

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

#### **MANANTIALES DEL PIEDRA, S.A.**

CIF:A50721851

Polígono Industrial Villanueva de Gallego. C/Albert

Einstein, nº 21.-

50830 - Villanueva de Gallego

Zaragoza

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### **01 - Denominación de la organización**

MANANTIALES DEL PIEDRA S.A.

#### **02 - Dirección - CP - Población**

P.I. VILLANUEVA DE GÁLLEGO

C/ALBERT EINSTEIN, 21

50830 VILLANUEVA DE GÁLLEGO (ZARAGOZA)

#### **03 - Sector. Actividad**

Manantiales del Piedra S.A., es una empresa familiar dedicada al embotellado de Agua Mineral Natural desde hace 20 años. La empresa cuenta con dos manantiales e instalaciones propias ubicadas en las localidades Cariñena y Jaraba, esta segunda conocida por la calidad de sus aguas minero-medicinales (declaradas de Utilidad Pública en 1888).

La mayor virtud de sus aguas reside en que proceden de manantiales subterráneos a gran profundidad, en entornos protegidos y aislados de cualquier tipo de contaminación; así como su proceso natural de filtración, que les permite adquirir los minerales y pureza que las caracterizan.

#### **04 - Año comienzo actividad.**

1997

#### **05 - Número de personas empleadas**

49

#### **06 - Persona contacto**

Susana Monforte Taboada

Sandra Val Canga

#### **07 - E-mail contacto**

[comercial@fontecabras.es](mailto:comercial@fontecabras.es)

#### **08.- Página web**

[www.fontecabras.es](http://www.fontecabras.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

Estos temas son importantes para la empresa ya que condicionan el desarrollo de su actividad, su evolución y su crecimiento.

La empresa se asesora de los cambios o modificaciones en temas políticos y legales a través de asociaciones como ADEA, AIAA o ANEABE.

Desde la dirección de Fontecabras se es miembro de la junta de la AIAA (Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón), por lo que se forma parte de las decisiones tomadas por la misma y somos conocedores a de primera mano de cualquier novedad del sector.

Para temas medioambientales existe un procedimiento de gestión establecido y una política ambiental corporativa, además de apoyarnos en Ecoembes y empresas profesionales en el sector del reciclaje y recuperación de materias primas que nos orientan y asesoran de la situación actual.

Este año hemos obtenido la renovación de la certificación medioambiental ISO 14000.

Los cambios que se producen en cualquiera de estos campos son analizados y se toman decisiones acorde a ellos , tratando de llevar a cabo actuaciones que cubran las necesidades de cada momento. Todas las medidas tomadas, son posteriormente analizadas y se realiza estudio de resultados para ver si resultan efectivas.

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

Si

#### 2.1. Información adicional

Las pequeñas y medianas empresas tienen la misma responsabilidad que cualquier gran empresa. Nunca van a tener la misma fuerza en algunos aspectos por cuestiones de capacidad, recursos o personal pero pueden llevar a cabo acciones iguales o incluso de mayor importancia que grandes grupos. Al final se trata de saber cuales son las necesidades de tu entorno en cada momento y tratar de hacer frente a ello de la manera

más satisfactoria.

Al ser una PYME buscamos apoyo en otras PYMES siempre que es posible locales con las mismas inquietudes, llevando a cabo proyectos colaborativos que aúnen esfuerzos y que nos permitan desarrollar y dar visibilidad a aquellas acciones que de manera individual son más costosas o para las que por nuestra cuenta no tenemos medios para conseguir. En los últimos años hemos llevado a cabo proyectos con ECOSOPE, KEMPHOR, ESDA, ECOEMBES, SEO BIRDLIFE, FURGO&TRANS ZARAGOZA, MUDANZAS SAN GIL, EKOMODO, CAMACHO SACRISTÁN, MUDANZAS MOLINERO ... además de crear una agrupación de interés económico junto a 6 empresas aragonesas, para desarrollar acciones y comercializaciones conjuntas (ACEITES AMBEL, SOC. COOP MAGALLÓN, RODI, BODEGAS EJEANAS, BODEGAS TORCAL Y COVINCA) en las que en este 2024, se han incorporado nuevos miembros a la asociación como son (PASTAS ROMERO, PASTELERIA TOLOSANA, PASTELERIAS MANUEL SEGURA, NOVAPAN, ORCHARD Y LATTIDOS). Actualmente, la asociación ha crecido en 12 miembros, de diferentes categorías.

## **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**

Cada año la empresa plantea su estrategia empresarial adaptando nuevos retos sociales y ambientales, que nos permitan aportar además de riqueza, beneficios a las personas y entorno en el que nos encontramos.

Desde medidas de eficiencia y ahorro energético, ahorro de materias primas, ecodiseño o reutilización de materiales, a acciones que involucren a nuestros clientes y a la población en general y les acerquen al cuidado del medio, a la importancia del reciclaje, la sensibilización y apoyo social o al cuidado propio y hábitos de vida saludables.

### **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**

A finales de año, acorde a los resultados obtenidos, la empresa marca un presupuesto aproximado para el desarrollo de acciones sociales y medioambientales de la siguiente anualidad. El presupuesto suele dividirse en un parte ya garantizada que es aquella que recoge los proyectos que la empresa considera que han generado un valor compartido y que se llevan desarrollando año tras año.

- Mejoras sociales en trabajadores/flexibilidad.
- Proyectos sociales y culturales.
- Inversión en energías renovables.
- Apoyo proyectos medioambientales.

