

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**MODULOS RIBERA ALTA, S.L.U.**

CIF:B99330250

Ctra. Nacional de Logroño, Km 27,

50639 - Figueruelas,

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

MODULOS RIBERA ALTA, S.L.U -MRA-

#### 02 - Dirección - CP - Población

Carretera de Logroño, km 27,5

50639 Figueruelas (Zaragoza)

#### 03 - Sector. Actividad

Actividad: Fabricación de otros componentes, piezas y accesorios para vehículos de motor.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2012

#### 05 - Número de personas empleadas

92

#### 06 - Persona contacto

M<sup>a</sup> PILAR DE DIEGO MARTIN

#### 07 - E-mail contacto

[mp.dediego@cefa.es](mailto:mp.dediego@cefa.es)

#### 08.- Página web

<https://www.cefa.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**

MRA está directamente afectada por el entorno económico, las novedades legislativas, los cambios políticos y gubernamentales, los requerimientos medioambientales, el desarrollo tecnológico y la realidad social. Todos estos aspectos son importantes para MRA, y por ello, están presentes a la hora de desarrollar nuestras actuaciones estratégicas, así como, analizar los resultados de las acciones realizadas y establecer acciones de mejora.

Los resultados económicos y el crecimiento de negocio son objetivos estratégicos. Nuestro objetivo es convertirnos en un referente internacional como proveedor de confianza de sistemas de interiores en el ámbito de la movilidad, distinguido por su capacidad de anticipar soluciones innovadoras y sostenibles que generen valor a las necesidades del cliente.

MRA ha crecido ininterrumpidamente en los últimos doce años en generación de empleo. Consideramos la importancia de la creación de empleo con una selección justa y de igualdad de oportunidades, y por supuesto, se cumple con toda la legalidad vigente.

En cuanto a los temas medioambientales nos vemos muy comprometidos y somos conscientes de los impactos derivados de nuestra actividad. El Sistema de Gestión Medioambiental de MRA fomenta la adopción de métodos de producción más eficaces, evitando vertidos y emisiones, minimizando residuos y facilitando el reciclaje, todo ello avalado por la Certificación ISO 14001, que es la demostración de la mejora continua de nuestra empresa con el medio ambiente.

Por la parte tecnológica, nos implicamos profundamente en avanzar continuamente con las últimas tendencias, prueba de ello es que nuestra planta dispone de maquinaria de última tecnología para el proceso productivo.

Por último, en el apartado social MRA se compromete con la continua renovación de sus trabajadores teniendo planes formativos, también nos preocupamos por su conciliación laboral y personal. Atendemos a las peticiones individuales de nuestra plantilla dando opciones para que tengan facilidades en su vida personal.

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

No

**2.1. Información adicional**

En algunos aspectos es más difícil que las PYMEs se enfrenten a problemas de manera individual, ya que en un entorno globalizado, van a estar más limitadas.

En el entorno actual, complejo y en constante cambio, los grupos de interés (Clientes,

Proveedores, Trabajadores, Consejo de Administración, Organismos públicos, Sociedad, y Entorno) condicionan la sostenibilidad y los resultados de nuestras empresas.

Aquellas organizaciones que pretendemos ser sostenibles necesitamos anticiparnos, implicar a nuestros grupos de interés y colaborar con ellos, con objeto de identificar y dar respuesta adecuada a sus necesidades y expectativas y elaborar así una estrategia adecuada.

Debemos tomar medidas a tiempo para amortiguar los efectos o incluso intentar transformar esas situaciones en oportunidades de mejora.

## **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**

MRA enfoca su modelo de negocio tomando como base la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Retos económicos: Rentabilidad adecuada, con crecimiento sostenible en mercados globales, con productos de tecnología y calidad adecuada.

Retos sociales: Gestión de personas con énfasis en su desarrollo y seguridad y actividades de colaboración en nuestro entorno social.

Retos ambientales: Objetivos estratégicos basados en el desarrollo de productos con nuevas tecnologías para reducir el impacto ambiental, eficiencia energética, reducción de emisiones y mejora continua.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### **4.1. Información adicional**

Existe un presupuesto anual, no sistematizado, destinado a aspectos sociales. También recaudamos a través de nuestro proyecto denominado "Café solidario". Actualmente tenemos en funcionamiento máquinas de café solidario, ubicadas en las áreas de descanso, en las que, por cada café que se consume, se donan 5 céntimos. Al final de año se propone a decisión de todas las personas que trabajan en la Compañía, a qué entidad no lucrativa u organización se destina la recaudación obtenida a lo largo del año.

Para Medio Ambiente no hay un presupuesto preestablecido, pero se atiende con las inversiones y gastos necesarios para la sostenibilidad y cumplir, cuando menos, con lo establecido en la norma ISO 14001.

## **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.**

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

### **5.1. Información adicional**

En MRA tenemos bien identificados nuestros grupos de interés, tanto a nivel interno (Consejo Administración y Personas Empleadas), como a nivel externo (Clientes, Proveedores, Sociedad, Organismos Públicos y Competencia).

