

POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Objetivo: Establecer los principios que favorezcan la integración y el desarrollo de Grupo el Fuerte en los entornos económico, ambiental, social y cultural donde se ubican sus negocios, alineando la compañía con las expectativas de los individuos o grupos de individuos con los que interactúa (stakeholders), esto es, accionistas, clientes, empleados, administraciones públicas, entidades financieras, medios de comunicación, comunidad local y otros grupos de interés.

La RSC a su vez, es el elemento diferencial que facilitará que la compañía sea percibida como una empresa sensible a las personas y el entorno, aportando fidelidad de clientes, valor y reputación a la marca, reduciendo riesgos y mejorando el entorno competitivo.

Como:

Los principios sobre los que se asienta la RSC en Grupo el Fuerte son:

- 1.- Compromiso, con las personas y con el entorno.
- 2.- Transparencia, tanto en la información como en los propios valores y principios de la compañía.
- 3.- Relaciones y dialogo con las partes interesadas, como medio para establecer vínculos que ayuden a la integración social, a la optimización de resultados y a consolidar la confianza
- 4.- Comportamiento Responsable, consiguiendo unos niveles altos de satisfacción de clientes, fomentando las culturas locales y sus economías e impactando lo mínimo en el medio ambiente.

Las actividades, proyectos e iniciativas en materia de RSC siempre estarán justificadas por los siguientes objetivos:

- Rentabilidad económica, a través de la reducción de costes (eficiencia), a través del aumento de ingresos (mejora de satisfacción y fidelidad de clientes y nuevos productos) o a través de la promoción y presencia en los distintos foros y medios de comunicación
- Protección del medio ambiente: prevención de la contaminación, eficiencia energética y ahorro de recursos
- Mejora continua
- Cumplimiento de la legislación aplicable.
- Sensibilización de clientes, empleados y proveedores
- Mejora de la promoción, posicionamiento y reputación de la marca
- Mejora de las relaciones con las partes interesadas

La política de RSC se instrumentalizará a través del Plan Director de RSC, del Plan de Comunicación y de las actividades de la Fundación Fuerte.

Afecta a: Su carácter es transversal a todas las actividades de la compañía.