- Innovación en productos más sostenibles.
  - Proyectos de reutilización y reciclaje.
  - Búsqueda de alternativas de segunda vida y consumo de materiales.
  - Campaña de sensibilización Cáncer de Mama...entre otras.
  - Proyectos ambientales de limpieza de espacios naturales
- Además, se planifica una nueva partida para proyectos o necesidades que surjan en el siguiente ejercicio.

## **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**

A través de los responsables de los departamentos de la empresa se tiene contacto directo con cada uno de los grupos de interés, conociendo de primera mano cuáles son sus necesidades y haciéndonos saber que es lo que esperan de la empresa.

Este año hemos creado una nueva aplicación de comunicación con transportistas, en la que diariamente de manera automatizada les llegan a su WhatsApp las cargas que tienen para el día siguiente, de manera que la comunicación es más ágil y práctica para ellos. A nosotros nos permite ser más rápidos y eficientes y a ellos tener muy a mano la información para compartirla con los choferes en cualquier momento.

Se ha mejorado la comunicación con trabajadores y colaboradores a través de una nueva zona de usuarios que se ha creado en la página web donde disponen de información importante para los trabajos que llevan a cabo, notificaciones, noticias de la empresa...

Se mantiene el boletín de comunicación interna trimestral que llega a todos los trabajadores, para estar al día tanto en temas de personal, como proyectos, novedades...

Se han mejorado los canales de comunicación con el cliente final, con el cuál son cada vez más los medios para mantener comunicación: teléfono, mail, fax, WhatsApp, diferentes redes sociales y los últimos años se han potenciado las videollamadas y reuniones virtuales.

En este 2024, ha sido actualizada la aplicación de comunicación con transportistas, en la que les siguen llegando un Whatsapp a cada uno de ellos de manera automatizada de las cargas que tienen para el día siguiente, para que dicha comunicación, sea más ágil y práctica.

### **6.- ¿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

#### **6.1. Información adicional**

Cada uno de los departamentos de la empresa dispone de unos medios determinados para dialogar con los grupos de interés:

- Proveedores: a través del departamento de compras. Se realizan encuestas anuales para

garantizar que se cumplen los sistemas de calidad que la empresa considera necesarios y en las que se valora su vinculación con la empresa, así como reuniones periódicas. Se les incluye en mailings para estar al tanto de las novedades de la empresa.

-Clientes directos/cliente final: a través del departamento comercial. Encuestas de satisfacción a todos nuestros clientes, comunicación directa a través de newsletter para clientes, sugerencia de opiniones a través de otros medios como RRSS. Servicio rápido de comunicación a través de whats app.

-Asociaciones/fundaciones/empresas colaboradoras/medios de comunicación: a través del departamento de marketing. Reuniones periódicas para desarrollo de proyectos comunes.

-Empleados: a través de responsables de grupos de trabajo. Mejora de la comunicación interna a través del mailing. Zona de trabajadores en la web para que cada uno de los trabajadores pueda acceder con su cuenta y disponga de información y temas que le afectan de la empresa. Se ha incorporado un boletín o newsletter trimestral con noticias de la empresa.

-Organismos públicos/entidades bancarias: a través del departamento legal y financiero. Reuniones periódicas, comunicación directa.

## 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

Existe documentación y manuales específicos que son entregados y conocidos por todos los trabajadores. Toda la documentación de interés para los trabajadores la tienen disponible en su usuario dentro de la zona privada de la página web de la empresa.

En estos manuales se describe la actividad y visión de la empresa:

- Manual de cumplimiento normativo y ético en el que se incluye código de conducta.
- Normas generales de la empresa para el personal
- Buenas prácticas de manipulación
- Responsabilidades de cada uno de los puestos.
- Plan de Igualdad.

Existe un manual de bienvenida en el que se incluye esta documentación, además de organigrama, política de gestión, política RSC...

### 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

La empresa pone en conocimiento de todos los trabajadores su razón de ser y valores, para que los adquieran como propios a través de comunicación interna. Existe un procedimiento de gestión de la empresa disponible para ser consultado.

Se difunde su cultura entre todos los grupos de interés, para que la relación sea totalmente

transparente.

Manantiales del Piedra S.A.U es una embotelladora con más de 20 años de experiencia con un propósito y visión claro: ofrecer un producto y servicio de calidad que satisfaga las necesidades de sus clientes y grupos de interés, con gran flexibilidad productiva para adaptarse a los cambios del entorno y con un espíritu innovador que le permita mejorar sus procesos productivos, así como seguir generando un efecto positivos en la sociedad cada vez de una manera más sostenible y generando un impacto ambiental menor. La empresa cuenta con un manual de ética empresarial en el que se describe su actividad y visión, así como toda la información necesaria para el desarrollo del trabajo acorde a los valores de la empresa. Es un documento disponible para quien lo quiera consultar, así como accesible para todos los trabajadores en su zona privada dentro de la web de la empresa.

En dicho documento se expone lo que la empresa espera de sus empleados, independientemente de su puesto de trabajo, abarcando temas como las prácticas empresariales justas y honestas bajo el criterio de la compañía; igualdad de oportunidades, entorno laboral respetuoso , seguridad, medioambiente....entre otros.

## **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**

Existe un plan de actuaciones que va adquiriendo nuevos compromisos y evolucionando cada año.

Desde 2015 la empresa trabaja acorde a los principios del Pacto Mundial, basando en ellos su estrategia de trabajo, cultural y operativa. La empresa desarrolla sus objetivos acorde a los 17 ODS de Agenda 2030.