La transparencia y el diálogo activo y permanente con los grupos de interés es una de las piezas fundamentales de la Responsabilidad Corporativa en MRA. Para facilitar este diálogo existen diferentes canales de comunicación que aseguran el adecuado despliegue de la detección de las necesidades de los grupos de interés y el análisis de información relevante del entorno externo que pueda afectar el corto, medio y largo plazo a la Organización. Para ello se han identificado las responsabilidades y metodologías adecuadas para asegurar la oportunidad y fiabilidad de la información.

Para el impulso del diálogo y reforzamiento de las relaciones, llevamos a cabo iniciativas de participación y desarrollo, a nivel interno con las personas empleadas, y a nivel externo tenemos establecidas alianzas de cooperación con proveedores y clientes, así como líneas de colaboración con organismos públicos.

Por otra parte, la puesta en marcha de la App Social de Empresa, en la que se publican entre, otros muchos temas, las buenas prácticas en distintos campos empresariales relacionados con nuestros grupos de interés, contribuye de manera relevante al impulso del diálogo a nivel interno e indirectamente fomenta entre las personas empleadas el uso de otras RRSS.

Para desarrollar la estrategia en materia de sostenibilidad la empresa ha identificado las necesidades y expectativas de los grupos de interés (GI) y del entorno.

### **6.- ¿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 e integran en el negocio de la organización

#### **6.1. Información adicional**

Existen vías de diálogo y comunicación con los distintos Grupos de Interés (GI):

- Clientes: Visitas de clientes y a clientes, reuniones de trabajo, web, documentaciones, presentaciones corporativas, auditorias de proceso y de producto, reuniones de feedback anuales promovidas por MRA con equipos directivos de clientes, colaboración activa en las actividades de diseño y desarrollo, formación a clientes....

- Personas: Reuniones con la Representación Legal de las personas Trabajadoras, App Social Team Up como vehículo de comunicación social de la Compañía, aplicación Team Up (Portal del Empleado) para gestiones administrativas, reuniones informativas de la Dirección con la plantilla, tanto presencial como on line (videos informativos del Director General), Canal de MRA TV (instalación audiovisual en áreas de descanso, zonas comunes, pasillos), encuesta anual de clima laboral, ...

- Inversores- Consejo de Administración: reuniones periódicas, Junta de Accionistas...

- Partners y Proveedores: reuniones, presentaciones corporativas, requisitos que se les exige, portal del proveedor, colaboración activa con partners externo e interno (CAAR, ITA, UNIZAR...)

- Sociedad: web, participación de los trabajadores en actividades sociales, colaboración con

distintas entidades. En el año 2019, además de la App Social, se desarrolló una web social de acceso público a todo el mundo, donde se pueden ver todas las actividades llevadas a cabo por MRA en materia de Responsabilidad Social, cuenta en LinkedIn, presencia en medios de comunicación, colaboración con entidades e instituciones.

-Medio ambiente: mantenimiento de la certificación ISO 14001.

-Organismos públicos: reuniones, acuerdos, convenios, etc.

-Participaciones con FEQPA, CEOE, Empresa Familiar...

En los trabajos que se llevan a cabo cada año para la planificación estratégica se analizan y se debaten las tendencias concretas de cada grupo de interés.

Además de ese análisis, existe un contacto permanente con las distintas entidades a las que pertenecemos.

## 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?**

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

#### **7.1. Información adicional**

El objetivo del Código Ético y de Conducta de la Empresa MRA tiene como finalidad establecer las pautas que han de presidir el comportamiento ético de todas las personas empleadas en su desempeño diario, en las relaciones e interacciones que mantienen con todos los Grupos de Interés.

Este Código Ético viene a complementar la Misión, Visión y Valores de MRA, en los que se apoya, y es consecuencia del desarrollo y cumplimiento de nuestros compromisos manifestados sobre los Principios de la Responsabilidad Social de Aragón (RSA) y del despliegue de nuestra Responsabilidad Social Empresarial. Constituye una guía de actuación y conducta para asegurar un comportamiento ético en el desempeño profesional de las personas empleadas, de acuerdo con la legislación vigente de aplicación y con las normas internas establecidas.

Además, existen en la Empresa Normas y Procedimientos de actuación para distintas materias que, tanto los Directivos como los Mandos Intermedios, así como todas las personas empleadas de la Organización, conocen y les permite actuar conforme a las pautas marcadas por dichos procedimientos y normas.

En función de la materia y el momento de su puesta en vigor, se llevan a cabo comunicaciones, sesiones informativas y en su caso formación para dar a conocer y facilitar que las personas interioricen el asunto.

Como ejemplo de algunos de los procedimientos podemos citar, aparte del Código Ético y de Conducta ya referido: Política de Gestión, Sistema Integral de Gestión de la Calidad, Procedimientos en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo, Políticas en materia de Conciliación de la Vida Laboral, Personal y Familiar y Diversidad e Igualdad de Género, Plan de Integración y Formación para nuevas incorporaciones a la Empresa.

