

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**TRANSPORTES CALLIZO, S.A.**

CIF:A50102516

Ciudad del Transporte c/a Nº1/5

50820 - Zaragoza

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Empresa de transporte de carga fraccionada y mercancías no peligrosas y peligrosas de las clases 2, 3, 4.1, 4.2, 4.3, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 8 Y 9

#### 02 - Dirección - CP - Población

Tenemos tres sedes en Aragón:

Zaragoza:

Ciudad del Transporte C/ A nv. 1-5 50820 Zaragoza.

Huesca:

Pol. PLHUS Avda. Pebredo 40-52 22197 Huesca.

Teruel:

Pol. PLATEA C/ Venecia esquina Nápoles 44195 Teruel.

#### 03 - Sector. Actividad

Transporte terrestre por carretera de carga fraccionada y paletería.

#### 04 - Año comienzo actividad.

Nuestros comienzos se remontan al año 1950 en Sabiñánigo. En 1984 se constituye la empresa como Sociedad Anónima, que continua hasta nuestros días.

#### 05 - Número de personas empleadas

Actualmente el personal empleado entre las tres sedes es de 73 personas en nómina y entre 30 y 35 autónomos.

#### 06 - Persona contacto

La persona de contacto de Transportes Callizo es:

Teresa Callizo

Responsable de calidad, formación, PRL y consejera de seguridad.

#### 07 - E-mail contacto

[teresa@transportescallizo.com](mailto:teresa@transportescallizo.com)

#### 08.- Página web

Nuestra página web es:

<https://www.transportescallizo.com/>

## **GENERAL**

### **Tendencias Globales**

**1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:**

- **Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)**
- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

#### **1.1 Información adicional**

Estos temas son muy importantes para la empresa, y por lo tanto la mayoría de ellos están expuestos a un seguimiento. Con la certificación en ISO 9001, el plan de igualdad, protocolo de acoso, prevención de riesgos laborales, memoria de sostenibilidad, sello RSA y otra serie de temas, tenemos diversos indicadores para medirlos.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

Partimos del hecho de que a una pyme puede costarle más el tener todos esos temas controlados que a una gran empresa que siempre tiene más recursos, pero una pyme puede tener alianzas que le hagan poderosa, en nuestro caso formamos parte y/o colaboramos con Cámara de comercio Huesca, Fetraz, Asociación de Transporte de Huesca, MAZ, entre otras.

### **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**

Mensualmente se reúne el comité de dirección y se exponen los diversos temas a acometer y se estudian los resultados de todos los aspectos de la empresa. Los aspectos sociales y ambientales también forman parte del ADN de la empresa y se está en continua evolución en estos temas.

#### 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

Conforme van surgiendo los distintos proyectos sociales o medio ambientales a realizar se destina el presupuesto determinado.

### 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

Desde el 2018 tenemos perfectamente identificados nuestras partes interesadas. En nuestro caso son:

PARTE INTERESADA	NECESIDADES / EXPECTATIVAS
PROPIEDAD	ESTABILIDAD, RENTABILIDAD Y PRESTIGIO
CLIENTES	FLEXIBILIDAD. CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN.FIDELIZACIÓN DE NUESTROS CLIENTES A TRAVÉS DEL VALOR AÑADIDO QUE LES OFRECEMOS
EQUIPO HUMANO	BUEN AMBIENTE DE TRABAJO. POSIBILIDADES DE DESARROLLO PROFESIONAL. ENTORNO LABORAL SEGURO. FORMACIÓN CONTINUA
PROVEEDORES	RENTABILIDAD. ESTABILIDAD
SOCIEDAD	IMPACTO ECONÓMICO-LABORAL POSITIVO. GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE. PROYECTOS SOCIALES. GENERAR UN IMPACTO POSITIVO EN LA SOCIEDAD

#### 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

Las necesidades de nuestros clientes las conocemos por un feedback continuo con ellos, entre otras cosas se les envía encuestas de satisfacción anual y el contacto personal, vía mail o telefónico es continuo. Esto nos hace continuar en la misma tendencia o cambiar de estrategia comercial.

