



ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO RURAL
DE LA COMARCA DE EL CONDADO-JAÉN



Calidad Rural



CONDADO JAÉN
CALIDAD RURAL

PROTOCOLO COMÚN A TODAS LAS CARTAS ESPECÍFICAS DE LA MARCA “CONDADOJAEN CALIDAD RURAL” INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural



Junta de Andalucía
Consejería de Agricultura, Ganadería,
Pesca y Desarrollo Sostenible

PROYECTO COOPERACIÓN
AVE FÉNIX DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL
SUBMEDIDA 19.3 DEL PROGRAMA DE DESARROLLO RURAL DE ANDALUCÍA 2014-2020



INDICADORES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL COMUNES A TODAS LAS CARTAS ESPECÍFICAS DE LA MARCA DE CALIDAD TERRITORIAL “CONDADOJAEN CALIDAD RURAL”

INTRODUCCIÓN

Se establece, como premisa básica para las empresas solicitantes de la Marca de Calidad Territorial, el cumplimiento de los mínimos exigidos por la legislación vigente para el ejercicio de su actividad. Por tanto, las normas aquí definidas son adicionales a las establecidas en la legislación. Por este motivo debemos recordar que *la Marca de calidad Territorial es una opción empresarial totalmente voluntaria dónde el solicitante toma la decisión de aplicar un sistema de gestión y aseguramiento de la calidad que satisfaga las expectativas de sus clientes.*

En este documento normativo se desarrollan los estándares de calidad exigidos por la Marca CondadoJaén Calidad Rural. Son normas básicas, mínimas, que pueden ser mejoradas en el quehacer diario por nuestra permanente inquietud de superación y adaptación a los cambios, buscando, siempre, lo mejor para las empresas certificadas, sus clientes y el territorio.

Su cumplimiento es un deber básico, obligatorio y a partir del cual las empresas participantes podrán mejorar en actitud, aptitud, gestión, comercialización y cualificación.

La implantación de este sistema de gestión, conlleva trabajar para alcanzar los objetivos:

- Implantar sistemas que aseguren la calidad de los servicios y productos.
- Implantar sistemas que mejoren la gestión empresarial.
- Asegurar la calidad al cliente.
- Facilitar una red de colaboración entre las empresas que ostentan la Marca.
- Mejorar la competitividad de las empresas con Marca, facilitando su comercialización.

Los requisitos recogidos en este protocolo son transversales a todos los sectores y son de obligado cumplimiento para la obtención de la Marca por parte del sector empresarial. Se presentan agrupados por familias y responden a la triple dimensión:



- ECONÓMICA
- SOCIAL
- MEDIOAMBIENTAL

Las empresas y entidades solicitantes deberán de cumplir además con el Reglamento Específico que les corresponda en función del sector al que pertenezcan, dónde se incluyen los requisitos de calidad de producto o servicio.

COMPATIBILIDAD CON OTROS SISTEMAS DE GESTIÓN.

Esta norma es compatible con cualquier otro sistema de gestión de la calidad que haya implantado en la empresa.

CAMPO DE APLICACIÓN

Este documento normativo será de aplicación para todas aquellas empresas y entidades de la comarca que dispongan de su correspondiente carta específica sectorial.

REQUISITOS PARA LA CERTIFICACIÓN

Las empresas que deseen certificarse con la marca de calidad territorial deberán cumplir con todas las obligaciones legales que les afecten.

LISTADO INDICADORES PARA LA EVALUACIÓN DE LA RSE

Los indicadores son transversales a todos los sectores, son de obligado cumplimiento para la obtención de la Marca. Se presentan agrupados por familias que responden a la triple dimensión económica, medioambiental y social.