### **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, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

### **8.1. Información adicional**

MRA tiene unos valores y objetivos empresariales muy claros, y nos tomamos esto muy en serio, por eso a nuestra plantilla se les informa de estos.

Tanto la Misión, como la Visión y los Valores de MRA, están expuestos y enmarcados en distintas áreas de la fábrica. Además, en las pantallas de MRA TV, son mensajes que se emiten con mucha asiduidad. También figuran en la aplicación Team Up (Portal del Empleado) en el apartado de documentación corporativa.

El esfuerzo de las personas que trabajan en MRA va dirigido a la consecución de los mismos, todo ello hace que se perciba un sentimiento de pertenencia a la organización.

## **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**

MRA tiene un elevado compromiso con la Responsabilidad Social, elemento fundamental en el Despliegue Estratégico Anual.

Realizamos acciones de Responsabilidad Social Corporativa pero no existe un plan concreto ni están especificadas en ningún procedimiento.

-Con nuestros empleados: favorecemos la flexibilidad laboral y el teletrabajo con el objetivo de conciliar la vida personal, familiar y laboral, nos esforzamos por crear un clima laboral agradable y les proporcionamos información transparente..

-Con nuestros proveedores: intentamos trabajar con proveedores locales siempre que eso no suponga una merma en la calidad de nuestros productos, mantenemos una relación directa, cercana y transparente con todos ellos.

-Con nuestros clientes: la satisfacción de nuestros clientes es nuestra razón de ser, para ello les dispensamos un trato individual y personalizado en el que prima la transparencia.

-Con la sociedad: participamos en foros especializados en el sector y procuramos colaborar con organizaciones que fomenten valores como el esfuerzo, el deporte y la formación.

-Con el medioambiente: procuramos usar los recursos energéticos de forma eficiente.

Destacar que MRA obtuvo por primera vez el sello RSA en el año 2023. Sello que va a renovar este año, y además, ha elaborado su primera Memoria de Sostenibilidad.

Además, MRA fue evaluada en 2021 por la entidad certificadora EcoVadis Sustainability Rating, que le otorgó la Medalla de Oro, equivalente a un percentil 95% de las empresas evaluadas. Esta valoración aumenta el prestigio de MRA y le permite ampliar sus horizontes comerciales con clientes actuales y potenciales. Esta evaluación se ha repetido en los años posteriores, superando la puntuación obtenida en el año 2021.

### **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**

Entre los objetivos de la Compañía figura un plan de actividades sociales, estableciendo unos indicadores a tal efecto.

Además, en los últimos años MRA ha obtenido certificaciones que evalúan a la Compañía en aspectos de RSC, como son: la ética, prácticas laborales, derechos humanos, medioambiente, discriminación, compras sostenibles, etc. Estas certificaciones otorgadas por organizaciones europeas (ECOVADIS SAQ) sirven a nuestros clientes para valorarnos y adjudicarnos nuevos proyectos.

En nuestro sistema de Gestión ambiental, MRA establece anualmente Programas en los que define los puntos de actuación y las medidas de mejora, asegurándose que el Sistema de Gestión Ambiental es eficaz para la mejora continúa.

## **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**

Una de las principales ventajas competitivas de la organización de MRA (junto con su agilidad y flexibilidad) es su claro enfoque hacia el cliente, o expresado de una forma más concreta, hacia la consecución de las necesidades y objetivos particulares de los clientes. Esto significa que cuando se detectan situaciones problemáticas reales o potenciales, se crean equipos multidisciplinares que aprovecha sinergias y trabajan en estrecha colaboración con los dptos. técnicos de los clientes para analizar, proponer e implantar acciones de mejora de todo tipo, como modificaciones en las piezas, ajustes en el proceso de fabricación, etc.

Las relaciones con los clientes están sistematizadas en todos los procesos de trabajo de la organización, pero en MRA, de manera especial, existe un dpto. específico de "Atención a Cliente" que desarrolla tres procesos específicos y básicos como son la gestión de reclamaciones de clientes, las aprobaciones de clientes a la fabricación de piezas y la medición del nivel de satisfacción de clientes.

Incluso existen personas de la organización que trabajan directamente en el cliente (Técnicos residentes) para atender inmediatamente cualquier incidencia, consulta, implementación de mejora.

Existen indicadores publicados por el cliente en los que nos hacen saber su percepción en cuanto a nuestro desempeño en términos de Calidad, Servicio, Precio, Innovación, Finanzas, Logística,...

#### **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 saber si son exitosas

### **12.1. Información adicional**

Conocidos los objetivos del cliente para los diferentes indicadores, cada departamento (Calidad, Ventas,.. ) define un plan de acciones para alinear los resultados de nuestra compañía con dichos objetivos. Estos planes de acciones van encaminados a mejorar los Indicadores de Calidad, Objetivos de ahorros Técnicos y Comerciales,.. y se realiza un seguimiento periódico del cumplimiento de los mismos, tanto a nivel interno como en reuniones con el cliente.