Nuestro equipo humano está en continua comunicación según nuestro plan de comunicación y es efectivo, estando activo muchos años.

Nuestros proveedores son analizados continuamente y la comunicación con ellos es estable y eficaz.

Con la sociedad interactuamos de diversas formas, generalmente siempre realizamos proyectos estables.

## **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**

Nuestra empresa cuenta con una larga trayectoria e historia detrás que nos avala, en la página web se puede encontrar todo lo relativo a la misma. A las personas que entran a trabajar con nosotros se les deriva a la web para que conozcan el tipo de organización para la que van a pasar a formar parte.

Durante 2024 uno de nuestros objetivos de calidad es crear un manual de trabajador de oficina para facilitarlo a las nuevas incorporaciones en oficina.

Hemos creado el Manual del conductor, que está en su versión 2, en la que pone toda la información relativa a los conductores y el trato de la mercancía, y diversos aspectos a tener en cuenta que está en continua revisión y está ya en maqueta la versión 3 con los últimos cambios y adecuaciones a la realidad actual para dar la formación e información a nuestros repartidores, tanto propios como autónomos.

### **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**

Tanto en la página web como en los tablones de anuncios de todas nuestras sedes disponemos de la información para el conocimiento de todo el personal.

## **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**

Nuestra organización siempre ha colaborado en distintos proyectos sociales a lo largo de nuestra historia.

Cabe destacar la campaña de "Tapones para Aarón", donde recogíamos tapones de plástico en distintos puntos de recogida y entregábamos en Zaragoza, y el dinero recaudado le llegaba a Aaron y su familia.

Durante muchos años estamos colaborando con el banco de alimentos de Huesca, siendo el enlace entre las empresas que donan alimentos y el banco de alimentos que lo reparte entre los más necesitados.

Este último año hemos colaborado como transporte para las personas necesitadas en la guerra de Ucrania, recogiendo en las instalaciones de nuestras 3 sedes, alimentos y materiales de necesidad básica para llevar a la frontera con Ucrania y que allí sea

repartido.

Desde la sede de Huesca, también se colabora con la Asociación de lucha contra el cáncer.

Colaboramos con la Guardia Civil y ejército en momentos puntuales.

Hacemos patrocinios de distintos equipos de fútbol, fútbol sala y balonmano de nuestra comunidad.

Estamos desarrollando la memoria de sostenibilidad para tener todos los temas organizados y secuenciados.

**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 a nivel general

**10.1. Información adicional**

Nuestras colaboraciones sociales no son buscadas sino las que van aconteciendo en el momento, con lo cual no hay valoraciones ni indicadores previos de las mismas. Pero si se controla una vez realizadas o durante las mismas el impacto que tienen o han tenido en la sociedad a través de las noticias o los canales de RRSS.

Nuestros patrocinios son largos en el tiempo, comprometiéndonos con las entidades en la colaboración mutua.

Teniendo una memoria de sostenibilidad tenemos claramente establecidos nuestros indicadores y pasos a seguir en los distintos temas.

## **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**

Tenemos un feedback continuo con nuestros clientes. Su satisfacción la conocemos por varias vías:

Atención telefónica

Atención al mail

Atención personal comercial

Envío de encuestas de satisfacción anuales, con análisis de datos exhaustivos.

**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**

El propio cliente nos puede pedir un cambio en el servicio o ampliación del mismo, o nosotros ponernos en contacto con él cuando tenemos un nuevo producto o servicio para ofrecer.

El departamento comercial valora y mide todos los servicios a los clientes y establece canales de comunicación y acciones correctivas.

### **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**

Para sacar al mercado un nuevo producto o servicio, se estudia la viabilidad que tendría en los clientes actuales así como en posibles clientes potenciales para que nos puede ayudar a nuevas captaciones.

