# RSA - PYMES

**Empresa evaluada**

**QUALITY CORN GRAIN, S.A.**
CIF:A61642591
Carretera 1236 Km.6
22420 - Almunia de San Juan
Huesca

## DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

**01 - Denominación de la organización**

Liven Agro S.A.

**02 - Dirección - CP - Población**

Crta. Monzon-Fonz, km. 6
Ariestolas, Huesca 22417
España

**03 - Sector. Actividad**

Industria Agroalimentaria

**04 - Año comienzo actividad.**

1998.

**05 - Número de personas empleadas**

70

**06 - Persona contacto**

Noemí Carnicero Sans

**07 - E-mail contacto**

ncarnicero@qcgrain.com

**08.- Página web**

www.qualitycorn.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**

Liven Agro se considera una pieza del engranaje de un sistema en constante movimiento. Por ello, tenemos en cuenta todo aquello que sucede a nuestro alrededor para, de forma recíproca y bidireccional, no solo adaptarnos al cambio sino formar parte de él.

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

Si

**2.1. Información adicional**

Cualquier organización, independientemente de sus dimensiones y siendo coherente con sus medios, puede llevar a cabo acciones en relación a temas de actualidad implementándolas en su estrategia de negocio y respondiendo así a las demandas de la sociedad. Es nuestra responsabilidad reconocernos como causa y consecuencia de nuestro entorno y debemos actuar en consonancia con ella.

## 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?**

Sin respuesta

**3.1. Información adicional**

Sin respuesta

**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**

Este año, con el objetivo de recoger todas las acciones de nuestros proyectos sociales y medioambientales, hemos constituido una Fundación "Corn for a Better World". En ella, se dan cabida a todas las iniciativas y propuestas planteadas por nuestros empleados y resto de grupos de interés, fomentando con ello el voluntariado corporativo y la alineación de nuestros valores.

## 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**

Conocemos nuestros grupos de interés e interactuamos con ellos habitualmente. Hemos incorporado nuevo personal en posiciones (I+D, Comercial...) que nos ayuden a mantener estos contactos con protocolos específicos de comunicación y así atender sus expectativas y anticiparnos, de este modo, a sus necesidades.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

**6.1. Información adicional**

Entre los distintos mecanismos de los que disponemos para comunicarnos con nuestros stakeholders, el principal, son las reuniones programadas con cada uno de ellos. Intentamos ser conscientes de las necesidades de los grupos de interés mediante entrevistas, sondeos y encuestas realizadas de forma presencial o virtual a través de aplicaciones móviles o programas informáticos. El constante seguimiento y actualización de información es uno de los puntos clave y más importantes a tener en cuenta.

**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 a disposición de todas las personas de la organización

**7.1. Información adicional**

Además de nuestros propios convenios colectivos y documentación correspondiente en prevención de riesgos laborales,se transmiten los valores y la cultura de la empresa desde el momento de la entrevista y se fomenta la proximidad y horizontalidad entre áreas y departamentos. Se proporciona desde el momento de la contratación un manual de acogida y un manual de prevención de riesgos con los asociados a cada puesto. Por otro lado, los trabajadores de cada área cuentan con un supervisor que les guía y acompaña desde el inicio y les transmite, en el día a día, los códigos de conducta asociados no solo al puesto, sino a la empresa.

**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**

De forma periódica y ante cambios relevantes a nivel de gestión empresarial, se llevan a cabo presentaciones en las que los empleados pueden conocer desde sus inicios todos los

proyectos de la empresa. Además, contamos con canales de comunicación internos (revista corporativa) en los que los valores y objetivos se manifiestan mediante todas las actuaciones que se emprenden y que se ponen en su conocimiento. Por otro lado, hemos creado un grupo de Telegram donde comunicar novedades y noticias de interés para nuestros trabajadores, así como fomentar la participación y opinión de los mismos en cuestiones relativas a la empresa que puedan repercutirles o beneficiarles.

## Plan de Responsabilidad Social

### 9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su organización en este momento?

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social.

### 9.1. Información adicional

Hemos comenzado con varios proyectos a nivel interno como a nivel externo. Participar y plasmar nuestras respuestas en esta plataforma es una de ellas, crear una memoria y llevar a cabo nuestras ideas sobre temas relacionados con la biodiversidad, sostenibilidad, medio ambiente y desarrollo humano son aspectos clave en nuestra estrategia empresarial. Por ello, hemos constituido una Fundación "Corn for a Better World" (maíz para un mundo mejor) para, desde ella, poder dar respuesta a algunos de los aspectos anteriormente mencionados en la medida de nuestras posibilidades y en función de los proyectos con los que nuestros trabajadores se sienten sensibilizados.