La transparencia con el cliente en cuestiones económico-financieras es absoluta. Muestra de ello, la estructura de costes de cualquiera de nuestros productos es compartida con el cliente, así como nuestros estados financieros.

Las continuas y periódicas auditorias y evaluaciones que los clientes llevan a cabo en nuestra organización refuerzan nuestras relaciones sostenibles (en relación a procesos, calidad, fabricaciones, materiales, etc).

## **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 planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **13.1. Información adicional**

MRA desarrolla nuevos productos y servicios, tanto alineados con los requerimientos recibidos directamente del cliente, como de acuerdo a las tendencias del mercado y otros que surgen de la colaboración con nuestros proveedores tecnológicos.

MRA trabaja actualmente en la digitalización de los procesos de gestión del desarrollo de proyecto a través de un software PLM (Product Life Management) llamado WINDCHILL; además de la ya consolidada interacción con los PLMs del OEM para la entrega de documentos y entregables exigidos por procedimientos de cliente.

MRA participa activamente en el diseño del producto final de nuestros clientes. Los Ingenieros de Desarrollo de MRA interactúan con los centros de Desarrollo de Cliente, integrándose en los equipos de diseño del cliente, en algunos casos ya desde la fase de predesarrollo, y en el desarrollo mediante la realización de prototipos, ejecución de pruebas, ensayos, ajuste y concordancia con otras piezas, etc (proceso APQP de la mano del cliente).

MRA tiene muy alta capacidad para asumir el desarrollo de diferentes proyectos simultáneamente, tal como se puede observar en los cronogramas de lanzamiento de nuevos proyectos entre 2014 y 2022, gestionando recursos propios y externos (otras divisiones del grupo, freelancers, ingenierías exteriores, institutos tecnológicos,



laboratorios, y otros colaboradores tecnológicos externos)

MRA investiga las tendencias del mercado y la industria automotriz, así como las noticias que aparecen en prensa, internet y foros de la industria automotriz mediante un informe semanal.

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

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

#### **14.1. Información adicional**

En MRA trabajamos con estaciones de trabajo que automáticamente aseguran la calidad al máximo siendo, de este modo, partícipes de los altos estándares que el cliente exige. En el apartado de seguridad, podríamos dividir nuestro desempeño en dos apartados:

\*Nuestros departamentos de Ingeniería de Procesos y Prevención trabajan par que todas las máquinas y utillajes que hay en nuestras instalaciones cumplan con los requisitos imprescindibles para garantizar la seguridad de nuestros trabajadores.

\*Nuestro Departamento de Ingeniería de Desarrollo se encarga de que los productos que diseñamos y fabricamos cumplan con las medidas de seguridad pertinentes, así como con las especificaciones indicadas por el cliente.

Actualmente estamos integrando cada vez mas políticas y estrategias para reducir el impacto medioambiental en nuestro proceso de fabricación. Algunos ejemplos serían:

\*consumo de energía verde

\*la integración en el producto final de materiales con fibras naturales

\*incrementar la cantidad de material reciclado

### **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**

El servicio postventa implementado en MRA tiene un doble objetivo, consistente en:

1) adecuar el producto/servicio a las necesidades cambiantes de nuestros clientes con máxima diligencia (tanto para la producción en curso como de cara a futuros productos y servicios)

2) proteger a nuestro cliente de defectos potenciales que puedan aparecer en nuestro producto, independientemente de su origen

Los productos y servicios suministrados por MRA se ajustan a los requerimientos definidos por el cliente tanto en el momento de la adjudicación del contrato como durante el proceso de desarrollo. Estos requerimientos se trasladan a criterios de validación que debe cumplir el producto antes de su comercialización.

Independientemente de ello, después del arranque de producción en serie el cliente pueda suscitar nuevas expectativas que atendemos para su implementación de una forma tan

inmediata como sea posible.

Además de cambios en los requerimientos de cliente, en caso de errores internos, en la cadena de suministro o dentro de las instalaciones del cliente o, incluso, en caso de problemas provocados por productos anexos a los suministrados por nuestra compañía, MRA atiende cualquier reclamación del cliente para contribuir a la contención y posterior resolución del problema; dando siempre prioridad una rápida erradicación de cualquier incidente.

Para conseguir una mayor diligencia, MRA articula la comunicación con el cliente a través de Técnicos Residentes e Ingenieros de Calidad; pero, también, desde los Departamentos de Ingeniería de Producto y Ventas.

## **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**

De acuerdo con las exigencias del cliente, el Departamento Comercial facilita desgloses detallados con el contenido del producto y servicios ofertados.

Además de la pura información económica, se proporcionan detalles técnicos sobre el producto, que incluyen listas de materiales, detalle de los procesos, ritmos de producción, ubicación del proceso, diagrama de flujo, proveedores involucrados, plazos de construcción de medios de producción, demostraciones con el cliente de que las condiciones reales de producción se ajustan a lo ofertado,...