En 2020 la empresa fue galardonada con el premio RSA+ ODS, por la implantación de los ODS que ha llevado a cabo en su estrategia empresarial.

#### **EMPLEADOS**

En este año se han renovado y mejorado las encuestas de formación para verificar que las formaciones realizadas son útiles y prácticas para los trabajadores; así como las encuestas de clima laboral, para ver aquellos puntos en los que la empresa tiene que mejorar. En este segundo caso las encuestas son anónimas para que los trabajadores se puedan expresar con total libertad y tranquilidad.

Se está intentando mejorar y potenciar la carrera profesional de los trabajadores, a través de cursos y formación específica para cada puesto de trabajo.

En este ejercicio se ha mejorado en cuanto a lo referente a seguridad laboral, y condiciones laborales, invirtiendo en nuevos sistemas de seguridad. Existe un plan de prevención de Riesgos Laborables y APCC y EPIS.

La empresa ha mejorado su comportamiento ético de cara a los trabajadores, mejorando la comunicación con los mismos y los representantes legales a través de reuniones. Todas estas reuniones quedan registradas, así como todas las conclusiones, decisiones y medidas a llevar a cabo. Mejora de la transparencia a través de comunicación interna.

Se ha realizado estudio de viabilidad para cada uno de los puestos de trabajo. Todas las modificaciones o cambios son comunicadas en primera instancia tanto al trabajador como a los representantes de los mismos.

Zona de usuario privada para cada trabajador en la que dispondrá de toda la información genérica de la empresa y de su puesto en particular.

## MEDIO AMBIENTE

En este último año se ha realizado cambio logístico en el formato de 8l. y nuevo ecodiseño del envase, resultando más eficiente su producción y transporte.

También hemos rediseñado la etiqueta del formato de 5l., reduciendo en gran proporción su tamaño, permitiendo un ahorro importante en papel.

Se están incorporando nuevos materiales reciclados y utilizando otros que facilitan el reciclaje.

El formato de agua Fontecabras premium eco ha evolucionado de un 50% a un 100% de PET reciclado. Estamos en contacto continuo con proveedores de preformas y tapones para hacer pruebas con nuevos materiales y se está estudiando la posibilidad del tapón solidario.

Se está disminuyendo la cantidad de residuos y mejorando el método de retirada de los mismos.

La empresa se ha incluido en el servicio Industria activa 4.0.

Integración en toda la empresa de medidas para reducir consumos de energía eléctrica. Se analiza anualmente mediante indicadores.

Instalación de placas fotovoltaicas en la planta de Cariñena.

El proyecto de reutilización de embalaje de materias primas se ha ampliado, así como el de reutilización de palets.

En este año se han realizado varios proyectos de recogida selectiva, reciclaje y reutilización, que vinculan a clientes y población en general.

En este 2024, contamos con la instalación de placas fotovoltaicas en la planta de Villanueva de Gállego.

Se ha implantado en todas las plantas, el mecanismo de los tapones solidarios o tapón atado, que a partir de julio fue obligatorio para todos los envases de plástico de menos de 3L de un solo uso. Lo que esto conlleva a reducir el impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente.

## CLIENTES

La empresa mantiene un trato directo y continuo con todos sus clientes, haciéndoles partícipes de todas las campañas, promociones, mejora de servicios...para que los sientan como suyos y crear un feed back positivo por su parte. Atención al cliente continua, seguimiento y evolución de la relación con cada uno de ellos y mejora de la resolución de incidencias, elaboración de informes y respuesta desde el departamento de calidad.

Renovación de normas de calidad alimentaria FSSC 22000, BRC e IFS que garantice a los clientes el cumplimiento de estándares de calidad nacionales y europeos, creando fidelización por parte de los mismos..

## PROVEEDORES

Encuestas de evaluación de proveedores y requisitos exigidos acorde a los normas y

valores establecidos por la empresa. Comunicación directa de necesidades por parte de la empresa y sugerencias de mejora. Dossier de documentación y registro para proveedores tanto para visitar como para trabajar en las instalaciones de la empresa: folleto explicativo de normas de seguridad, normas y responsabilidades para transportistas, normas generales para las visitas, libro de registro de visitas y tarjetas identificativas como VISITANTE.

## ENTORNO

La empresa es consciente de los problemas y necesidades de su entorno, por ello además de ofrecer un producto de calidad, se plantea un compromiso a través del cual apoya aquellos programas, actividades o acciones que le acercan más a las personas y a la sociedad. Programas de apoyo medioambiental, cultural, deportivo no competitivo, integridad, cohesión territorial, fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro...

### **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**

Existen indicadores a través de los que se analizan las acciones desarrolladas. Acorde a los resultados se estudia la posibilidad de mejorarlos si es posible y se plantean nuevas medidas en relación a las necesidades de cada uno de los grupos de interés.

-Indicador NPS & CSAT en la encuesta de satisfacción de clientes obteniendo un resultado muy positivo de un porcentaje del 82% Y 97% respectivamente siendo la mayor parte de nuestros clientes promotores de la empresa, no contando con ningún detractor y obteniendo casi un 100% de clientes satisfechos.

-Plan de Igualdad finalizado.

-Proyecto de economía circular con empresas locales de agricultura ecológica: las gomas elásticas con las que el proveedor manda las etiquetas son guardadas y donadas a empresas de agricultura de la zona. En lo que llevamos de año 2023 se les han entregado 46 kilos de estas gomas que para nosotros eran residuo, dándoles una segunda vida.