CALIDAD ECONÓMICA	
1	USO DE RECURSOS LOCALES. DESEMPEÑO ECONÓMICO EN EL TERRITORIO
1.1	Uso de maquinaria, materiales, materias primas y productos vendidos por distribuidores y productores del territorio
2	GESTIÓN EMPRESARIAL
2.1	Existencia formal de un plan estratégico y fijación de objetivos a corto y largo plazo
2.2	Planificación presupuestaria
3	USO DE NTIC
3.1	Existencia de elementos tecnológicos para la gestión administrativa y el sistema productivo
4	INNOVACIÓN, DESARROLLO E INVESTIGACIÓN
4.1	Nuevos productos, servicios y/o procesos llevados a cabo.
5	INVERSIÓN SOCIAL
5.1	Total inversiones en responsabilidad social en relación a beneficios
CALIDAD AMBIENTAL	
6	IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES
6.1	Existencia de una política ambiental y descripción de los impactos más significativos de la actividad
6.2	Sensibilización y participación del personal en la política medioambiental de la empresa
7	GESTIÓN DEL AGUA
7.1	Control de agua consumida por unidad producida
7.2	Medidas de mejora de reducción y reutilización de agua
8	GESTIÓN DE RESIDUOS
8.1	Cantidad de residuos generados por unidad de producto
8.2	Separación y clasificación de residuos y gestión de estos por empresas autorizadas
8.3	Acciones realizadas para reducir el volumen de residuos
9	EMISIONES
9.1	Cantidad de CO ² emitido a la atmósfera y/o fijado en el suelo por unidad de producto
9.2	La organización definirá las actuaciones a llevar a cabo para minimizar las emisiones
10	GESTIÓN DE ENERGÍA
10.1	Consumo por tipo de energía por unidades de producto
10.2	Actuaciones realizadas para reducir el consumo de energía
11	INTEGRACIÓN EN EL ENTORNO Y CONSERVACIÓN
11.1	Ubicación de la empresa en un entorno adecuado para el desarrollo de su actividad
11.2	Integración paisajística
CALIDAD SOCIAL	
12	GRUPOS DE INTERÉS
12.1	Existencia de un documento relativo a los grupos de interés de la organización
12.2	Existencia en la empresa de un mecanismo de evaluación por parte de los grupos de interés
13	CONDICIONES SOCIOLABORALES DE LOS TRABAJADORES

13.1	Porcentaje de personal con contrato fijo en relación al total de la plantilla
13.2	Existencia de igualdad salarial entre ambos sexos bajo las mismas condiciones de antigüedad y categoría profesional
13.3	Grado de satisfacción en el trabajo
14	CONCILIACIÓN ENTRE LA VIDA FAMILIAR Y PROFESIONAL
14.1	Medidas aplicadas para la flexibilidad horaria
15	PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA ENTIDAD
15.1	Acciones para promover la participación, la consulta y la negociación con los trabajadores en la organización de la empresa. Establecimiento de un sistema de comunicación interna (formal, informal, reuniones, etc.).
16	IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
16.1	Porcentaje de distribución de la plantilla: hombres, mujeres, jóvenes, colectivos desfavorecidos
17	FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES
17.1	La empresa dispone de un plan de formación para su personal
17.2	Porcentaje de personal formado en relación al total de la plantilla
18	RELACIONES CON EL ENTORNO MÁS CERCANO
18.1	Acciones de colaboración social o cultural realizadas en la comunidad
18.2	Acciones de colaboración con el GDR
19	COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL
19.1	Pertenencia a asociaciones empresariales
19.2	Acciones y programas de cooperación interempresarial en los que participa
20	FIDELIZACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA
20.1	Gestión de quejas y reclamaciones
21	RELACIONES CON PROVEEDORES
21.1	Existencia de criterios de selección de empresas proveedoras
22	COMUNICACIÓN EXTERNA
22.1	Plan de comunicación externa

CALIDAD ECONÓMICA

La empresa o entidad solicitante elaborará un documento en el que se compromete en la medida de lo posible a:

- Usar recursos locales: maquinaria, materiales, materias primas y servicios vendidos por distribuidores y productores del territorio
- A tener un plan estratégico y una planificación presupuestaria con fijación de objetivos a corto y largo plazo
- Introducir en su gestión administrativa o sistema productivo elementos de Innovación: uso de NTIC, desarrollo de nuevos productos y/o servicios o introducción de nuevos procesos productivos.

Lo indicadores a tener en cuenta en esta familia son los siguientes:

1.- USO DE RECURSOS LOCALES. DESEMPEÑO ECONÓMICO EN EL TERRITORIO.

La empresa debe favorecer la economía de la Comarca, utilizando siempre que sea posible, los recursos generados en la misma. Estos recursos pueden ser materias primas, mano de obra, maquinaria, profesionales independientes, etc.

INDICADOR 1.1

Uso de maquinaria, materiales, materias primas y productos vendidos por distribuidores y productores del territorio.

Indicador que permite identificar las compras y/o adquisiciones que realiza la empresa a proveedores del territorio. Estas compras están relacionadas con materias primas, productos, servicios, maquinaria y enseres necesarios para realizar la actividad empresarial.