De la misma forma, se comparten de forma absolutamente transparente los resultados de los procesos de validación de producto de forma que el cliente es absolutamente conocedor del funcionamiento del sistema que MRA suministra, así como de posibles desviaciones que puedan autorizarse de forma consensuada.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

#### **17.1. Información adicional**

Se realizan encuestas de Clima Laboral anualmente con el objeto de estudiar y analizar las percepciones y puntos de vista que tienen las personas que trabajan en MRA. La encuesta se compone de una serie de preguntas que se modifican cada año para adaptarlas a la situación de la empresa. Se evalúan aspectos tales como la definición del puesto, la comunicación, las compensaciones (económicas u otros tipos de reconocimientos), el trabajo en equipo, la relación con compañeros y superiores; y en general, conocer el ambiente social de la Compañía.

Es voluntario el rellenar la encuesta. La encuesta es totalmente anónima. Hasta el año 2019, esta encuesta se hacía de manera presencial y en soporte papel. Desde el año 2020 se realiza de manera telemática a través de la App Social Team Up. De la gestión de esta encuesta se encarga una empresa especializada ajena a MRA.

Tras el análisis de la misma, se desarrollan Planes de Acciones, con el objeto de mejorar los aspectos peor valorados; así como atender demandas/propuestas de los trabajadores.

Además, para el personal indirecto y de estructura, con carácter anual, se vienen desarrollando sesiones de feedback (evaluación de desempeño) en las que cada responsable de área o departamento, mantiene entrevistas personales con el personal a su cargo, existiendo indicadores de seguimiento. El Departamento de Recursos Humanos junto con Dirección General, establecen unos Planes de Acciones en base a las conclusiones obtenidas: planes de carrera, mejoras profesionales, planes de formación, etc. Se entrega una copia al trabajador evaluado.

## **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)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

#### **18.1. Información adicional.**

En las normas que rigen las relaciones laborales en MRA, en ningún caso se hace mención a ningún tipo de discriminación por ninguna razón de género, origen racial o étnico, religión o convicción, discapacidad, edad, orientación sexual o cultura.

En los procesos de selección que se llevan a cabo, tanto internos como los que se encargan a empresas externas, lo único que se tiene en cuenta es la profesionalidad o las características personales desde un punto de vista profesional. Son totalmente objetivos y neutros.

Existe una política de retribución salarial según categorías profesionales, que es pública, independientemente del sexo. Los salarios, están establecidos en base a puestos de trabajo; no en función de quién los ocupa.

MRA dispone de su Manual Compliance, en el que figura el Código Ético que aplica MRA. Este Código Ético es conocido por toda la plantilla y es público a través de la web y el portal del empleado, y describe el compromiso de la organización con la igualdad y no discriminación. También tiene constituido un Comité Penal, con su correspondiente Canal de Denuncias, para velar por su cumplimiento.

Asímismo, MRA dispone de un Plan de Igualdad de Oportunidades consensuado con la representación legal de los trabajadores. Existe, también, una Comisión de Igualdad paritaria, que se encargan de revisar el plan y su cumplimiento, así como, garantizar la plena igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres y eliminar toda forma de discriminación directa o indirecta por razón de sexo.

## **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.**

Es de aplicación la legislación vigente a toda la plantilla en lo que a cuidado de hijos menores de 12 años y familiares dependientes se refiere.

Además también se tienen en cuenta otras opciones contempladas dentro del marco laboral como pueden ser los permisos por excedencia para atender al cuidado de hijos o familiares.

Las peticiones de modificaciones de jornada del personal directo de producción se analizan de manera particular y se da una respuesta a la medida de las necesidades del trabajador, indistintamente de que coincidan varios/as trabajadores/as realizando los mismos turnos. Este colectivo trabaja en sistema de rotación de turnos, y se favorece la elección de turno o horarios a quien lo solicita.

Para el personal indirecto que realizan turno central (08.00 a.m a 17.00 p.m.de lunes a viernes) existe la posibilidad de flexibilizar los horarios de entrada y salida a fin de poder atender necesidades familiares. Durante el período estival se reduce la jornada los viernes.

Asimismo, MRA facilita a los trabajadores que están cursando estudios para su desarrollo académico/profesional, la adaptación de sus horarios .

En el año 2020, a raíz de la pandemia originada por el COVID, supuso un cambio en los hábitos de las relaciones laborales al incorporarse el teletrabajo como fórmula para desarrollar el trabajo de manera no presencial. Esta fórmula se mantiene y va a favorecer la conciliación laboral y familiar.

Las actividades formativas se realizan en gran medida dentro de la jornada laboral, excepto cuando por razones organizativas no es posible, que se realizan fuera de la jornada laboral. Ante esta situación, se compensa al trabajador.

