

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ARS ALENDI, S.A.**

CIF:A22271209

A-23 P.Km 328

22280 - Gurrea de Gállego

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Ars Alendi, SA

#### 02 - Dirección - CP - Población

Autovía A-23, km. 328, 22280\_ Gurrea de Gállego, Huesca.

#### 03 - Sector. Actividad

Fabricación piensos compuestos de animales.

#### 04 - Año comienzo actividad.

2007

#### 05 - Número de personas empleadas

48

#### 06 - Persona contacto

Beatriz Rodríguez Sánchez.

#### 07 - E-mail contacto

[brodriguez@alendi.es](mailto:brodriguez@alendi.es)

#### 08.- Página web

[www.alendi.es](http://www.alendi.es)

### 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**

La empresa, como ente vivo, se nutre del entorno global y general en el que nos encontramos. En la estrategia de Ars Alendi se integran todos estos temas (económicos, políticos, medioambientales, tecnológicos, sociales...) y constantemente incluimos en nuestro día a día las demandas y necesidades de los grupos de interés; darle importancia y prestar atención a lo que sucede nos permite ser ágiles y proactivos ante las tendencias y los cambios.

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

No

### **2.1. Información adicional**

Aunque confiamos en el empuje, compromiso, implicación y participación de los integrantes de la empresa para poder enfrentarnos a todo tipo de desafíos somos conscientes de que es clave el apoyo del tejido social, empresarial y gubernamental. Por ello, participamos activamente en la dinamización de asociaciones que permitan unir esfuerzos y crear sinergias. En esta línea, participamos activamente en la dinamización del tejido social próximo a nuestros centros de trabajo, trabajando conjuntamente con los ganaderos y haciéndolos partícipes de estos retos. Además, Ars Alendi fue uno de los fundadores del clúster de Porcino I+D+i y participa activamente en su gestión.

## **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**

Respecto a la inclusión de los aspectos ambientales en la planificación de la organización, sirvan como ejemplos:

- la apuesta por la energía fotovoltaica, con la reciente ampliación del parque de placas fotovoltaicas de la fábrica de pienso, y de los de varias granjas.
- la continua actualización de las especificaciones nutricionales de los piensos con el objetivo de reducir las emisiones de nitrógeno y fósforos excedentarios al medio ambiente.

Continuamos colaborando con los mismos proyectos sociales, participando en el programa Aspapyme de Aspanoa, pero además, con la participación especial y el patrocinio en la Carrera BTT de Almudévar. Por otra parte, este año retomamos de modo muy activo la colaboración con los jóvenes agricultores y ganaderos de la zona con un interés de dinamización y trabajo conjunto con ellos, realizando varios viajes formativos.

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

##### **4.1. Información adicional**

En Ars Alendi valoramos constantemente la posibilidad de nuevas formas de colaboración y actuaciones.

Respecto al destino de presupuesto específico a proyectos medioambientales, sirvan como ejemplos las recientes inversiones en:

- cubiertas de las balsas de purín de las granjas para reducir las emisiones de amoníaco y metano a la atmósfera.
- sustitución de la iluminación convencional de la fábrica de piensos por tecnología led con la consecuente reducción del consumo energético.
- sustitución de los bebederos tipo chupete por tipo cazoleta, para la consecuente reducción del desperdicio de agua.

#### **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**

Una ventaja estratégica es nuestra cercanía a muchos de los grupos de interés, lo que nos permite y facilita una gestión específica para cada uno de ellos.

Destacar nuestro diálogo y colaboración directa con los clientes, con proveedores y con los empleados; 3 grupos con quienes realizamos esfuerzos de atracción, retención y fidelización.

#### **6.- ¿Ha identificado las necesidades y/o expectativas de sus grupos de interés?**

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

##### **6.1. Información adicional**

Nuestra ventaja estratégica de cercanía y ámbito local en algunos de nuestros aspectos no permite añadir a las herramientas tanto formales como otras más informales para conocer su opinión. Además, nuestra propia cultura de trabajo nos permite obtener directamente mucha información cara a cara y responder de manera ágil e individual a muchas cuestiones.

#### **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?**

Existe un código de conducta conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

**7.1. Información adicional**

Se trabaja en la actualización, en la comunicación y difusión de los códigos de conducta a utilizar en la organización.

