

## RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PÚBLICAS

---

### Empresa evaluada

**AVES NOBLES Y DERIVADOS, S.L. - ALDELIS**

CIF:B50442169

Polígono Plataforma Logística de Zaragoza

(PLAZA). C/Manfredonia, nº:4.-

50197 - ZARAGOZA

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

AVES NOBLES Y DERIVADOS, S.L

#### 02 - Dirección - CP - Población

Plataforma Logística Plaza, C. Manfredonia, 4, 50197 Zaragoza

#### 03 - Sector. Actividad

INDUSTRIA ALIMENTARIA

#### 04 - Año comienzo actividad.

1990

#### 05 - Número de personas empleadas

450

#### 06 - Persona contacto

Susana Martínez

#### 07 - E-mail persona contacto

[smartinez@aldelis.com](mailto:smartinez@aldelis.com)

#### 08.- Página web

[www.aldelis.com](http://www.aldelis.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)**

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**

Las necesidades y preferencias de los clientes han cambiado mucho en los últimos años, en Aves Nobles se trabaja para satisfacer a clientes y trabajadores .

Desde la calidad los esfuerzos van dirigidos a conseguir con los mejores ingredientes naturales, productos sanos, nutritivos y con sabor casero, y por ello nos esforzamos día a día.

En el plano económico creamos constantemente puesto de trabajo, siendo una práctica ascendente en los últimos años, incluso durante el año 2020 a pesar de las dificultades derivadas de la crisis sanitaria. Durante este periodo no sólo se ha mantenido el 100% de los puestos de trabajo sino que se han generado nuevos.

En el plano tecnológico la empresa cuenta con el plan nacional de ciberseguridad empresarial así como todas las medidas de seguridad estándares. Además de ello se están abordando proyectos de I+D en el ámbito de la digitalización y que incluyen tecnologías disruptivas como el big data y block chain; es por este motivo que la empresa ha obtenido el premio de Industria Conectada 4.0 que concede el Ministerio de Industria en la categoría de Gran Empresa.

La I+D se aplica en productos y procesos, prueba de ello es la concesión de distintos proyectos por parte de CDTI y Ministerio de Competitividad.

En materia de sostenibilidad la empresa ha creado un grupo de trabajo interno que sigue la hoja de ruta de la Agenda 2030 de la ONU.

**Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales**

**2.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?**

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

**2.1. Información adicional**

No se destaca ningún aspecto

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

**3.1. Información adicional.**

La empresa se encuentra totalmente alineada con la estrategia definida en el Pacto mundial de Naciones Unidas. En concreto los ODS que están totalmente integrados en su estrategia de negocio son el 2, 9, 12 y 17

## **Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders**

### **4.- 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.

#### **4.1. Información adicional**

Aves Nobles conoce cuales son sus grupos de interés y está en continuo contacto con sus clientes, consumidores, distribuidores y empleados para conocer sus necesidades y mantener unas relaciones cercanas y satisfactorias.

### **5.- ¿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

#### **5.1. Información adicional**

Los empleados son una parte esencial en la empresa, y como tal son considerados, de manera que, a través de cuestionarios, entrevistas y mediante el trato y dialogo directo con los responsables de cada sección y con el departamento de Recursos Humanos, se recopilan las opiniones y se aplican mejoras en función de las propuestas y necesidades detectadas.

El contacto con nuestros proveedores es constante, manteniendo con ellos relaciones equitativas y duraderas, basadas en la transparencia

El contacto con nuestros clientes es continuo, habitualmente vía telefónica y mail ,

Las necesidades de los consumidores son detectadas mediante la aplicación de herramientas big data, lo que nos hace ser sostenibles y eficientes en nuestros procesos productivos

## **Gobierno de la organización**

### **6.- 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

#### **6.1.. Información adicional.**

Todo el personal externo que accede a las instalaciones recibe un "manual del visitante" donde se le indican las pautas de comportamiento y normativa de la empresa