Acorde al calendario laboral , las personas que trabajan en MRA disfrutan de distintos períodos de vacaciones: 3 semanas en período estival, 10 días -aprox.-en período

navideño, una semana de libre elección a lo largo del año y varios días de libre disposición personal en función de la jornada anual.

## **Formación y desarrollo profesional**

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

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

#### **20.1. Información adicional.**

Las necesidades de formación que se identifiquen deberán ir acordes al cumplimiento de los objetivos estratégicos de la compañía marcados por la Dirección.

Existe un Procedimiento específico de Formación recogido en el Sistema de Gestión de la Compañía.

Como consecuencia de las sesiones de Feedback y de las necesidades expuestas por los directores de área, anualmente, a principios de año se establece un Plan de Formación, al cual se le hace un seguimiento pormenorizado a lo largo del año, haciendo revisiones tanto de los cursos formativos (contenido y profesorado) como de los asistentes, valorando la eficacia de la formación con revisión del rendimiento. E incluso se pueden identificar nuevas necesidades.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

#### **21.1. Información adicional.**

Cada vez que se incorpora una persona en la empresa se le facilita un proceso de formación con los distintos departamentos de la compañía para que tenga un conocimiento global de cada uno de ellos y conozca la forma de trabajar de la empresa.

A continuación, se le da una formación más específica en el puesto de trabajo.

Durante su estancia en MRA es posible que surjan distintas formaciones relacionadas con el puesto que desempeña, ya sean de obligatorio cumplimiento o por desarrollo profesional. En las evaluaciones de desempeño a las personas con talento potencial y con posibilidades de desarrollo se les define el plan de carrera donde se establecen los objetivos a conseguir en un período determinado de tiempo.

## **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.**

Contamos con un Plan de Prevención de Riesgos Laborales que abarca la estructura organizativa, las asignaciones de responsabilidades, las funciones designadas, las prácticas recomendadas, los procedimientos a seguir, los procesos involucrados y los recursos requeridos para llevar a cabo las medidas de prevención de riesgos en nuestra empresa.

Las directrices establecidas en este Plan de Prevención aplican a todas las actividades realizadas por todas las personas que trabajan en MRA, incluyendo tanto a nuestros empleados de planta como a los trabajadores de otras empresas que prestan servicios en nuestras instalaciones.

Además, se definen los criterios para actuar en situaciones que requieran la coordinación de actividades empresariales en términos de prevención de riesgos laborales.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

##### **23.1. Información adicional.**

La sostenibilidad es un factor de éxito estratégico a largo plazo para nuestra empresa y también incluimos cada vez más a nuestros proveedores.

Entre los criterios económicos-empresariales de selección de proveedores podemos destacar:

- Nivel competitivo en el mercado
- Nivel de calidad de producto ofrecida por el proveedor con anterioridad
- Nivel de calidad de suministro ofrecida por el proveedor con anterioridad
- Certificaciones de Sistema de Calidad y de Medioambiente con las que cuente el proveedor
- Nivel de riesgo financiero del proveedor en el mercado

Como explicado arriba, cada vez se tienen más en cuenta criterios de sostenibilidad antes de tomar la decisión de colaborar o no con un determinado proveedor.

Desde un punto de vista social, es mandatorio para nosotros colaborar con empresas que respeten y actúen de acuerdo con las normas internacionales de trabajo (Pacto Mundial de las Naciones Unidas/Normas Internacionales del Trabajo de la OIT). Por otra parte, nuestra empresa realiza iniciativas y actividades cuyo resultado sea repercutir un beneficio para la sociedad y esperamos de nuestros proveedores que tengan esta misma forma de sentir y de actuar. También, indicar que, a igualdad de condiciones económicas, nos inclinamos por seleccionar a proveedores locales con objeto de potenciar la riqueza y el bienestar de la región.

Desde un punto de vista ambiental, comenzamos a rechazar empresas que no estén comprometidas con el medioambiental. Es importante que las empresas con las que

empecemos a trabajar tengan una certificación medioambiental o tengan previsto implementarla en corto plazo. Indicar que exigimos a los proveedores en nuestro día a día de relación comercial determinados requisitos medioambientales. Los proveedores deben proporcionar por ejemplo información sobre la responsabilidad de reutilización, reciclaje y eliminación de los materiales. Deben de cumplir el Reglamento Europeo 1907/2006 (REACH) con objeto de asegurar que las sustancias que nos suministran no se usan de forma que afecten negativamente a la salud humana y al medioambiental. Además, deben proporcionar la Ficha de Datos de Seguridad de los materiales.

Desde un punto de vista ético, es mandatorio para poder mantener una sólida relación comercial entre la empresa y nuestros proveedores contar con unos elevados principios éticos. Exigimos a un amplio número de proveedores el cumplimiento del Código de Conducta, que es el conjunto de principios, valores y normas de comportamiento a aplicar en la gestión empresarial dentro del Modelo de Prevención de Riesgos Penales.

Existe un Manual de Requisitos que los proveedores se comprometen a cumplir.