### **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**

Nuestro principal problema medioambiental serían las emisiones de CO2 inherentes en nuestro trabajo por nuestras herramientas de trabajo, que son los vehículos.

Se intenta siempre minimizar ese impacto ambiental a través de renting o alquiler de vehículos para evitar envejecimiento de la flota y mayor cantidad de emisiones.

También se intenta establecer recogidas en los puntos de entrega para que tanto la ida como la vuelta sea eficiente.

La gestión de rutas de reparto y recogidas está totalmente optimizada para así no provocar mayor número de emisiones que las que son de manera obligatoria.

Nuestra maquinaria de almacén para realizar la carga y descarga es totalmente eléctrica desde hace unos años, para minimizar las emisiones.

#### **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**

Tanto nuestro departamento comercial, como tráfico e incidencias están en continua comunicación y así con el cliente, para que después de la realización de un servicio sepamos el grado de satisfacción del mismo.

### **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**

Tenemos establecidas unas condiciones generales de servicio que son conocidas por nuestros clientes, así como por personas particulares que se interesen por nuestros servicios.

Cuando estas cambian se avisa a los clientes de los cambios.

Esto forma parte del feedback comentado anteriormente que existe de manera continuada con nuestros clientes.

### **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

##### **17.1. Información adicional**

Existen canales de comunicación establecidas de manera general.

La comunicación es constante y fluida a través de teléfono, correo electrónico o presencial.

Una vez el mes se reúnen el trabajador con dirección para la firma de la nómina que conlleva una comunicación efectiva.

Además, siempre que la persona empleada lo requiera o necesite puede hablar con la persona destinataria de su mensaje.

#### **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.**

Poseemos plan de igualdad registrado en Regcon desde marzo de 2024.

Disponemos de protocolo de acoso.

En ambos se establecen los canales y procedimientos a seguir en caso de ser necesario.

#### **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.**

La conciliación en la organización es efectiva y real. Las medidas que se establecen son varias, las hay generales y según trabajador y su caso particular, no se puede generalizar las mismas medidas para todos porque cada caso es distinto y cabe ser estudiado en particular para obtener soluciones reales y efectivas.

**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.**

Desde que estamos en posesión de la ISO 9001 existe un plan de formación y unas matrices de personal de donde se extrapolan las necesidades de formación de cada departamento. Cada primeros de año se divide el presupuesto de formación en las distintas formaciones necesarias y a lo largo del año se van realizando.

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

La organización cuenta con un modelo de evaluación de desempeño que incluye el desarrollo de las personas en base a competencias.

**21.1. Información adicional.**

Poseemos unas matrices de personal y competencias en donde están valoradas todos los conocimientos personales en las distintas materias del trabajo y externas para poder valorar si una persona necesita algún tipo de formación interna o externa para complementar estos conocimientos o aptitudes.

**Seguridad y Salud**

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

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

**22.1. Información adicional.**

Tenemos un servicio de prevención ajeno con el que llevamos todos los temas de prevención de riesgos, con los distintos indicadores sobre los apartados más importantes como siniestralidad, accidentes laborales, absentismo laboral, etc...

**PROVEEDORES**

**Compras responsables**

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



## **servicios?**

En la compra de productos, bienes y servicios, no se han definido criterios medioambientales y sociales.

### **23.1. Información adicional.**

Principalmente nuestra mayor inversión es en nuestros vehículos, y por ende, nuestros proveedores principales son los talleres, en esos se busca cercanía, puntualidad, seriedad, buen servicio de atención al cliente y precio. En estos casos no se buscan valores medioambientales ni sociales porque los requisitos principales que necesitamos de nuestros proveedores no implican esos aspectos.

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

En la clasificación y evaluación de proveedores se tiene en cuenta el precio fundamentalmente y la calidad del servicio.