-Miembros de fundación Seur y su proyecto "Taponos para una nueva vida", donde enviamos todos aquellos taponos que quedan de merma o que no podemos utilizar. Seur lleva esos taponos a una planta de reciclaje autorizado y el dinero obtenido va para el apoyo médico de enfermedades o tratamientos que no cubre la seguridad social.

-Obtención SEIIO BRONCE - Plan de Excelencia Empresarial

-Se ha incluido un manual de conducta por escrito, que sea incluido en el manual de bienvenida de la empresa y que esté disponible para todo el que lo quiera consultar.

-Pruebas realizadas con taponos solidarios con resultado positivo y preparadas para su puesta en marcha en los próximos meses.

-Se continúan con los estudios de los consumos de las máquinas de la empresa para establecer métodos de ahorro energético. Servicio Activa Industria 4.0.

-Indicadores de control de consumos y energías reactivas.

-Máxima puntuación en el reconocimiento Superior Taste Awards con 3 estrellas de oro, que premia la calidad de alimentos y bebidas.

Para el próximo año trataremos de mejorar:

- Continuar con las acciones del Servicio Activa Industria 4.0. Automatización de maquinaria, más información y más eficiencia.
- Ampliación del uso de materias primas recicladas y aumento del ratio de reutilización de materias primas.
- Cálculo de la huella de carbono y posibilidades de compensación.
- Nueva página web más accesible para consumidores y trabajadores.

Aparte de los indicadores NPS&CSAT, hemos añadido el indicador CES "CUSTOMER EFFORT SCORE" en el que se obtuvo un resultado muy positivo del 100%. Con todas las respuestas satisfactorias por parte de los clientes.

En lo que llevamos de 2024, se les ha entregado a las empresas de agricultura ecológica, un total de 76kg de gomas, que, para nosotros, suponía un residuo y de esta manera, les damos una segunda vida.

Con respecto a las bolsas de tapones que se generan en cada planta, también hemos conseguido darles una segunda vida, proporcionándoselas a las empresas de agricultura ecológica, ya mencionadas anteriormente. El total de bolsas que llevamos hasta ahora es de 2.500 unidades entre los dos manantiales.

Hemos iniciado el cálculo de la huella de carbono.

Puntuación del 88,9% en el reconocimiento Superior Taste Award con 2 estrellas de oro, que premia la calidad de alimentos y bebidas.

Para el próximo año, trataremos de mejorar:

- \* Ampliación del uso de materias primas recicladas y aumento del ratio de reutilizaciones de materias primas.
- \* Nueva página web para que sea más accesible para todos los públicos y trabajadores.

## 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

La satisfacción de los clientes la tratamos desde dos vertientes:

\*CLIENTE DIRECTO: se realizan encuestas periódicamente que permiten conocer su opinión, necesidades o puntos que consideran que la empresa puede mejorar. Desde el departamento comercial y de marketing se prioriza el mantener una atención constante y continua a cada uno de los clientes, teniendo un asesoramiento personal y conociendo en todo momento y de manera transparente cuáles son las necesidades de cada uno de los clientes y lo que la empresa puede hacer para satisfacerlas. (Conocer a los clientes por su nombre, su tipo de empresa, prever sus necesidades...) sistema CRM con todos los datos del cliente y su evolución. Estadística e indicadores mensuales y anuales para poder analizar situación y evolución.

\*CLIENTE FINAL: la empresa ahora vende su producto al cliente final a través de

plataformas de e commerce: Amazon, Aliexpress, Mi Zesta, M'entta...a través de estas plataformas cuenta con estadísticas e indicadores de visita y venta, además de opiniones directas sobre el servicio y producto.

La satisfacción y fidelidad de los clientes finales también la analizamos a través de otros medios como son RRSS, promociones., campañas, concursos...

## **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**

En este año está en proceso la incorporación de nuestra producto en un nuevo marketplace "Miravia" que permita que el cliente pueda obtener nuestra agua cada vez desde un mayor número de canales online.

Ante el interés y necesidad mostrada por nuestros clientes de poder comprar nuestra agua desde cualquier lugar a nivel nacional y recibirla en su domicilio, hemos desarrollado nuevos canales de venta online a través de varios ecommerce. Comenzamos con Amazon donde contamos con un 100% de valoraciones positivas de nuestros productos y donde las ventas se han casi duplicado de un año a otro. Se han ampliado la presencia en otras plataformas de venta online como son Aliexpress, Mi Zesta (a nivel local) y Mentta. Contamos con indicadores de evolución y progresión de ventas.

El índice NPS "Net Promote Score" está incluido en nuestra encuesta de satisfacción, obteniendo un porcentaje del 94% en el pasado año 2021, lo que es un dato muy positivo sobre la satisfacción de nuestros clientes, ya que todos los que han respondido a la encuesta se definirían como promotores de nuestra empresa. Este dato mejorar progresivamente cada año, desde 2018 que lo analizamos. En 2021 realizamos por primera vez el estudio del indicador CSAT "Customer Satisfaction Score" para obtener información de cómo califican los clientes la experiencia general con nuestro producto y empresa, obteniendo un dato muy positivo, ya que el 100% de los que respondieron se mostraron como clientes satisfechos.

Las encuestas las realizamos en octubre, una vez pasada la campaña de verano, para contar con una opción veraz y conocer si ha habido algún problema.

Se identifican las mejoras a través de las reuniones directas con clientes, encuestas o solicitud de opinión mediante llamadas telefónicas. De la misma manera se obtienen indicadores de resultados y se analiza el comportamiento del cliente .Además se realizan estudios de mercado y competencia.