2.- GESTIÓN EMPRESARIAL

La empresa debe gestionar su actividad de una forma adecuada de manera que asegure la continuidad de la misma. Hacer planificación estratégica es generar y mantener el hábito de analizar y planificar según objetivos planteados, resultados obtenidos y situaciones sectoriales o globales del mercado.

INDICADOR 2.1

Existencia de un plan estratégico y fijación de objetivos a corto y largo plazo.

Toda empresa debe conocer y tener establecida su misión, visión y rumbo, es decir, la razón de ser de la empresa y dónde quiere llegar. Para ello, es interesante tener un plan de empresa que fije sus objetivos a corto y largo plazo.

INDICADOR 2.2**Planificación presupuestaria.**

Indicador que determina si la empresa utiliza o no una de las herramientas más básicas de gestión, como son los presupuestos. De igual forma, se debe establecer un sistema de control presupuestario que ayude a conocer la situación económica y financiera de la empresa en cada momento y permita realizar las correcciones necesarias sobre previsiones.

3.- USO DE NTIC

La empresa utilizará, siempre que sea posible, las tecnologías de la información y comunicación para el ejercicio de la actividad empresarial.

INDICADOR 3.1**Existencia de elementos tecnológicos para la gestión administrativa y el sistema productivo.**

Indicador que mide si la empresa utiliza la NTIC en su gestión administrativa y/o en su sistema productivo.

4.- INNOVACIÓN, DESARROLLO E INVESTIGACIÓN

La empresa destinará tanto recursos humanos como económicos a acciones de investigación e innovación de su actividad. Esto ayudará a mantener y mejorar la ventaja competitiva de la empresa.

INDICADOR 4.1**Nuevos productos, servicios y/o procesos llevados a cabo.**

La empresa busca mejorar y/o ampliar sus productos o servicios. Para ello analiza posibles procesos innovadores, desarrollo de nuevos productos, nuevas formas de aprovechamiento, etc. Planifica la puesta en marcha de las medidas a adoptar para mejorar sus productos y servicios.

5.- INVERSIÓN SOCIAL

Esta familia nos muestra lo que invierte la empresa en responsabilidad social. Es un indicador que constata el compromiso adquirido por la empresa con el desarrollo económico sostenible.

INDICADOR 5.1**Inversiones en responsabilidad social**

La empresa realiza inversiones en responsabilidad social ya sea en el ámbito social, económico o medioambiental. Las inversiones realizadas pueden relacionarse con la generación de beneficios para la comunidad, minimización de impactos negativos medioambientales, formación y sensibilización del personal, etc.

CALIDAD AMBIENTAL

La empresa o entidad solicitante firmará una Carta de compromiso con el Territorio, con la conservación del medioambiente y la lucha contra el cambio climático que incluirá:

- Declaración responsable de cumplimiento de las obligaciones medioambientales
- Compromiso de mejorar de la gestión del agua, la energía , los residuos y emisiones
- Mejorar las medidas de ahorro de energía y uso de fuentes alternativas.
- Medidas de reducción y reutilización de agua
- Medidas de separación y clasificación de residuos y gestión de estos por empresas autorizadas
- Medidas para reducir el volumen de residuos
- Actuaciones a llevar a cabo para minimizar las emisiones
- Compromiso de realización de acciones de sensibilización medioambiental al personal de la empresa

Lo indicadores a tener en cuenta en esta familia son los siguientes:

6.- IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES.

La empresa debe identificar sus impactos ambientales, y establecer y evaluar la eficacia de sus procedimientos para fijar políticas y objetivos ambientales.

INDICADOR 6.1

Existencia de un interés ambiental y descripción de los impactos más significativos de la actividad

La empresa dará a conocer su compromiso con el medio ambiente y su voluntad de respetarlo en el diseño, la producción y la distribución de sus productos y servicios, así como la voluntad de ir más allá de lo que establece la normativa vigente. La política ambiental, pues, tiene que convertirse en un marco de referencia para todas las actuaciones que se lleven a cabo desde la empresa y tengan repercusión en el medio ambiente.

Es deseable que la empresa pueda identificar los impactos ambientales significativos provocados por su actividad. Debe procurar tener objetivos medioambientales para prevenir, reducir o eliminar los impactos ambientales que se generen.

INDICADOR 6.2**Sensibilización y participación del personal en el interés medioambiental de la empresa**

Este indicador permite estudiar las actividades realizadas o previstas por la empresa con el objetivo de fomentar la mejora y el respeto ambiental dentro de la empresa y entre su personal

7.- GESTIÓN DEL AGUA

El agua es necesaria en cualquier actividad, pero es un bien escaso, y por tanto, la empresa debe hacer un uso racional de este recurso. Así mismo, debe asegurar su calidad antes y después de su uso en el proceso de producción o servicio de su actividad.