### 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 a nivel general

### 10.1. Información adicional

Parte de nuestro equipo se reúne todos los lunes para confeccionar un plan de Responsabilidad Social, se ponen en común objetivos y se realiza el seguimiento de los que ya se han puesto en marcha. Además, nos hemos propuesto enviar anualmente una newsletter a nuestros clientes con información relevante acerca de la empresa y de sus actuaciones enmarcadas en el paraguas de la RSC.

## CLIENTES

## Satisfacción de cliente

### 11.- ¿Tienen mecanismos para conocer la satisfacción de sus clientes?

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

### 11.1. Información adicional

Día tras día nos comunicamos de manera continua y constante con nuestros clientes a través de plataformas como Outlook o vía telefónica que nos permiten mantener una comunicación directa con la gran mayoría de ellos. No obstante, hemos apostado por

nuestro Dpto. comercial con la incorporación de una persona que se encargará de crear nuevos protocolos de captación y seguimiento entre los que, la satisfacción del cliente en cada parte del proceso, será una variable clave que se estudiará también con nuevas y mejoradas tecnologías y procesos.

**12.- ¿Cómo identifica las mejoras de servicio a sus clientes y las introduce en los procesos de la organización?**

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la organización

**12.1. Información adicional**

Se generan listas de mejora en los diferentes ámbitos y funciones de la empresa año a año implantando los procesos más factibles al año siguiente o poder seguir trabajando en los mismos para cuando puedan llevarse a cabo. Todos los años se implantan muchos procesos nuevos mejor que los anteriores. Algunas de las mejoras generadas son entre otras la instalación de placas fotovoltaicas, paneles solares, un nuevo sistema de báscula para camiones con su propio sistema informático, cintas transportadoras y robots de última tecnología que hacen nuestros procesos mucho más dinámicos, eficaces y eficientes.

## 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**

Continuamente investigamos nuevos procesos y productos relacionados con el maíz y con las materias primas derivadas de la propia mazorca y su grano. Al ser un producto que nace de la tierra, siempre lo hacemos de forma sostenible en el tiempo y de forma responsable pues debemos preocuparnos por nuestra materia prima ya que nuestra calidad es el reflejo de nuestro trabajo. Todos los años plantamos nuevas variedades de maíz, de forma más sostenible, pues cada vez más, nuestros clientes y el mercado en general tienden a inclinarse por alternativas de productos y procesos más sostenibles. Existe una conciencia social global más sensibilizada con el medio ambiente.
Además, hemos llevado a cabo inversiones en I+D clasificadas en un abanico de proyectos considerable y hemos apostado por nuestro Dpto de I+D con la creación de un puesto de trabajo que hasta el momento no existía en nuestra estructura organizativa.

## Calidad de los productos y servicios

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

Sin respuesta

**14.1. Información adicional**

Sin respuesta

**15.- ¿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

**15.1. Información adicional**

Como empresa, nuestro punto fuerte es la atención personalizada a cada uno de nuestros clientes y proveedores siendo siempre lo más facilitadores posible en cualquier ámbito.

**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**

Como he mencionado anteriormente al ser una empresa del sector primario, la información que debemos proporcionar tiene que ser siempre clara y transparente detallando de igual forma las características propiedades y riesgos asociados a nuestros productos.

**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**

De un tiempo a esta parte evaluamos la satisfacción de nuestros empleados a través de entrevistas individuales anuales. A partir de sus respuestas, se genera una evaluación que se presenta como feedback a Dirección y que sirve como base para implantar mejoras en la fábrica, realizar nuevas formaciones, promocionar a empleados o ubicarlos en otros puestos de trabajo acorde a sus necesidades, formación e inquietudes.

**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)?**

Se realizan acciones de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

**18.1. Información adicional.**

Se ofrece la posibilidad a cualquier persona de la empresa de llevar a cabo una promoción interna, ligada a unos planes de formación específicos para el desarrollo de su trayectoria profesional sin tener en cuenta sexo, raza o religión. Además, estamos en colaboración con Caritas Diocesana Barbastro Monzón para poner en su conocimiento las vacantes que van

surgiendo y, así, contar con su base de datos y valorar si los candidatos que nos presentan se ajustan a nuestras ofertas.

## 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 concilación personal, familiar y laboral especificarlas.**

Liven Agro, si cuenta con medidas que faciliten el equilibrio entre la vida personal y familiar. Contamos con un horario de trabajo flexible al que se acogen gran parte de nuestro personal, cuando el horario no es flexible, los horarios pueden ser rotativos o fijos. Se facilita el cambio de turno entre compañeros siempre que sea necesario. Los trabajadores también pueden ausentarse del puesto de trabajo de manera justificada siempre y cuando lo necesiten.