## **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.**

Evaluamos a los proveedores en función de criterios de sostenibilidad: existencia y cumplimiento de política sobre abastecimiento responsable de materias primas, de política medioambiental, de política sobre condiciones de trabajo y derechos humanos, de política sobre ética empresarial, así como la existencia de requisitos de sostenibilidad con respecto a los proveedores.

De manera periódica, también evaluamos a los proveedores con los que colaboramos, de acuerdo a diferentes criterios:

- Satisfacción en la relación comercial y grado de cumplimiento de objetivos económicos
- Calidad del producto
- Calidad en las entregas
- Certificación de Sistema de Calidad del proveedor
- Certificación de Sistema de Gestión Medioambiental
- Riesgo financiero

Una vez evaluado el proveedor, se le informa del resultado a él y al resto de la organización. Dependiendo del resultado de la evaluación de un proveedor, las alternativas son tres:

- A- Sin acciones (proveedores preferidos)
- B- Petición de acciones de mejora al proveedor
- C- Petición de acciones correctoras para paso a proveedor B, o bien, decisión de eliminación como proveedor.

Dependiendo del número de veces que se han solicitado acciones correctoras al proveedor se considera el bloqueo para futuras adjudicaciones.

## **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.**

Realizamos acciones solidarias con objeto de contribuir, en alguna medida, a mejorar la sociedad en la que estamos inmersos. Resumimos a continuación dichas acciones:

\* Colaboración con ASPANOA, Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Aragón, organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo principal es mejorar la calidad de vida de los niños con cáncer.

Cada año, MRA adquiere y pone a disposición de empleados y familiares tantas entradas como son solicitadas, sin límite de número, para el partido de fútbol benéfico que todos los meses de diciembre organiza dicha entidad. De esta manera, MRA no sólo realiza una donación económica, sino que además involucra a sus empleados en la lucha diaria que ASPANOA realiza contra el cáncer infantil.

\* Colaboración con Banco de Alimentos de Zaragoza, fundación sin ánimo de lucro cuya labor es obtener alimentos por distintas vías y hacerlos llegar a Entidades que los reparten a familias necesitadas o bien los utilizan en sus comedores sociales.

\*Colaboramos habitualmente con AECC, efectuando donaciones y haciéndonos eco de sus mensajes a través de nuestros medios de comunicación interna (App Social Team Up y canal MRA TV).

Para las Actividades Interempresas (actividades lúdico-deportivo-culturales) organizadas para los trabajadores de MRA y sus familias, se prepara un calendario de ejecución al inicio de cada año.

### **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, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

##### **26.1. Información adicional.**

Uno de los objetivos estratégicos de MRA es mantener el orgullo de pertenencia que expresan las personas que trabajan en nuestra Compañía.

Los objetivos estratégicos se revisan mensualmente en las reuniones del Comité de Dirección.

A cada departamento se le asignan unos objetivos departamentales.



Es objetivo del Dpto. RR.HH. realizar un plan de responsabilidad social, así como unos planes de acciones con mejoras y novedades.

En los últimos años se ha incorporado la dinámica de crear equipos transversales dentro de la compañía, con el fin de generar ideas y asumir actuaciones en diversas facetas de la empresa.

Igualmente, se han creado equipos técnicos para impulsar la innovación o la digitalización (Comité de Innovación, Discovery Team , iLab, etc), se han creado otros para impulsar la RSC en la organización: Equipo Ágora, Comité de Comunicación, Grupo para conmemorar el 10º Aniversario de MRA, Colectivo implicado en la participación de eventos, etc.

Desde un aspecto social, uno de los objetivos de la Compañía es detectar las expectativas de nuestros grupos de interés (GI), para conocer sus necesidades y así obtener ventajas competitivas que nos permitan estar mejor situados en el sector,

Toda nuestra actividad tiene como referencia las normas establecidas en la ISO 14001:2015 (certificación de Medio Ambiente), para así contribuir en la mejora de nuestro entorno, y evitar impactos perjudiciales.

## **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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

#### **27.1. Información adicional**

Las actuaciones se difunden a través de:

- Reuniones informativas del Director General, tanto de manera presencial como on line (videos informativos)
- Reuniones con la Representación Legal de los Trabajadores.
- App Social Team Up. Nuestra App/web. Esta vía tiene un doble objetivo: mejorar y agilizar la comunicación interna de la Compañía en aspectos sociales y darnos la visibilidad de cara al exterior. Esta web es de acceso público, por lo que cualquier grupo de interés puede acceder a ella.
- El canal de MRA TV.
- Cartelería en zonas estratégicas de la compañía.
- Mails personalizados.
- Team Up (Portal del Empleado).

Por estos medios se solicita, y se anima a los trabajadores/as a colaborar con las iniciativas planteadas.

En el año 2021 se creó un Comité de Comunicación, al objeto de impulsar la comunicación

interna y externa

## **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?**

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan

#### **28.1. Información adicional**

A través de la App Social, cualquier miembro de la comunidad local puede acceder al contenido público donde se pueden ver las actuaciones en materia social que realiza la Compañía.