INDICADOR 7.1**Control de agua consumida**

La empresa lleva un control del agua consumida en los procesos de producción de la organización. Esta cantidad de agua intentará reducir progresivamente el consumo de agua para realizar la actividad.

INDICADOR 7.2**Medidas de mejora de reducción y reutilización de agua**

La empresa debe adoptar medidas para la gestión del agua, teniendo en cuenta mecanismos de ahorro, reutilización, eficiencia, etc., así como procurar el correcto mantenimiento de las instalaciones. Es aconsejable que la empresa tenga un control de consumo de agua y que emprenda acciones para reducir dicho consumo.

8.- GESTIÓN DE RESÍDUOS

Cualquier organización genera residuos, de manera que esta debe responsabilizarse de describir e implantar políticas de tratamientos adecuados y reducción progresiva de generación.

INDICADOR 8.1**Cantidad de residuos generados**

Indicador que permite llevar a cabo un control de los residuos generados en los procesos de producción de la organización. Mide y cuantifica la cantidad de residuos. Esta cantidad de residuos deberá intentar ser reducida progresivamente hasta llegar al mínimo para realizar la actividad.

INDICADOR 8.2

Separación y clasificación de residuos y gestión de estos por empresas autorizadas

La empresa debe realizar separación selectiva de residuos. Deberá describir el proceso de separación y clasificación de residuos durante el proceso de producción y, en su caso, la recuperación y rentabilización de los mismos, y su gestión a través de gestores autorizados, cuando proceda.

INDICADOR 8.3

Acciones realizadas para reducir el volumen de residuos

Indicador que permite identificar y exponer las medidas implantadas para mejorar la gestión de los residuos generados por la actividad de la empresa.

9.- EMISIONES

Cualquier empresa puede emitir contaminación a la atmosfera dentro de los parámetros establecidos por la Ley. Se valorará la disminución progresiva de estas emisiones en las empresas.

INDICADOR 9.1

CO2 emitido a la atmósfera y/o fijado en el suelo

La empresa debe procurar llevar a cabo un control de las emisiones de CO² derivadas del consumo de energía por la actividad realizada. Esta cantidad de CO² deberá ser reducida progresivamente hasta llegar al mínimo para realizar la actividad.

INDICADOR 9.2

La empresa definirá las actuaciones a llevar a cabo para minimizar las emisiones

Se llevarán a cabo medidas para minimizar la contaminación acústica y lumínica, así como la emisión de gases efecto invernadero, derivadas de su actividad.

10.- GESTIÓN DE ENERGÍA

Toda empresa puede que consuma energía en sus procesos de producción o en los servicios que ofrece. Se valorará la aplicación de medidas de ahorro, eficiencia energética y aprovechamiento de los recursos energéticos. Así como la utilización de energías renovables, y en consecuencia, la disminución del consumo de combustibles fósiles y otras energías no renovables.

INDICADOR 10.1

Consumo por tipo de energía

Indicador que permite conocer el consumo de energía, así como conocer todas las fuentes de energía utilizadas en el funcionamiento de la organización (producción, distribución de mercancías, desplazamientos comerciales, etc.). Intentando desglosar la información por tipo de energía consumida

(eléctrica, gasóleo, gasolina, gas natural, GLP, etc.). Esta cantidad de energía intentará ser reducida progresivamente hasta llegar al mínimo consumo para realizar la actividad.

INDICADOR 10.2

Actuaciones realizadas para reducir el consumo de energía

La empresa definirá las actuaciones que realiza para minimizar el consumo de energía en su actividad. Las medidas adoptadas pueden hacer referencia al ahorro, la eficiencia energética, empleo de energías renovables y el aprovechamiento de los recursos energéticos, entre otros.

11.- INTEGRACIÓN EN EL ENTORNO Y CONSERVACIÓN

Se valora como la empresa se integra en el conjunto de su entorno, mediante la idoneidad de su ubicación, la integración paisajística, y las actuaciones desarrolladas para la conservación y recuperación del patrimonio propio y los elementos naturales y arquitectónicos tradicionales de la zona.

INDICADOR 11.1

Ubicación de la empresa en un entorno adecuado para el desarrollo de su actividad

La ubicación física de la empresa es idónea para la actividad que realiza.