## Formación y desarrollo profesional

**20.- ¿Cómo gestiona su organización las necesidades de formación de las personas empleadas?**

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

**20.1. Información adicional.**

De un tiempo a esta parte, al crearse el departamento de Recursos Humanos la formación de los empleados ha pasado a ser un pilar fundamental para la empresa. Si es cierto que tiempo atrás, los trabajadores recibían formación externa en primeros auxilios, conducción de carretillas, palas cargadoras, etc y actualmente se han creado y están creando nuevas formaciones y cursos pedidos por los trabajadores una vez escuchadas sus peticiones individualmente en entrevistas personalizadas a los mismos.

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

Sin respuesta

**21.1. Información adicional.**

Sin respuesta

## Seguridad y Salud

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

Sin respuesta

**22.1. Información adicional.**

Sin respuesta

## PROVEEDORES

### Compras responsables

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

Sin respuesta

**23.1. Información adicional.**

Sin respuesta

### Clasificación y evaluación de proveedores

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

Sin respuesta

**24.1. Información adicional.**

Sin respuesta

## 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?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

**25.1. Información adicional.**

Además de contemplar el bienestar de nuestros empleados como objetivo de mejora constante, entendemos que también es nuestra responsabilidad reconocernos como causa y consecuencia de nuestro entorno y responder, según nuestras posibilidades, a sus presentes y futuras demandas. Por ello, hemos constituido una Fundación gracias a la que impulsamos proyectos y colaboraciones que nos permiten aportar ese granito de arena (¡y de maíz!) a la sociedad. En esa línea, estudiamos la colaboración en proyectos de nivel local, nacional y mundial, ya sea a través de nuestra Fundación o mediante la colaboración con otras organizaciones/entidades/asociaciones humanitarias que apoyen la causa en la que queremos implicarnos. Nuestra Fundación es Corn for a Better World (maíz para un mundo mejor) y este 2021 colaborará apoyará causas sociales (Banco de Alimentos, Servicio de nutrición oncológico en el Hospital de Huesca, Adquisición ADOS-2 para el diagnóstico de autismo en Centro Down Huesca, etc.) y medioambientales (Colaboración con SEO Birdlife para la colocación de 80 cajas refugio para la carraca).

### 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.**

En Liven Agro hemos colaborado en la protección y conservación de especies de nuestra zona (la carraca) mediante el aprovechamiento de nuestros espacios naturales y la colocación de 80 cajas refugio, entre otras medidas. Con una estimación de entre unas 2.000 y 6.000 parejas en España, en la actualidad, la población ha sufrido una fuerte regresión y fragmentación en todo el territorio peninsular en los últimos treinta años. Se trata de una especie catalogada como ?casi amenazado? a nivel mundial (BirdLife Internacional 2010) y como ?vulnerable? a nivel estatal. Al igual que la mayoría de las especies de aves con poblaciones en regresión, la principal amenaza que sufre la carraca es la fragmentación y pérdida de hábitat propicio para su reproducción. También estamos colaborando con EcoBats y Secemu para, mediante cajas refugio también para murciélagos, no solo fomentar una agricultura más sostenible (son aliados en el control de plagas de maíz), sino contribuir en la conservación de la biodiversidad con una gestión basada en el manejo de ecosistemas.

## 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**

Se difunden creando asambleas, reuniones y comunicados a todos los empleados y grupos de interés implicados explicando los proyectos a realizar y fomentando la participación entre los mismos o la aportación de nuevas ideas y proyectos para pasarlos a valorar en un futuro próximo. Los trabajadores cuentan con un grupo de empresa en Telegram, con una revista interna corporativa que se publica cada 3 meses y con reuniones inidividuales/grupales con RRHH y/o Dirección. En relación a los grupos de interés, recibirán una newsletter anual donde recibirán las novedades empresariales relevantes en nuestra actividad y en materia de RSC.

## 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?**

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

**28.1. Información adicional**

Se comunican de forma interna a los empleados y grupos de interés para mantenerlos actualizados e informados de las últimas acciones y por otro lado, también se utilizan las redes sociales como linkedin ya que por esta vía también informamos de las últimas

novedades a nuestra red de contactos menos directos. Por otro lado, participamos en eventos locales, regionales y nacionales en los que aprovechamos la difusión de los mismos para comunicar nuestros planes y acciones (reportajes en TV, mesas y foros radiofónicos, prensa, etc.).