-En este 2024, hemos incorporado un nuevo Marketplace, como es Miravia, en el que permite obtener al cliente final nuestra agua desde el canal online.

-También, estamos trabajando en la incorporación de venta por la plataforma de Alibaba, para ampliar nuestras ventas de manera nacional e internacional.

-El índice NPS "NET PROMOTE SCORE" el año pasado, obtuvo un porcentaje del 75% en el que la mayoría de los que respondieron a esta encuesta fueron promotores.

## **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**

La empresa realiza estudios de mercado por su cuenta y a través de empresas especializadas, para poder analizar las tendencias del mercado.

-De la misma manera intenta ser pionera en el sector en cuanto a la reducción de uso de recursos, pruebas con nuevos materiales...estando en continuo contacto con proveedores y asesores.

-Cambio logístico y de envase del formato de 8l. dándole un diseño más sostenible y eficiente en cuanto a transporte.

-Rediseño etiqueta de 5l. a un tamaño menor, permitiendo un ahorro importante de papel.

-Nueva aplicación de comunicación con transportistas mediante whats app, más rápida, cómoda y eficaz.

-Proyectos de economía circular con empresas locas de reutilización de gomas elásticas.

-segunda vida de los tapones que no utilizamos a través de fundación Seur.

-Mejora del envase premium eco, fabricado en la actualidad con PET 100% reciclado de otras botellas, resultando nuestro envase más sostenible y reduciendo el impacto ambiental.

-Nuevos canales de venta online que facilitan al cliente comprar nuestro producto en cualquier momento y que llegue a su domicilio.

-Inclusión en Servicio Activa Industria 4.0.

-Proyecto innovador de merchandising, realizando con botellas de agua post consumo.

-Acciones de plogging en espacios naturales

-Se ha creado una línea de jabones artesanos fabricados con agua del manantial junto a una empresa local, desarrollando un producto artesano, de km.0 y con envoltura de PLA biodegradable. Uso innovador de nuestra materia prima esencial, el agua mineral natural.

-Hemos desarrollado junto a otras 6 empresas aragonesas una Agrupación de Interés Económico para promocionar y vender en plataformas online nuestros productos, bajo el nombre Aragón Sabor, en las que en este 2024, se han incorporado 5 miembros más.

-Instauración de una Zorpack en la línea de 1,5L del Manantial Fontecabras.

-Instauración de un nuevo paletizador y enfardadora en la línea de 8L.

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

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

Se evalúa la eficiencia de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y se informa al cliente de los impactos sociales y/o ambientales.

#### **14.1. Información adicional**

Nuestro proceso productivo y de gestión empresarial tiene en cuenta los aspectos medioambientales y sociales, tratando de mejorarlos cada año.

Cada cambio que se realiza en el sistema productivo es analizado antes de llevarlo a cabo, valorando los impactos que posteriormente va a tener en todos los ámbitos y buscando continuamente la mejora, tanto ambiental, como social, de cara a trabajadores,

consumidores y población en general.

#### **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**

Se realiza un seguimiento del consumo del producto ofreciendo servicio post venta y resolución de posibles incidencias a través del estudio de trazabilidad del mismo.

En caso de incidencia se realiza un informe detallado al cliente desde nuestro departamento de calidad y se le sustituye la mercancía defectuosa.

La mercancía es retirada y analizada por el departamento de calidad y producción, buscando posibles defectos para tratar que no se vuelvan a repetir.

### **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 clientes conocen la gama de productos con la que cuenta la empresa. Tienen acceso a toda la información relacionada con los productos, su origen, proceso productivo, composición...y los diferentes tipos de servicios que la empresa puede ofrecer (personalización).

Se dispone de fichas técnicas y fichas logísticas de cada uno de los productos.

Si el cliente lo requiere disponemos de toda la información sobre las materias primas que utilizamos para la fabricación de nuestros productos, por lo que está disponible también para nuestros clientes, así como todas las certificaciones de calidad y origen de materias primas.

## **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

##### **17.1. Información adicional**

Se realizan reuniones periódicas en las diferentes sedes de la empresa.

En este año se han mejorado las encuestas de formación, para saber la utilidad real de las formaciones realizadas, así como para conocer las inquietudes y formaciones que los trabajadores pueden requerir.

De la misma manera hemos ampliado la encuesta de clima laboral de manera que con las respuestas anónimas de los trabajadores hemos podido elaborar un termómetro de valoraciones en los que conseguimos ver de manera clara, los puntos fuertes de la empresa y aquellos que es necesario mejorar.

Hemos realizado mejoras en los puestos de trabajo de soplado, mejorando la climatización y refrigeración de los mismos, para que los trabajadores puedan trabajar en condiciones más óptimas en los picos de calor.

Se ha realizado de nuevo el test DISC a través de una empresa externa especializada en RRHH y psicología, llevando a cabo encuestas de clima laboral y trabajo en equipo.. De esta manera se ha definido el perfil de los trabajadores y su comportamiento dentro de la organización, analizado las características de cada uno y obteniendo resultados que han permitido mejorar las relaciones interpersonales y el desarrollo del trabajo diario. Este test permitió conocer las capacidades de los trabajadores y mejorar el trabajo en equipo.

## **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)?**

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.