Los empleados, al inicio de su Relación Laboral, reciben un "manual de acogida para el trabajador" , con la correspondiente información sobre pautas , comportamiento y formas

de actuación, además de asistir a una jornada específica de bienvenida

A los Encargados de sección y personas con responsabilidad en las diferentes áreas de la empresa, se les hace entrega de un "Manual del encargado" donde se les transmiten las pautas de actuación y principales puntos para una buena relación con su personal basadas en el respeto y la motivación -

**7.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?**

Sí, existen canales de denuncia, confidenciales de aplicación a todos los empleados

**7.1. Información adicional**

Todo el personal puede comunicarse de forma anónima a través de un buzón de sugerencias .

**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**

Se ha implementado la elaboración del Legal Compliance

**9.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?. ¿Su organización participa de alguna forma en la cadena de valor de organizaciones afectadas por la Directiva de Diligencia Debida?**

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia

**9.1. Información adicional**

Se ha implementado la elaboración del Legal Compliance

**Plan de Responsabilidad Social**

**10.- 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

**10.1. Información adicional.**

La Responsabilidad Social forma parte ya de nuestra cultura y se encuentra totalmente integrada en la estrategia de la empresa. Es la propia Dirección la que lidera todas las actuaciones relacionadas con la RSC.

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

Se plantean objetivos e indicadores específicos, teniendo en cuenta otras variables como

plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ....

#### **11.1. Información adicional.**

La base para establecer objetivos e indicadores son los propios que se definen en los ODS. Por otro lado, formamos parte del GIS ALIMENTARIO a nivel nacional y a través de sus distintos grupos de trabajo se ha elaborado una guía que va a permitir a la Industria Alimentaria establecer indicadores alineados con cada uno de los ODS,.

### **CLIENTES**

#### **Satisfacción de cliente**

##### **12.- ¿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

##### **12.1. Información adicional**

La satisfacción de nuestros clientes es un aspecto clave. Conocer de antemano sus necesidades y posibles incidencias, forma parte del día a día del equipo comercial.

Mensualmente se realizan reuniones de seguimiento de KPIs con el equipo comercial que nos permiten identificar rápidamente necesidades y oportunidades estableciendo planes de acción y anticipándonos a la solución incluso antes de que el cliente la solicite.

##### **13.- ¿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

##### **13.1. Información adicional**

El contacto con nuestros clientes es continuo, habitualmente vía telefónica, mail y también presencial o por videoconferencia.

Las necesidades de los consumidores son detectadas mediante la escucha activa a través de mail, RRSS, encuestas ad-hoc y su comportamiento a través de la web. También monitorizamos las tendencias de mercado a través de una herramienta que nos permite monitorizar en tiempo real una gran cantidad de datos (big data) procedentes del comportamiento en la web (búsquedas, navegación, etc) para ser más eficientes en nuestra I+D+i y mejora continua de nuestros productos..

#### **Innovación en los productos y servicios**

##### **14.- ¿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

##### **14.1. Información adicional.**

Desde el departamento de I+D, como principal motor de desarrollo de nuevos productos, establece cronogramas sujetos al planning de pruebas analíticas y efectúa permanentes

pruebas organolépticas. En comunicación con el departamento comercial, se trabajan las nuevas incorporaciones de productos con el objetivo de obtener la máxima calidad, siempre para cubrir las necesidades de los clientes y de generar la demanda necesaria para crear nuevas líneas de mercado.

La I+D se aplica además de al desarrollo de nuevos productos, en nuestros procesos productivos basándonos cada vez más en la incorporación de tecnologías disruptivas.