**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**

Con el fin de seleccionar personal que encaje en nuestra cultura, en el momento de la selección y contratación comentamos la la visión, misión, y valores de Ars Alendi, SA. que, posteriormente, cada empleado recibe en un manual de acogida. Además, se intenta que esta cultura impregne todas las líneas de actuación de modo que se facilita la asimilación de estos valores por parte de los empleados. A través de la comunicación de las acciones que llevamos a cabo intentamos involucrar a las personas en esa misión.

**Plan de Responsabilidad Social**

**9.- 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

**9.1. Información adicional**

En Ars Alendi siempre ha habido una conciencia de la Responsabilidad Social previa a este sello. Gracias a este sello dotamos de mayor coherencia todas aquellas prácticas que se realizaban con el fin de optimizarlas y que nos sirvan como punto de partida de una evolución y mejora constante en este tipo de temas. Trabajar con los grupos de interés se ha convertido en uno de nuestros objetivos estratégicos.

**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 específicos, teniendo en cuenta otras variables como plan de negocio, mercado y competencia, futuros requisitos legales, ?.

**10.1. Información adicional**

Sí, y esas actuaciones previstas están en constante revisión con el fin de mejorar procedimientos, valorar oportunidades y amenazas, anticiparnos a los cambios en el entorno... A lo largo de este año se ha establecido un Plan Estratégico que incluía el Plan de RSC con indicadores y que nos permite trabajar conjuntamente identificando y valorando nuestras actuaciones.

## 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

Mayoritariamente, la producción de piensos de Ars Alendi va destinada a la alimentación del ganado porcino de sus granjas propias e integradas, controladas por un experimentado equipo propio de veterinarios y expertos visitantes que realizan un seguimiento riguroso del desempeño del ganado, de lo que mantienen informados (entre otros) al equipo de nutrición y de calidad de la fábrica de piensos.

Menos del 10% de la producción de piensos se destina a la venta a una reducida cartera de clientes externos (menos de 10). Los responsables de nutrición, calidad y producción de Ars Alendi mantienen una interlocución directa y cercana con los interlocutores de estos clientes.

#### 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

La Política de Calidad de Ars Alendi [como parte de su Manual de Calidad establece que: ARS ALENDI es una empresa comprometida con la calidad y la seguridad alimentaria, cuya prioridad es garantizar a sus clientes un servicio a la altura de sus necesidades. Para ello, traduce su compromiso en los siguientes puntos:

? Satisfacer las necesidades y expectativas de nuestros socios y clientes, desarrollando relaciones duraderas basadas en la confianza.

? Mejorar continuamente los procesos y servicios incorporando nuevas tecnologías.

? Desarrollar nuevos productos y mejorar los existentes previendo las necesidades de los socios y clientes.

### 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

Desarrollamos la innovación en nuestros productos a través de una planificación rigurosa y una revisión continua. Este proceso es posible gracias a nuestro estrecho contacto con las granjas, lo que nos permite identificar nuevas oportunidades y dirigir la innovación de manera constante. Realizamos pruebas tanto internas como en colaboración con

proveedores y universidades, asegurando que nuestras soluciones sean efectivas y sostenibles. Así, garantizamos productos que responden a las necesidades del mercado.

## **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**

Aplicamos las mejores técnicas disponibles junto con el conocimiento avanzado de la genética para optimizar los resultados. Esto nos permite formular productos que mejoran el rendimiento animal, promoviendo su bienestar y eficiencia. Tener niveles de proteína y fósforo ajustados, utilizando ingredientes de alta digestibilidad, así como diferentes enzimas (fitasas) que permiten minimizar las emisiones de nitrógeno en forma de amoníaco a los purines, y de fósforo.

Sirvan como ejemplos la formulación de los piensos orientada a la reducción de las emisiones de nitrógeno y fósforo, y la certificación voluntaria de la producción porcina de Ars Alendi del cumplimiento de los requisitos de bienestar animal establecidos en el esquema Welfair Quality.

### **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**

Mantenemos con el cliente un asesoramiento integral en el servicio postventa. La venta de pienso es más que un proceso de venta ya que se completa con la asesoría veterinaria para aquellos clientes que así lo manifiestan. Se acompaña al cliente en su negocio. Aquellos aspectos que son relevantes sobre la calidad e idoneidad del producto son comunicados al cliente fruto de esta estrecha relación.