#### **18.1. Información adicional.**

Se han analizado los diferentes perfiles de la empresa, obteniendo los siguientes indicadores que reflejan la diversidad e igualdad que hay en la empresa:

IGUALDAD:

- 57% HOMBRES
- 43% MUJERES

Un 36% del total de nuestra plantilla han aumentado la familia estando en la empresa:

- 60% BAJAS PATERNALES
- 40 % de BAJAS MATERNALES

En cuanto a los puestos de responsabilidad de la empresa:

- 67% MUJERES
- 33% HOMBRES

INCLUSIÓN POR EDADES:

- 40% DE 31 A 40 AÑOS
- 31% DE 41 A 50 AÑOS
- 19% MÁS DE 51 AÑOS
- 10% HASTA 30 AÑOS

En Manantiales del Piedra tenemos una edad media de 40,8 años y una antigüedad media en la empresa de 10 años.

MULTICULTURALIDAD:

Plantilla de 42 trabajadores de los cuales un 30% no son españoles, siendo de 5 nacionalidades diferentes.

La empresa fomenta el empleo en zonas de difícil acceso, generando puestos de trabajo para personas autóctonas de las localidades o municipios colindantes a sus tres sedes. De la misma manera, favorece el empleo de mujeres en sus plantas, ya que apoya la incorporación de la mujer en el mundo laboral en las zonas rurales, donde en ocasiones resulta más complicado, debido a que la mayor parte de trabajos están relacionados con el mundo agrario e industrial.

La empresa cuenta con diferentes nacionalidades por lo que no existe ningún tipo de discriminación racial o cultural.

Este año la empresa ha comenzado a implementar el Plan de Igualdad acorde al RD 6/2019.

## **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?**

Existen iniciativas formales para facilitar la conciliación de todas las personas empleadas y actuaciones de sensibilización para promocionar la corresponsabilidad en los cuidados y labores domésticas.

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

Muchos de los puestos de la empresa cuentan con horario continuo, flexibilidad y adecuación del mismo acorde a necesidades específicas del trabajador.

En las instalaciones que los horarios son por turnos, flexibilidad para cambios de turno.

## **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.**

Mejora de la encuesta de formación, para conocer la utilidad de las mismas y las necesidades e inquietudes de los trabajadores en este ámbito.

Cursos de formación y talleres específicos para los trabajadores de la empresa, acorde a las necesidades de los mismos y del trabajo que desarrollan en sus puestos.

En ocasiones son propuestos por la empresa, pero el trabajador si tiene cualquier necesidad que pueda mejorar sus aptitudes y formación para desarrollar su trabajo puede solicitarlo a la dirección de la empresa.

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

#### **21.1. Información adicional.**

Además de realizar formaciones generales acorde a los diferentes puestos de trabajo de la empresa, también se realizan otras de manera individualizada, pensando en aquellos campos que pueden resultar más interesantes para cada persona, que potencien su carrera profesional y sus inquietudes.

## Seguridad y Salud

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

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, se hace seguimiento periódico de los casos de enfermedad laboral y de accidentes de trabajo a través de un registro de los mismos segregado por sexos, por categorías profesionales y por puestos de trabajo, con la finalidad de introducir nuevas medidas para reducir la siniestralidad y optimizar la salud laboral.

#### 22.1. Información adicional.

Además de la evaluación y prevención de riesgos laborales, la empresa cuenta con un registro dividido por sexo, puesto de trabajo, planta de trabajo...de manera que se pueda analizar y sacar datos que permitan establecer mejoras o hacer seguimiento de cada caso.

## 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.

A la hora de seleccionar los proveedores se tienen en cuenta una serie de criterios de evaluación de los mismos:

- \*Estudio de si tienen implantado un sistema de calidad de sus productos y servicios. Certificaciones.
- \*Estudio de las certificaciones ambientales de los proveedores.
- \*Estudio de cumplimiento de nuevos reglamentos que les afecten acorde a su naturaleza.
- \*Búsqueda de proveedores de cercanía, km 0 o si no es posible de ámbito nacional.
- \*Estudio de si cuentan con Política de Responsabilidad Social e implementación de los ODS.
- \*Búsqueda de proveedores entre clientes de la empresa, para establecer colaboraciones y sinergias.

### 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 valoran el desarrollo de la

responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

Son clasificados acorde a su naturaleza y los criterios nombrados en el punto anterior:

\*Sistema implanta de calidad de sus productos y servicios. Certificaciones.

\*Certificaciones ambientales.

\*Proveedores km 0 o si no es posible de ámbito nacional.

\*Política de Responsabilidad Social e implementación de los ODS.

\*Proveedores-clientes

## **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.**

SELLO DE BRONCE- Plan Excelencia Empresarial  
Premio RSA+ ODS 2020.

Firmantes de los 10 principios del Pacto Mundial de las naciones Unidas y en continuo desarrollo de los 17 ODS de la Agenda 2030.

Desde hace varios años la empresa colabora de manera activa con diferentes proyectos a través de un compromiso que ha adquirido con su entorno de apoyo al desarrollo de actividades sociales y culturales:

-Empoderamiento femenino e igualdad: este año nos hemos incorporado como colaboradores en unas acciones deportivas-sociales que se están desarrollando en Zaragoza y Aragón, bajo la insignia "Se defenderme sola". Se trata de jornadas para mujeres de autoprotección y defensa en las que aprenden unas nociones de defensa personal que son útiles en su vida cotidiana y les aportan seguridad y confianza. Agua oficial del Club de fútbol femenino César Augusta...