#### **24.1. Información adicional.**

Se tienen en cuenta además de precio y calidad del servicio otros factores como la cercanía, la profesionalidad, el histórico de trabajo en el tiempo y también si es cliente nuestro para que haya una reciprocidad en el servicio prestado y obtenido.

En el caso de ofertas similares entre dos proveedores se pasa a valorar el respeto por el medio ambiente y otros factores que van más allá del servicio y el precio.

## **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.**

En Transportes Callizo hacemos colaboraciones sociales desde hace años, algunas continuadas en el tiempo y otras de forma puntual, pero nos gusta colaborar con la sociedad de este modo ya que el transporte es un modo muy versátil de colaboración, ya que puede unir a personas o entidades y hacer entre ellos una colaboración o resultado más rápido y sencillo.

### **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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

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

Las colaboraciones sociales que realizamos no están programadas, surgen conforme las situaciones sociales que acontecen en el momento, pero siempre están alineados con la estrategia de la organización según pauta la alta dirección y el comité de dirección.

## **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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

### **27.1. Información adicional**

La empresa comunica tanto a sus empleados como a sus partes interesadas la colaboración en las distintas campañas sociales. Se comunica tanto por mail a través de nuestra newsletter mensual, como publicándolo en nuestras RRSS. Los empleados y sus familiares pueden participar en las distintas campañas, así como hacíamos en la recogida de tapones para Aaron, que traían los tapones a las instalaciones, o en la ayuda para Ucrania que traían mantas, alimentos no perecederos etc a nuestras instalaciones para enviar a su destino final.

## **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**

Todas nuestras campañas se comunican a través de nuestras RRSS y por la newsletter mensual que se envía a los que están suscritos. Además de esto, la colaboración en las distintas campañas siempre ha conllevado un interés por la prensa, ya sea escrita como audiovisual, que siempre hace que el alcance de la misma sea mayor.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

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

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

### **29.1. Información adicional.**

Somos conocedores de que nuestro principal impacto sobre el medio ambiente es la emisión de CO2 de los vehículos, intentamos compensarlo, es decir, aprovechando al máximo los viajes y las rutas y optimizando los retornos e intentar reducirlo.

Se va a proceder a realizar estudios de huella de carbono para tener datos reales de

nuestras emisiones. Lo tenemos pendiente a corto/medio plazo.

En las delegaciones de Huesca y Teruel, que son propias, vamos a proceder a la instalación de placas solares para aprovechar energías renovables.

Nuestra maquinaria de almacén es eléctrica al 100%.

Nuestra luminaria es de LED.

### **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?**

No existen actividades en marcha

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

Las acciones que nosotros establecemos es la optimación de viajes y rutas y la colaboración con partners para optimizar el proceso.

Se valora la obtención de ISO 14001 a medio plazo, actualmente estamos inmersos en otra serie de proyectos que no nos permiten compaginar con la obtención de la ISO 14001, pero la sociedad cada vez va siendo más medioambientalmente responsable y las empresas nos tenemos que adaptar con ella, con lo que se valora obtener la 14001 de aquí a un futuro, así como hacer un análisis de nuestra huella de carbono y nuestras emisiones.

### **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**

Siempre se intenta hacer reparaciones de toda la maquinaria y vehículos antes de desechar, se compran materiales, máquinas y vehículos de segunda mano para alargar el tiempo de vida útil de los mismos. Se recicla el papel generado en una empresa externa. Los talleres que nos realizan la revisión de los vehículos hacen una gestión de esos residuos de manera responsable.

### **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**

Todas las mejoras que realizamos o proyectos sociales se dan a conocer a través de nuestra newsletter mensual, nuestras RRSS y por prensa escrita y audiovisual si se ponen en contacto con nosotros.

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

### **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?**

Colaboración activa en diversos proyectos sociales.

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

Conseguir la tendencia hacia una empresa medioambientalmente responsable.

### **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, ¿Cuáles son?**

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.

- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.