Existen requisitos y desafíos nuevos que los ganaderos deben afrontar (bienestar, mejores técnicas disponibles, medioambiente, nuevo RD de ordenación de explotaciones porcinas, gestión de purines, etc). En todos ellos la empresa va a acompañarlos y asesorar su implantación. Según el MANUAL CALIDAD y en el Procedimiento para el Tratamiento de Reclamaciones de Clientes, está implementado un procedimiento sistemático de recogida de reclamaciones, investigación, y diseño, implementación y seguimiento de la información aportada por los clientes, así como la monitorización de los índices zootécnicos de las granjas, la asistencia veterinaria integral y el suministro de insumos (piensos, zoosanitarios, combustibles,?).

## **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

Todos los productos que vende Ars Alendi están adecuadamente etiquetados y por tanto llevan toda la información necesaria.

Además de esto si los clientes solicitan información complementaria, se les facilita de manera fluida.

La gran mayoría de los clientes que tiene Ars Alendi son clientes cautivos, es decir, clientes que están integrados en el sistema de cría porcina y que por tanto el pienso forma parte del servicio integral, estos clientes reciben información sobre el uso y características del mismo. Por otra parte el cliente externo, cliente exclusivo de pienso, sí recibe información sobre el producto cuando la solicita y es él mismo el que demanda productos específicos en muchas ocasiones.

Todo el producto fabricado lleva asociada una etiqueta de composición, normas de uso y utilización que viene pautado por legislación sectorial sobre comunicación y etiquetado de los productos destinados a la alimentación animal y, además, existe un Código de Buenas Prácticas de Etiquetado, desarrollado y actualizado por CESFAC (Confederación Española de Fabricantes de Piensos Compuestos).

Cualquier información adicional es facilitada a petición del cliente. La legislación sectorial sobre comunicación y etiquetado de los productos destinados a la alimentación animal [Reglamento (CE) Nº 767/2009 del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de julio de 2009 sobre la comercialización y la utilización de los piensos] establece de forma exhaustiva el contenido, vocabulario, vías,? relativos a la información sobre tales productos que deben recibir los clientes.

Además, existe un Código de Buenas Prácticas de Etiquetado, desarrollado y actualizado por CESFAC (Confederación Española de Fabricantes de Piensos Compuestos).

Ambas guías son tomadas como referencia por Ars Alendi en lo referente a la información a sus clientes sobre los productos que comercializa

## 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, se identifican mejoras y se implantan.

#### 17.1. Información adicional

Se evalúa la satisfacción de los empleados de modo periódico a través de entrevistas personales orientadas a obtener la información objetiva que nos permita plantear planes de acción concretos y realistas sobre las áreas de mejora. Además de para implantar acciones de mejora, nos sirve para identificar nuestras fortalezas y continuar en esa línea. Estas reuniones nos permite obtener de primera mano la percepción de los trabajadores sobre la empresa y su actuación es muy positiva demostrándonos su apoyo y compromiso. Además, facilita un clima de comunicación abierta y directa.

Hemos puesto en marcha un sistema de gestión del desempeño que nos permita conocer de primera mano la satisfacción del personal con el fin de utilizar esa información para retener y fidelizar el talento.

## **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.**

El propio manual de acogida ya recoge la sensibilidad y el interés de la compañía por aceptar los principios de igualdad de oportunidades y no discriminación por razones de género, raza, étnico, religión, discapacidad, cultura?y llevar a cabo acciones positivas al respecto.

Esta sensibilización impregna las áreas de gestión de personas: el reclutamiento y selección, formación, promoción y carreras profesionales, retribución y compensación?.

## **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?**

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

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

Aunque difundimos y aplicamos las medidas de conciliación legales, con el fin de facilitar la plena conciliación laboral y familiar, se estudia cada solicitud concreta. Para ello, se valoran distintas acciones como la posibilidad de modificación de turno de trabajo, flexibilidad de horarios, teletrabajo y acumulación horaria, intentando dar una respuesta que satisfaga la demandas de la persona con la necesidad del puesto/área donde desempeñe su trabajo. Abogamos por un ambiente cercano y familiar porque sabemos que el pleno desarrollo profesional necesita un ambiente que permita a cada persona desarrollarse también personalmente en otros ámbitos como el familiar.

