE LA LINEA DE ESCAPE E INSTALACION ANTICONTAMINANTE DE LOS DE LOS VEHÍCULOS PARA EVITAR LA EMISION DE PARTICULAS E HIDROCARBUROS A LA ATMOSFERA. Y DISPONEMOS EN NUESTRO CATALOGO PARA LA VENTA DE VEHICULOS ELECTRICOS CATALOGADOS COMO "CERO EMISIONES" TOTALMENTE RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE.

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

**30.1. Información adicional.**

FOMENTAR EL USO DE VEHICULOS HIBRIDOS Y ELECTRICOS MUCHO MAS EFICIENTES Y RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE, REPARAMOS ASIMISMO REPARAMOS LOS VEHÍCULOS PARA MEJORAR LA EMISION DE GASES CONTAMINANTES. INTERNAMENTE PLANIFICAMOS Y FOMENTAMOS LA RECOGIDA DE RESIDUOS Y EL TRATAMIENTO DE ESTOS POR LOS CENTROS AUTORIZADOS.

**Economía circular**

**31.- ¿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.

### **31.1. Información adicional**

EN NUESTRO SECTOR YA ESTA INTEGRADO LA REUTILIZACIÓN Y REPARACIÓN DE DETERMINADOS RECAMBIOS, QUE NOSOTROS ACONSEJAMOS AL CLIENTE SIEMPRE QUE LA CALIDAD DE LOS MISMOS ESTE GARANTIZADA. ASÍ COMO LA REUTILIZACIÓN POR NUESTRA PARTE DE DETERMINADOS ELEMENTOS DEL DESGUACE SIEMPRE QUE EL CLIENTE LO AUTORICE O EL PERITO DEL SINIESTRO.

### **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 comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

### **32.1. Información adicional**

TODO EL PERSONAL ESTA COMUNICADO E IMPLICADO EN LA RECOGIDA DE RESIDUOS EN LA EMPRESA, ASI COMO EN EL AHORRO DE ENERGIA.

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

RESPONSABILIDAD SOCIAL CON EMPLEADOS, CLIENTES Y PROVEEDORES, RECICLADO DE RESIDUOS Y PROTECCION DEL MEDIO AMBIENTE. FOMENTO DE LA VENTA Y USO DE VEHICULOS ELECTRICOS, TANTO DE TURISMO COMO DE

TRANSPORTE LIGERO.

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

SE HA ELABORADO UN DOCUMENTO RESUMEN CON LAS PRINCIPALES NORMAS DE ACTUACION QUE TODO RESPONSABLE DE LA ORGANIZACION DEBE SEGUIR. . ESTE DOCUMENTO HA SIDO ACEPTADO Y FIRMADO POR TODOS ELLOS. ADEMAS HEMOS REDUCIDO HORARIOS DE ILUMINACION DE ESCAPARATES PARA AHORRO DE ENERGIA, ASÍ COMO AJUSTES EN MATERIA DE TEMPERATURA CON EL MISMO FIN.

**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 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.