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **15.1. Información adicional.**

No se destaca ningún aspecto

### **16.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?**

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

#### **16.1. Información adicional.**

Se ofrece un servicio post venta, de tal forma que el equipo comercial que atiende a nuestros clientes mediante los diferentes canales de comunicación establecidos en la empresa, atiende todas aquellas dudas, incidencias o reclamaciones con un compromiso de respuesta rápido y eficiente.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

### **17.- ¿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

#### **17.1. Información adicional.**

Aves Nobles cumple con la legislación vigente en relación a etiquetado de los productos e información al consumidor. Así mismo, enviamos todas las fichas técnicas perfectamente detalladas con toda la información requerida

## **PERSONAS EMPLEADAS**

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

### **18.- ¿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.

### **18.1. Información adicional**

Sí, se realizan encuestas de clima laboral cada dos años. Las encuestas son anónimas y se realizan en formato electrónico.

Se realizan reuniones con los responsables de sección y con el personal de Recursos Humanos. Los empleados pueden comunicarse y transmitir su opinión mediante el buzón de sugerencias. Adicionalmente existen canales no formalizados de comunicación que pueden servir para tratar situaciones puntuales.

## **Igualdad de oportunidades y no discriminación**

### **19.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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 cultural)?**

La organización se ha comprometido con los 10 principios de la Carta de la Diversidad y realiza una gestión activa de la diversidad, con planes específicos que se comunican, implantan y evalúan, analizando su impacto en las personas.

### **19.1. Información adicional**

Se garantiza el respeto al principio de igualdad de oportunidades de forma específica, en el acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional, la retribución, etc ... Existen planes que garantizan la igualdad de oportunidades, se evalúan los resultados y se incluyen las mejoras necesarias.

El Plan de Igualdad de la empresa garantiza un análisis de la situación de género dentro de la empresa y la creación de medidas para favorecer la equidad entre géneros. El Comité de Igualdad con representación de las secciones sindicales y miembros de Recursos Humanos propone planes de acción y monitoriza su desarrollo.

Adicionalmente la empresa dispone de un protocolo de Acoso Laboral que establece las pautas necesarias a llevar a cabo en caso de detectar acoso por razón de sexo .

Se fomenta la igualdad de género en el acceso a los puestos de responsabilidad garantizando sistemas de promoción interna neutros.

## **Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral**

### **20.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

Para el personal de oficinas la empresa adapta el horario de entrada para facilitar a las

personas que lo necesiten el dejar a sus hijos en colegios y guarderías.

Se conceden todas las licencias no retribuidas, solicitadas para atender necesidades familiares.

Se permite una flexibilidad total a la hora del disfrute de vacaciones para que el personal pueda viajar a sus países de origen o las recientes madres y padres puedan unirlas y alargar su disfrute de maternidad / paternidad.

Se permite guardar días de vacaciones y pasarlas al año siguiente.

La empresa ha establecido como permiso retribuido la asistencia a médicos privados, mejorando lo dispuesto en el convenio.

## **Formación y desarrollo profesional**

### **21.- ¿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

#### **21.1. Información adicional.**

Anualmente cada responsable de sección comunica al departamento de Recursos Humanos las necesidades formativas para el personal a su cargo y se elabora un planning de formación que beneficie a la mayor parte del colectivo .

Puntualmente se informa de diferentes jornadas y acciones formativas que implanten los diferentes organismos.

### **22.- ¿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.

#### **22.1. Información adicional**

No se destaca ningún aspecto

## **Seguridad y Salud**

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **23.1. Información adicional.**

No se destaca ningún aspecto

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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



Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

#### **24.1. Información adicional**

No se destaca ningún aspecto

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y evaluación de proveedores contemplan aspectos ambientales y sociales asociados a la actividad.

#### **25.1. Información adicional**

No se destaca ningún aspecto

### **Homologación de proveedores**

#### **26.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?**

Existe un sistema de homologación en el que se incluyen requisitos de Responsabilidad Social Corporativa

#### **26.1. Información adicional**

Desde hace un año se tienen en cuenta aspectos como que nuestros proveedores sean transparentes en materia de Responsabilidad Social Corporativa y a poder ser que sean de ámbito local. En este sentido desde nuestra empresa se valora de forma muy positiva que dispongan del sello C' ALIAL

### **Interacción con los proveedores**

#### **27. - ¿ Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión?**

Se realizan ocasionalmente encuestas/focus group/ se participa en algún foro para conocer su opinión

#### **27.1. Información adicional**

Anualmente se mantienen reuniones con los proveedores , en las cuales se adquieren conocimientos y tendencias.