-Acciones culturales: relacionadas con el apoyo a jóvenes artistas y creadores - Como novedad este año hemos colaborado con un formato de agua premium para la I Edición del Aragón Fashion Week. Desarrollo premio de poesía Miguel Labordeta en colaboración con el departamento de cultura de Gobierno de Aragón, ZaraSwing (festival de swing de Zaragoza), Espacio en Blanco (Universidad San Jorge).

-Asociaciones, fundaciones y entidades sin ánimo de lucro - Campaña "Por un nuevo cole " junto a Atades utilizando las etiquetas de nuestra agua como soporte de comunicación. Búsqueda de colaboración y concienciación con esta fundación. INGOA, OZANAM, CAI deporte adaptado.

-Acciones de educación deportiva no competitiva: continuamos apoyando a la Federación Aragonesa de Baloncesto, Federación Aragonesa de Montañismo, El Olivar, Club Levitec -

Peñas Huesca, Club de Fútbol Valdespartera, Club

-Cohesión territorial y desarrollo turístico - COAPA andadas populares de Aragón, colaboración con comarcas, fiestas populares

-Campañas de sensibilización: entregas de tapones para investigación de enfermedades raras, campaña en octubre junto a la asociación AMAC GEMA en apoyo a pacientes de cáncer de pecho o genital.

-Acciones de plogging, realizando recogida de residuos en los entornos naturales de nuestras instalaciones.

-Proyectos de diseño creativo y de reutilizando nuestros envases, dándoles una segunda vida.

## **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.**

Se planifica que los proyectos sociales vayan de la mano con la estrategia de negocio e la empresa, teniendo en cuenta las temporadas para que las acciones tengan la mayor proyección posible entre los clientes y la sociedad en general.

## **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**

Todos los proyectos o actividades sociales que desarrolla la empresa son dados a conocer a todos los grupos de interés de la misma. Es importante que conozcan la actuaciones que la empresa realiza en materia social, ya que les hace conocerla mejor y suscita su interés y colaboración. No existe un método formal de comunicación, depende del caso (mail, newsletter, RRSS, invitación...). La presentación comercial de la empresa cuenta con un apartado de RSC al igual que la página web.

En la newsletter trimestral de comunicación interna se incluye información de RSC y ODS para que todos los trabajadores conozcan las acciones que la empresa lleva a cabo y se sientan partícipes de ellas.

## **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

La empresa comunica sus actuaciones mediante notas de prensa o radio. Se comunica de manera continua las actuaciones en materia social a través de las RRSS de la empresa, newsletter interna y externa.

## 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.

La empresa cuenta con una política medioambiental y está comprometida a desarrollar sus actividades con el debido respeto por la protección del medio ambiente, la salud de los trabajadores y de la población en general.

-Obtención certificado ambiental : ISO 14000

-Ecodiseño formato de 8l y cambio a una logística más eficiente.

-Rediseño etiqueta 5l., ahorro de papel.

-Proyecto de economía circular con empresas de agricultura ecológica local y de mudanzas. Reutilización de gomas elásticas y cajas de cartón dándoles una segunda vida.

-Reciclaje de tapones a través de Fundación Seur y proyecto "Tapones para una nueva vida".

- Controles de eficiencia de las placas fotovoltaicas, estudiando las energías reactivas y tratando que aporten el mayor ahorro de energía posible.

-Incorporación en el Servicio Activa Industria 4.0. a través de la empresa Inycom, mediante el cual nos están realizando estudios de la empresa para instaurar medidas de eficiencia productiva, intercomunicación entre plantas, automatización y digitalización de maquinaria, obtención de mayor información productiva...

-Concurso de diseño creativo "Dale una segunda Vida a tu Fontecabras", para dar visibilidad de una manera tangible, todas las posibilidades que ofrece el material 100% reciclable de nuestras botellas una vez consumidas. fomento de la reutilización y el reciclaje.

-Eliminación de tintas en las bandejas de cartón. Eco embalaje 100% reciclado /100% reciclable.

-Papel y cartón con sello FSC, que certificado el cuidado de los bosques de manera sostenible.

-Sustitución de etiquetas plásticas, por etiquetas de papel FSC.

-Utilización de film 50% reciclado en packs de agua.

-Proyecto Libera 1m2 Ríos Embalases y Pantanos en colaboración con Ecoembes y Seo Birdlife, realizando acciones de plogging en el entorno natural de nuestras instalaciones. Recogida selectiva en Ribera río Mesa (Jaraba), 30 kilos de basura recogida & ribera río Ebro (Zaragoza) 170 kg de basura, de los cuales 35 kg. fueron de plástico.

-Merchandising para clientes fabricado con nuestras botellas una vez consumidas "una

botella, un estuche",., bolígrafos PET reciclado.

-Reacondicionamiento de palets, dándoles nuevos usos.

- Mejora del sistema específico de control de recogida, almacenamiento y expedición de los residuos, control de aguas residuales, control de emisiones atmosféricas y control de ruidos.

-La empresa está comprometida con la conservación de los LIC ?Lugares de Importancia Comunitaria?, Red Natura y ZEPA "Zona de Especial Protección para Aves" ya que la zona donde está ubicada una de nuestras sedes cuenta con estos reconocimientos.

- Mejora de los controles de eficiencia de las placas fotovoltaicas junto a Efinetika (Inycom).

-Como medida para minimizar el impacto ambiental, la empresa ha reducido en los últimos años el gramaje de PET de sus botellas, sin que estas pierdan su calidad.

-Mejora del envase premium, pasando de tener 50% de PET reciclado a tener el 100% de PET reciclado.