Tenemos un perfil empresarial en LINKEDIN con la finalidad de dar mayor visibilidad a nuestro negocio, así como para atraer talento a nuestra Compañía.

## **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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

#### **29.1. Información adicional.**

Dentro de nuestro Sistema de Gestión Ambiental realizamos un análisis de actividades del ciclo de vida desde la fase de diseño, del producto y del proceso, hasta el final de la vida útil del automóvil, que nos permite identificar los aspectos ambientales derivados de nuestra actividad que pueden tener un impacto sobre el medio ambiente. Anualmente se realiza la evaluación de los aspectos ambientales, de acuerdo con unos criterios previamente establecidos para medir la significancia de cada uno de los aspectos identificados, en condiciones de funcionamiento tanto normales, anormales, como en caso de incidentes y accidentes o situaciones de emergencia.

MRA establece anualmente Programas de Gestión en los que se define los puntos de actuación y las medidas de mejora, asegurándose que el Sistema de Gestión Ambiental es eficaz para la mejora continua.

Los resultados del desempeño ambiental de nuestra organización quedan registrados en un cuadro integral de mandos que denominamos Data Card Ambiental. Se trata de una recopilación de indicadores relacionados con los aspectos ambientales de la organización, que permite realizar un adecuado seguimiento y establecer las acciones oportunas cuando los indicadores propuestos sobrepasan unos valores límite aceptables.

En esta línea de compromiso, MRA lleva varios años calculando la Huella de Carbono. Tenemos establecida una metodología para la recogida mensual de datos para el cálculo

de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero y posterior elaboración del inventario de G.E.I. Desde el año 2021 estamos inscritos en el Registro de Huella de Carbono de la Oficina Española de Cambio Climático.

### **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 y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

##### **30.1. Información adicional.**

La Dirección de MRA declara su compromiso y responsabilidad en el desarrollo y aplicación de procesos y tecnologías que garanticen la protección del Medio ambiente. El sistema de gestión medioambiental de MRA fomenta la adopción de métodos de producción más eficaces, evitando vertidos y emisiones, minimizando residuos y facilitando el reciclaje, todo ello avalado por la certificación ISO 14001 que es la demostración de la mejora continua de nuestra empresa en relación con el medio ambiente.

MRA tiene definida una Política ambiental adecuada a la naturaleza, magnitud e impactos ambientales de sus actividades. En ella se incluye el compromiso de cumplimiento de los requisitos aplicables, de prevención de la contaminación y protección del medio ambiente así como un compromiso de mejora continua del desempeño ambiental.

### **Economía circular**

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

La organización ha comenzado a integrar los conceptos de la economía circular en sus operaciones y cuenta con objetivos y un plan de acciones para su desarrollo.

##### **31.1. Información adicional**

Desde hace varios años se están dando pasos en el camino de digitalización industrial con el objetivo de mejorar nuestra Eficiencia energética. En este sentido, hemos desarrollado un Sistema Automático de Datos de Proceso (SADP) con el que podemos controlar el consumo energético y la producción en tiempo real. SADP engloba a un conjunto de aplicaciones software integradas que permiten captar y analizar sistemáticamente en tiempo real los datos de proceso y detectar desviaciones generando alerta.

A través de esta herramienta de monitorización somos capaces de gestionar de forma muy eficiente todos los parámetros críticos, anticipándonos y respondiendo de manera rápida y eficaz ante las incidencias que puedan ocurrir, reduciendo así consumos, rechazos y costes, a partir del análisis del uso de los recursos utilizados.

### **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, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

### **32.1. Información adicional**

Las necesidades de comunicación de la organización se satisfacen a través de una serie de canales de comunicación que soportan flujos de información ascendente, descendente y multidireccional en todas las áreas y niveles la organización y con otras partes interesadas externas.

Las comunicaciones de MA y PRL necesarias se incluyen en un Plan de comunicaciones. Así mismo, se guarda registro de todas las comunicaciones realizadas.

## **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 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
- 3 - Ofrecer productos y servicios de calidad
- 4 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
- 5 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente
- 6 - Capacitar a las personas de la empresa
- 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 Comunidad 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?**

8

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Los Valores de MRA. Consideramos que tenemos un sistema de valores sólido y responsable socialmente, enfocado tanto hacia el interior como el exterior de la Compañía; que tiene en cuenta a las personas y la sostenibilidad a largo plazo.

Además de contar con un equipo directivo implicado con la sostenibilidad, la medición de impacto y la trazabilidad de la cadena de suministro.

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

Ampliar el alcance de nuestras capacidades en Responsabilidad Social.

Queremos seguir robusteciendo nuestro sistema de gestión de manera que aprovechemos al máximo su potencial entre nuestros empleados y nuestro entorno social y económico.

### **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 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 17. Alianzas para lograr los objetivos.