INDICADOR 11.2

Integración paisajística

La empresa intentará llevar a cabo actuaciones para integrar su actividad en su entorno más próximo, evitando así cualquier impacto paisajístico: colaborar en el mantenimiento y conservación de los espacios naturales y culturales del paisaje donde se desarrolla su actividad.

CALIDAD SOCIAL

La empresa o entidad solicitante firmará una Carta de compromiso con la Comarca de El Condado, la sociedad, sus trabajadores y la igualdad de género.

- Compromiso con sus trabajadores, garantizado las mejores condiciones sociolaborales:
 - Existencia de igualdad salarial entre ambos sexos bajo las mismas condiciones de antigüedad y categoría profesional
 - Medidas de conciliación entre la vida familiar y profesional
 - Fomentado la participación de los trabajadores en el funcionamiento de la entidad
 - Impulsando dentro de las posibilidades de la entidad la formación del personal laboral.
- Compromiso con la sociedad y su entorno más cercano. Compromiso para participar o colaborar, en la medida de las posibilidades de la entidad ,en:
 - Pertenencia como asociado a ASODECO y/o Asociaciones sectoriales o empresariales
 - Acciones o programas de cooperación interempresarial.
 - Eventos culturales o deportivos, realizados en la comarca.
 - Actividades organizadas por ASODECO.
 - Acciones de formación organizadas por ASODECO
 - Acciones de promoción difusión y publicidad realizada
- Compromiso con la igualdad de género , compromiso de la empresa a:
 - Participar en acciones de sensibilización y/o formación sobre igualdad de género.
 - Intentar implantar un Plan de igualdad en la empresa o entidad
 - A recibir sugerencias del Observatorio de género del proyecto

Lo indicadores a tener en cuenta en esta familia son los siguientes:

12.- GRUPOS DE INTERÉS

La empresa debe conocer sus grupos de interés (stakeholders) y mantener, con ellos, una comunicación continua y transparente.

INDICADOR 12.1**Existencia de conocimiento de los grupos de interés de la empresa**

La empresa debe identificar y conocer sus grupos de interés (clientes, empleados, sociedad, estado, etc.). Además debe ofrecer información clara y transparente a cada uno de ellos con el fin de aumentar su satisfacción.

INDICADOR 12.2**Existencia en la empresa de un mecanismo de evaluación por parte de los grupos de interés**

La empresa procurará tener mecanismos de evaluación para conocer el grado de satisfacción de los grupos de interés, respecto de la actividad de la empresa (cuestionario de satisfacción, sugerencias, etc.).

13.- CONDICIONES SOCIOLABORALES DE LOS TRABAJADORES

La empresa debe tomar las medidas necesarias para crear un clima laboral óptimo y mantener las condiciones socio laborales adecuadas.

INDICADOR 13.1**Porcentaje de personal con contrato fijo en relación al total de la plantilla**

Este indicador mide la estabilidad de la plantilla. Para ello valoramos el porcentaje de trabajadores fijos en relación al total de la plantilla.

INDICADOR 13.2**Existencia de igualdad salarial entre ambos sexos bajo las mismas condiciones de antigüedad y categoría profesional**

La empresa debe mostrar su compromiso con la igualdad de género, lo que debe quedar reflejado en la igualdad de retribución salarial a su personal.

INDICADOR 13.3**Grado de satisfacción en el trabajo**

Este indicador nos muestra el grado de satisfacción del personal de la empresa. Se debe establecer un mecanismo que recoja datos sobre posibles iniciativas a tener en cuenta, grado de responsabilidad, percepción del entorno laboral, satisfacción personal, etc.

14.- CONCILIACIÓN ENTRE LA VIDA FAMILIAR Y PROFESIONAL

La empresa debe establecer mecanismos que permitan y faciliten la conciliación de la vida familiar y profesional del personal a su cargo.

INDICADOR 14.1

Medidas aplicadas para la flexibilidad horaria

La empresa tiene adoptadas medidas para ayudar a la plantilla a la conciliación (flexibilidad horaria, permisos, etc.)

15.- PARTICIPACIÓN DE LOS TRABAJADORES EN EL FUNCIONAMIENTO DE LA ENTIDAD

La empresa debe promover la generación de ideas de su personal para mejorar el funcionamiento de la organización, y de esta forma hacerles sentir parte de ella.