En relación a los agricultores que trabajan con nosotros, hemos creado un grupo en Telegram para cada una de las zonas de actuación y así hacer más extensivo nuestro servicio de asesoramiento y acompañamiento. Lo hacemos a través de vídeos prácticos, consejos, noticias y comunicaciones que pueden serles de mucha utilidad según el momento del año en el que se encuentra el maíz. También generamos encuestas para, mediante las votaciones y sus comentarios, tener feedback real y así poder adecuar nuevamente los contenidos y nuestro asesoramiento. Una de nuestras últimas acciones ha sido el diseño de un Manual de Buenas Prácticas Agrícolas difundido y disponible a través de Telegram.

## 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 llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

**29.1. Información adicional.**

Cada lunes de la semana un grupo de gente nos reunimos durante aproximadamente dos horas. En estas reuniones se tratan diversos temas relacionados con biodiversidad, sostenibilidad y desarrollo donde tras hacer un brainstorming se deciden las futuras actuaciones que se van a llevar a cabo a lo largo del año. Tenemos muy presente no solo nuestro impacto medioambiental, sino el del planeta y proponemos ideas y realizamos estudios para mejorar en este ámbito. Algunos de los ejemplos son el cálculo y reducción de nuestra huella de carbono y la instalación de calderas de biomasa entre otras. Tenemos una serie de proyectos encima de la mesa que, prácticamente en su totalidad, pueden identificarse variables que mejoran en algún punto del proceso o desarrollo de maquinaria/producto, el impacto medioambiental de nuestra actividad.

### 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.**

El compromiso público de la empresa se comunica tanto a nivel interno a los trabajadores de la empresa como de manera externa a nuestra red de contactos a través de redes sociales y comunicados a nuestros agricultores con un grupo de difusión creado vía

Telegram. La primera acción impulsada por nuestra Fundación fue la colaboración con SEO Birdlife para la protección y conservación de una de las especies características de nuestra zona y catalogadas como "vulnerables". Para ello, colocamos 80 cajas refugio para la carraca y 15 para murciélagos, pues son aliados naturales en el control de plagas de maíz.

## Economía circular

**31.- ¿Hasta qué nivel se ha desarrollado en su organización el modelo de economía circular?**

Sin respuesta

**31.1. Información adicional**

Sin respuesta

## 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, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

**32.1. Información adicional**

Se comunica de forma directa y personal, mediante reuniones o dinámicas de grupo. Para nosotros la comunicación entre todas las personas que forman el grupo es parte fundamental y lo más importante, que la gente sea consciente de el por qué y el para qué se crean y hacen las cosas ayuda a la toma de conciencia grupal y que todo el mundo camine en una misma dirección. Además, se comunica mediante redes sociales (Linkedin, Instagram de la Fundación), revista interna corporativa trimestral, grupo privado de empresa en Telegram y, por supuesto, también en canales de comunicación tradicionales: prensa, radio y televisión.

# 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 - Ser una empresa rentable y sostenible en el tiempo
2 - Ofrecer productos y servicios de calidad
3 - Poner en práctica medidas para crear un buen clima laboral
4 - Capacitar a las personas de la empresa
5 - Escuchar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés
6 - Emplear prácticas empresariales abiertas y transparentes
7 - Trabajar para proteger y mejorar el medio ambiente
8 - Crear Programas con impacto positivo en la Comunicad Local

9 - Disponer de presupuesto
10 - Disponer de unos líderes (personas con mando) que son valiosos y gestionan ejemplarmente

## 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?**

7

## Puntos fuertes y áreas de Mejora

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

Uno de nuestros puntos fuertes es la convicción de ser una gran familia con objetivos comunes. Un lugar formado por personas cuya satisfacción personal y profesional es imprescindible para el posterior desarrollo de cualquier actividad. Partiendo de esa base, perseguimos la excelencia en la elaboración de alimentos con base de maíz mediante la dignificación de todos los eslabones, del campo a la mesa, de forma sostenible. Por ello, los valores que nos definen son la responsabilidad social, la calidad, la innovación, la pasión, el compromiso, la honestidad y la transparencia. Todos ellos dan forma a esta gran familia llamada Liven Agro.

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

Aunque la atención personalizada con cada uno de ellos es al mismo tiempo uno de nuestros puntos fuertes, forma parte también de nuestras áreas de mejora el establecimiento de un protocolo pautado para la comunicación con cada uno de nuestros stakeholders de forma que siempre podamos anticipar sus necesidades, conocer su experiencia en tiempo real y valorar el servicio a posteriori mediante indicadores concretos que nos aporten mayor información con cada feedback.

Además, y como objetivo global, nuestra visión (y, por tanto, área de mejora constante) es liderar el mercado gracias al desarrollo ético y responsable de nuestros recursos humanos, económicos, sociales y medioambientales así como promover una cultura de excelencia e innovación que estén al servicio de la sostenibilidad.

## 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 3. Salud y bienestar.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.