Se tratan variaciones del marco regulador y desviaciones previstas.

En ferias y eventos se planifican contactos y se refuerzan los diálogos y relaciones personales

## **SOCIAL**

### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

#### **28.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su**

### **organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?**

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

#### **28.1. Información adicional.**

La empresa contribuye en la creación de empleo en la zona en la que desarrolla su actividad por encontrarse en continuo crecimiento y tener proyectos de ampliación para los próximos años dentro de la localidad.

De forma habitual se colabora con el Banco de Alimentos mediante entrega de productos fabricados en la empresa. Durante años anteriores se han realizado distintas campañas como por ejemplo la recogida de tapones en el marco del convenio de colaboración con la Fundación Seur.

Además se colabora con ONGS mediante patrocinios, compra de entradas de beneficencia, entrega de lotes de productos a rastrillos solidarios y, asociaciones sin ánimo de lucro y proyectos sociales.

Durante el periodo 2018-2019 se ha colaborado de forma activa con el Centenario del Parque Nacional de Ordesa, patrocinio de la QUEBRANTAHUESOS y Convenio de colaboración con ATADES. El año 2020, debido a la crisis sanitaria, han quedado paralizadas este tipo de actividades.

### **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

#### **29.- ¿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.

#### **29.1. Información adicional.**

Colaboramos con nuestros productos en los proyectos sociales del Banco de Alimentos, De igual forma, promover la buena alimentación es uno de los ejes de la organización y como tal elaboramos productos equilibrados con ingredientes sencillos, muy adecuados a cualquier tipo de dieta, especialmente para los deportistas por su bajo contenido en grasas.

Con la finalidad de fomentar el deporte y la vida saludable, la empresa realiza entregas de productos a gimnasios, eventos deportivos y revistas especializadas.

Patrocinio de la QUEBRANTAHUESOS en ediciones anteriores así como distintas carreras.

### **Transparencia con el entorno social de la organización**

#### **30.- 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.

### **30.1. Información adicional**

Tenemos perfectamente definidos los canales de comunicación interna y externa para poder informar a todos nuestros grupos de interés de las actuaciones realizadas en beneficio de la sociedad

## **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

### **31.- 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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

#### **31.1. Información adicional**

Aves Nobles cuenta con varias redes sociales ( Facebook, Twiter, Instagram, linkedin) mediante las cuales atiende las demandas, se comunica con sus clientes y fomenta la alimentación saludable.

## **AMBIENTAL**

### **Impacto ambiental**

### **32.- 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.

#### **32.1. Información adicional**

la empresa tiene un objetivo mediambiental anual y da cumplimiento a los requisitos legales en materia de emisiones y vertidos.

### **Compromiso frente al cambio climático**

### **33.- ¿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.

### **Economía circular**

### **34.- ¿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.

#### **34.1. Información adicional**

Desarrollamos proyectos de I+D en el ámbito de economía circular

### **Comunicación ambiental**

**35.- 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

#### **35.1. Información adicional.**

Existe un grupo de trabajo de sostenibilidad el cual trabaja en base a los objetivos que se establecen en la Agenda 2030 de la ONU y se informa al personal de las reuniones periódicas mediante comunicados internos.

### **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

#### **Priorización de temas**

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

#### **Valoración Global**

**37.- ¿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**

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

Los ODS están integrados en la estrategia de la compañía.  
Favorecer la igualdad de género y la conciliación de vida laboral y familiar.

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

Comunicación y transmisión de los valores de la empresa

### **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

**¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?**

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

**En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?**

Sí

**Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?**

- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.