INDICADOR 15.1

Acciones para promover la participación, la consulta y la negociación con los trabajadores en la organización de la empresa. Establecimiento de un sistema de comunicación interna (formal, informal, reuniones, etc.). (

16.- IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

La empresa debe velar por el cumplimiento de la igualdad de género, y por tanto debe establecer las medidas oportunas para ello.

INDICADOR 16.1

Porcentajes de distribución de la plantilla: hombres, mujeres, jóvenes, colectivos desfavorecidos.

Este indicador nos muestra el modo en que está constituida la plantilla.

17.- FORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES

La empresa debe establecer los modelos de aprendizaje de la plantilla. Ello ayudará a la mejora en el puesto de trabajo, a la satisfacción personal y a la mejora de la calidad.

INDICADOR 17.1

La empresa dispone de un plan de formación para su personal

El plan de formación incluye la detección de necesidades formativas, en relación con los puestos ocupados e indicación de los cursos recibidos o a recibir; así como incluye un sistema de evaluación de la formación recibida por su personal.

INDICADOR 17.2

Porcentaje de personal formado en relación al total de la plantilla

La empresa debe garantizar el acceso a la formación de todo su personal

18.- RELACIONES CON EL ENTORNO MÁS CERCANO

La empresa debe establecer compromisos con la comunidad y programar anualmente acciones de soporte al desarrollo social y cultural de su territorio. Esta implicación no se limita al ámbito económico, pasa también por actuaciones de voluntariado, prestación de personal, etc.

INDICADOR 18.1

Acciones de colaboración social o cultural realizadas en la comunidad

La empresa determinará el total de acciones de colaboración de carácter económico y en especie que la empresa realiza en proyectos de carácter social o de su comunidad.

INDICADOR 18.2

Acciones de colaboración con el GDR

La empresa colabora con el Grupo de Desarrollo del territorio en acciones de formación y otras actividades relacionadas con su sector y/o con la dinamización de la Marca de Calidad Territorial.

19.- COOPERACIÓN INTEREMPRESARIAL

La empresa, para establecer y desarrollar acciones de cooperación interempresarial, debe reforzar su colaboración con otros actores locales e integrarse en el tejido asociativo de su sector, con el objetivo de favorecer políticas de promoción, formación o trabajo conjuntas.

INDICADOR 19.1

Pertenencia a asociaciones empresariales

La empresa procurará pertenecer a asociaciones empresariales de su territorio y/o sector de actividad, valorándose de forma positiva su participación en los órganos de gobierno, comisiones, etc.

INDICADOR 19.2**Acciones y programas de cooperación interempresarial en los que participa**

La empresa participa en programas, actividades de cooperación interempresarial llevados a cabo por organizaciones, asociaciones u otras entidades territoriales. Del mismo modo, se tendrán en cuenta el establecimiento de conciertos temporales o permanentes entre dos o más empresas, realizados con objeto de mejorar y /o complementar sus servicios, ofreciendo un valor añadido.

20.- FIDELIZACIÓN Y SATISFACCIÓN DE LA CLIENTELA.

La organización debe implementar mecanismos que garanticen a la clientela la fiabilidad y calidad de los productos y servicios que ofrece. Igualmente, debe garantizar el cumplimiento de los contratos y compromisos que adquiere con la clientela, mantener la confidencialidad de los datos y establecer mecanismos para que esta pueda manifestar sus quejas, opiniones o sugerencias. También debe eliminar cualquier barrera que pueda discriminar a la clientela.

INDICADOR 20.1**Gestión de quejas y reclamaciones**

La empresa tiene formalizado un registro de las quejas y reclamaciones de su clientela y de las acciones correctoras llevadas a cabo.

21.- relaciones con proveedores.

La empresaprocurará establecer una política de compras que valore y priorice la responsabilidad de las empresas proveedoras en cuanto a aspectos sociales y medioambientales, así como también comportarse de forma responsable hacia sus proveedores.

INDICADOR 21.1**Existencia de criterios de selección de empresas proveedoras**

La empresa dispone de una sistemática para la selección de empresas proveedoras, productos y servicios e incorpora la relación de criterios que tiene en cuenta a tal efecto.

22.- COMUNICACIÓN EXTERNA.

La organización en su comunicación externa debe garantizar que las informaciones sean transparentes, específicas, precisas y de confianza, y debe promover el uso responsable y seguro de sus productos y servicios, así como, los valores de la empresa.

INDICADOR 22.1**Plan de comunicación externa**

La empresa tiene establecido un plan de comunicación externa para dar a conocer sus productos y/o servicios, así como los valores de la empresa.



Calidad Rural