## **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.**

Cada responsable de equipo plantea las acciones formativas que cree interesante para su



equipo. Desde el Departamento de RRHH estamos pendientes de oferta formativa que encaje en las necesidades que vamos captando. Además, existe la posibilidad de que cada trabajador solicite a su responsable y al departamento de Recursos Humanos la participación o asistencia a cursos, seminarios y acciones formativas que refuercen su empleabilidad y su desarrollo profesional. Nuestro objetivo cumplido es que la formación llegue a todos los integrantes y puestos de la organización. Resaltar que también se organizan sesiones formativas que no tienen por qué necesariamente fomentar la empleabilidad sino que están orientadas a mejorar el clima laboral y la integración de los empleados, como las habilidades personales.

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

El modelo de evaluación de desempeño se orienta al crecimiento personal y profesional de las personas con herramientas como, por ejemplo, desarrollo de un plan de carrera, que se mide y comunica de forma sistemática.

### **21.1. Información adicional.**

El análisis y la valoración del desempeño y las competencias de cada uno nos permite determinar potencial, talento y posibilidades de crecimiento y desarrollo. Estamos incluyendo en los planes formativos la impartición de acciones de desarrollo de competencias personales que permitan progresar profesionalmente con las herramientas personales adecuadas.

## **Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

### **22.1. Información adicional.**

Además de la formación de Prevención de Riesgos Laborales al uso, se ha realizado un curso de 5'S para la mejora los puestos de trabajo y reducción de accidentes. Además, se ha llevado a cabo formación en primeros auxilios y extinción de incendios.

## **PROVEEDORES**

## **Compras responsables**

## **23.- ¿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.

### **23.1. Información adicional.**

Establecemos criterios de prioridad basados en la proximidad geográfica, lo que nos permite reducir las emisiones de transporte y fomentar el desarrollo local. Además, identificamos productos y compras que presentan un mayor impacto ambiental, evaluando factores como el uso de recursos, generación de residuos y huella de carbono. A partir de esta evaluación, dirigimos nuestros esfuerzos hacia la reducción de estos impactos, implementando prácticas sostenibles

## **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

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

#### **24.1. Información adicional.**

De acuerdo con nuestro procedimiento de evaluación de proveedores, realizamos periódicamente una evaluación exhaustiva en aspectos clave como calidad, servicio, y seguridad ambiental. Este proceso garantiza que nuestros socios cumplan con los estándares establecidos y fomenten prácticas responsables. Además, valoramos de manera positiva las iniciativas presentadas por los proveedores, especialmente aquellas que promuevan mejoras en sostenibilidad, innovación y eficiencia

## **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?**

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

#### **25.1. Información adicional.**

Colaboramos en acciones y proyectos alineados con la cultura de la empresa y en este año hemos determinado indicadores que nos permitan evaluar mejor su impacto positivo en la sociedad. Trabajar con clientes y numerosos proveedores locales, estando en un ámbito rural, supone un componente cultural muy fuerte en nuestra cultura. Seguimos fomentando el desarrollo de los clientes y proveedores cercanos apostando por lo local, por la cercanía y el valor de la tierra por un desarrollo económico, social y ambiental sostenible.

### **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 desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto y con planes de acción específicos

#### **26.1. Información adicional.**

Ars Alendi nació de la confluencia de distintas Cooperativas de la zona. Ese espíritu se mantiene, pese a no ser una cooperativa, e impregna las relaciones de colaboración y desarrollo tanto con proveedores (agricultores) y clientes (ganaderos) locales. Por otra parte, la empresa intenta desarrollar líneas empresariales basándose en la sinergia que puede surgir de la propia actividad. Nuestra colaboración con proyectos sociales cada vez es más frecuente por lo que estamos trabajando en los indicadores que nos permitan evaluar estas acciones.

## **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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

#### **27.1. Información adicional**

Comunicamos nuestra actividad y líneas de cooperación con nuestros grupos de interés y hemos avanzado en distintas medidas (web, redes sociales, portal del empleado...) hacer la comunicación más fluida.

## **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**

Hemos mejorado en la difusión y comunicación a grupos de interés y con los empleados la comunicación de nuestras actuaciones es más fluida.

## **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 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.

#### **29.1. Información adicional.**

Ars Alendi cuenta con la autorización ambiental integrada. En ella se especifican los aspectos ambientales que se ven afectados por la actividad industrial de nuestra empresa. Existen medidas de control y gestión para todos ellos (emisiones, residuos, vertidos, suelo y ruido). También se dispone de un plan para emergencias medioambientales que sobre cómo actuar para minimizar los posibles daños ante accidentes medioambientales.

Durante estos años se ha llevado a cabo la mejora en los vertidos de la planta (instalación de depuradora más potente en el lavadero de camiones) así como la instalación de placas fotovoltaicas para la obtención de energía de forma más limpia y sostenible.

