

RICHTLINIE ZUR SOZIALEN VERANTWORTUNG DES UNTERNEHMENS

Ziel: Festlegung der Grundsätze für die Integration und Entwicklung von Grupo El Fuerte im wirtschaftlichen, ökologischen, sozialen und kulturellen Umfeld, in dem sich seine Unternehmen befinden, und Ausrichtung des Unternehmens auf die Erwartungen der Einzelpersonen oder Gruppen von Einzelpersonen, mit denen es interagiert (Stakeholder); Das heißt, Aktionäre, Kundinnen und Kunden, Mitarbeitende, Öffentliche Verwaltungen, Finanzinstitute, Medien, lokale Gemeinschaften und andere Interessengruppen.

Die soziale Unternehmensverantwortung wiederum ist das Unterscheidungsmerkmal, das dazu beiträgt, dass die Gruppe als Unternehmen wahrgenommen wird, das sensibel mit Menschen und der Umwelt umgeht, der Marke Kundenbindung, Wert und Ansehen verleiht, Risiken verringert und das Wettbewerbsumfeld verbessert.

Wie beispielsweise:

Die Grundsätze, auf denen die soziale Verantwortung der Grupo El Fuerte beruht, sind:

- 1.- Einsatz für die Menschen und die Umwelt.
- 2.- Transparenz, sowohl in Bezug auf Informationen als auch auf die eigenen Werte und Grundsätze des Unternehmens.
- 3.- Beziehungen und Dialog mit den Stakeholdern als Mittel zur Schaffung von Verbindungen, die zur sozialen Integration, Optimierung der Ergebnisse und Vertrauensbildung beitragen
- 4.- Verantwortungsbewusstes Handeln, hohe Kundenzufriedenheit, Förderung der lokalen Kulturen und ihrer Wirtschaft und minimale Umweltbelastung.

Aktivitäten der sozialen Verantwortung, Projekte und Initiativen müssen stets durch folgende Ziele gerechtfertigt sein:

- Wirtschaftliche Rentabilität durch Kostensenkung (Effizienz), Umsatzsteigerung (Verbesserung der Kundenzufriedenheit und -Loyalität und neue Produkte) oder durch Förderung der Präsenz in den verschiedenen Foren und Medien
- Umweltschutz: Energieeffizienz und Ressourceneinsparung, Vermeidung von Umweltverschmutzung.
- Kontinuierliche Verbesserung
- Einhaltung des geltenden Rechts.
- Sensibilisierung von Kunden, Mitarbeitenden und Lieferanten
- Verbesserung der Werbung, Positionierung und des Rufs der Marke
- Verbesserung der Beziehungen zu den Beteiligten

Die Richtlinie zur sozialen Verantwortung des Unternehmens wird durch den Masterplan, den Kommunikationsplan und die Aktivitäten der Fuerte-Stiftung umgesetzt.

Sie betrifft: Sie erstreckt sich auf alle Aktivitäten des Unternehmens.