- Apadrinamiento pingüino - Campaña Antártica Ejército de Tierra, colaboración ATADES.

- Certificado de sostenibilidad y compensación de emisiones CO2 uso de palets IPP.

-Candidatura ?Dale una segunda vida a tu Fontecabras? en 101 acciones por el Clima.

-En este 2024, el Proyecto Libera 1m2 Rios y Embalses en colaboración con Ecoembes y Seo BirdLife realizando acciones de recogida de basura, en el que este año, hemos recogido de las Riberas del Ebro un total de 400kg de basura, de los cuales, 61kg fueron plásticos.

-Instalación de placas fotovoltaicas en la planta de Villanueva de Gallego.

-Se han implantado en todas las plantas, el mecanismo de los tapones solidarios o tapón atado, que a partir de julio fue obligatorio para los envases de plástico de menos de 3L de un solo uso. Lo que esto conlleva a reducir el impacto de determinados productos de plástico en el medio ambiente.

## 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.

Estamos trabajando junto a nuestros proveedores de materias primas en la investigación de nuevos materiales más ecológicos y que disminuyan todo tipo de impactos en el medio ambiente. Materiales plásticos reciclados.

La empresa forma parte de la comunidad #PorElClima, desde donde se llevan acciones para mejorar el cambio climático.

Hemos reducido consumos de energía y emisiones gracias a las medidas llevadas a cabo.

Fomento de la economía circular mediante la reutilización de materiales de embalaje.

Campañas de recogida selectiva de residuos.

## Economía circular

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

### **31.1. Información adicional**

La empresa cuenta con proyectos de reutilización y reciclado de residuos, dándoles una segunda vida.

\*Taponos: todos aquellos taponos que quedan como merma en nuestra producción, aquellos que se nos caen al suelo, los que se quitan de los envases de 20l...son retirados y donados a la Fundación Seur y su proyecto Taponos Para una Nueva Vida. Esta iniciativa ayuda en la financiación de tratamientos médicos y ortopédicos para niños que no cubre la Seguridad Social. Seur los lleva a una planta de reciclaje autorizado y los ingresos que consiguen son para la causa indicada. En lo que llevamos de 2024 hemos superado los 130 kilos de taponos donados y reciclados.

\*Segunda vida del cartón: tenemos un acuerdo de colaboración con varias empresas de mudanzas y todas las cajas en las que llegan nuestras materias primas: taponos, asas, etiquetas, preformas...son guardadas y entregadas a estas empresas, de manera que les dan una segunda vida, evitando la compra de cajas nuevas por su parte. Desde 2021 hemos dado una segunda vida a casi 15.000 cajas que eran residuo. En este 2024, las unidades de cartón generadas han sido de unas 7.000 unidades.

\*Gomas elásticas: todas las etiquetas que utilizamos en nuestras botellas, son enviadas por el proveedor en tacos que van separados con gomas elásticas. Mensualmente son muchísimos kilos de gomas los que se nos quedan como residuo. Hemos establecido un acuerdo de economía circular con varias empresas de agricultura ecológica y les donamos todas estas gomas para los manojos que realizan con sus verduras, de manera que también se les da una segunda vida. En lo que llevamos del año 2023 hemos dado una segunda vida a más de 46 kg. de gomas. En lo que llevamos de 2024, hemos conseguido darle una segunda vida a más de 76kg de gomas.

\*Bolsas de plástico: En lo que llevamos de 2024, llevamos un total de 2.500 unidades generadas entre los dos manantiales.

\*Realizamos reutilización de palets, madera...y de todo aquello que está en nuestra mano de manera que podamos disminuir al máximo el uso de materias primas y el impacto ambiental.

Somos conscientes del espacio natural protegido en el que está ubicada nuestra planta y el valor que tiene, por ello participamos de manera activa en su cuidado realizando incluso actividades de recogida de residuos selectiva por la zona del río Mesa y también el Ebro en Zaragoza.

### **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**

Toda la política ambiental de la empresa está recogida en la certificación ISO 14000. La política ambiental de la empresa está incluida en el manual de acogida, para que todos los empleados estén informados sobre la misma. Todos los grupos de interés están informados de las medidas que la empresa está llevando a cabo para la reducción del consumo de recursos, y son en muchas ocasiones proveedores y colaboradores los que nos mantienen informados de nuevas mejoras que podemos realizar para que el impacto ambiental de nuestro trabajo sea cada vez menor.

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

8

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

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

Estamos trabajando en los 17 ODS de los incluidos en la Agenda 2030 de Naciones Unidas y evolucionando en gran medida tanto a nivel medioambiental, como social.

Actuaciones de RSC desarrolladas en mayor o menor medida en prácticamente todos los campos. La parte en la que más se ha trabajado este último año es la medioambiental, manteniendo mucha importancia la enfocada al grupo de interés de los clientes y la sociedad. Se desarrollan políticas desde hace varios años, que acercan la empresa a su entorno y a los problemas reales de la sociedad.

Futuras posibilidades que ofrece el formar parte del Servicio Activa Industria 4.0.

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

- Ampliar en lo posible el desarrollo de alguno de los ODS que en estos momentos la empresa no ha podido llevar a cabo.
- Continuar con el cambio a packagins más sostenibles y que generen menor impacto ambiental
- Estudio de la huella de carbono y posibilidades de compensación.
- Llevar a cabo acciones de mejora ambiental en las localidades donde están ubicadas nuestras plantas.
- Disminuir residuos de embalaje y darles una segunda vida.

## **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 2. Hambre cero.
- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.