Como parte del seguimiento de la eficacia de las MTDs, se aportan a la Administración los resultados del control de las emisiones y otros datos que permiten una comparación del funcionamiento de la instalación con las mejores técnicas disponibles descritas en la Decisión DEI que le corresponda y con los niveles de emisión asociados a ellas.

## **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?**

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente.

#### **30.1. Información adicional.**

Se han desarrollado algunas actividades, sobre todo de cara a minimizar el impacto de la integración porcina apostando por una transición hacia una economía verde:

CAMBIO A LUZ LED: reducción de residuos y menor consumo de energía que trae consigo el ahorro.

CAMBIO DE CHUPETES A CAZOLETAS para menor desperdicio de agua. A su vez, se genera una cantidad de purines menor,

CAMBIO DE ALIMENTACIÓN, sopera: reduce el polvo del pienso por lo que mejora su impacto en contaminación ambiental.

MANTAS en maternidad: aislante que guarda mejor el calor en los lechones pudiendo reducir el consumo de luz en la calefacción de las naves de maternidad.

INSTALACIÓN DE PLACAS SOLARES, Este año se ha llevado a cabo la instalación de placas solares en muchas de las instalaciones de ARS ALENDI, que contribuyan a la generación de energía por medio de fuentes renovables y ayuden en la lucha contra el cambio climático.

Se ha impulsado la gestión sostenible de los purines para nuestros clientes (ganaderos) a través de la creación de un centro gestor de estiércoles. Una forma de ser más eficientes y efectivos a la hora de aplicar los purines en las explotaciones agrícolas.

Además, hemos apostado por el ferrocarril como medio de transporte de mercancías desde el Puerto de Tarragona hasta el Macrosilo de Zuera, logrando reducir la huella de carbono en casi 2000 toneladas de CO2 anuales (a la espera de nuevos datos).

Además de comunicar internamente las acciones y compromisos de la organización para prevenir la contaminación, durante el último año se ha potenciado la comunicación a otras partes interesadas (autoridades competentes, clientes, sociedad y proveedores).

## **Economía circular**

### **31.- ¿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.

### **31.1. Información adicional**

?Se continúa con la estrategia de valorización de coproductos de la alimentación humana mediante su categorización e incorporación en la alimentación de los animales (torta de colza, coproductos lácteos y procedentes de diferentes procesos de fermentación,?), y en la rentabilización de las inversiones en energías renovables (fotovoltaica) realizadas en años anteriores.

### **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**

Las actuaciones específicas en la empresa se comunican a los trabajadores que están implicados. Aunque no existen planes de comunicación específicos para este fin, la instalación de placas solares en las instalaciones de la fábrica se comunica a todos los empleados.

Se valorará la oportunidad de crear canales de comunicación más fluidos tanto internos como con la sociedad para transmitir los valores y las acciones medioambientales llevadas a cabo por la empresa.

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

### **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?**

9

### **Puntos fuertes y áreas de Mejora**

### **35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?**

En Ars Alendi, SA se trabajaba desde hace tiempo en algunas prácticas de Responsabilidad Social sin tener en cuenta el sello. Esta conciencia de la RSC nos ha facilitado poder articular todas las prácticas que veníamos haciendo y nos ha permitido evolucionar en estos aspectos. Destacaría como puntos fuertes de Ars Alendi la apuesta por el desarrollo rural integral, por el asentamiento de sus gentes en momentos de lucha por la despoblación, por crear oportunidades e iniciativas empresariales en su entorno atrayendo a jóvenes ganaderos y agricultores, por la conservación medioambiental, por empleos estables y de calidad, por el desarrollo profesional y personal de sus empleados... Además, considero que el fuerte y positivo impacto local de la empresa es la clave para el compromiso de sus empleados.

### **36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Dado que el interés por participar y dialogar con nuestros grupos de interés ya está presente en nuestro día, sí que debemos articular, programar, priorizar y revisar los procedimientos, determinando más concretamente pautas específicas con cada grupo. Considero que la mejora debe ir encaminada a articular mejor y difundir de un modo más eficiente las prácticas que venimos realizando en pro del desarrollo profesional de nuestros empleados, de una ganadería sostenible a todos los niveles y de la innovación.

## **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?**

Si

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

- ODS 1. Fin de la pobreza.
- ODS 2. Hambre cero.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.