Calle Valenzuela, 9
50071 Zaragoza
Telf.: 976 702 100
info@iaf.es

RSA - PYMES

Empresa evaluada

ARILO FRUITS SL
CIF:B22274237
c/ Joaquin Blume 7 2º
22520 - Fraga
Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Arilo Fruits sl

02 - Dirección - CP - Población

Dirección social en C/Joaquin Blume 7, Fraga (Huesca) CP 22520

03 - Sector. Actividad

Arilo Fruits sl es una empresa dedicada a la elaboración de zumo de granada natural. Sector agroalimentario.

04 - Año comienzo actividad.

Arilo Fruits sl comenzó su actividad en 2019.

05 - Número de personas empleadas

En la actualidad sólo trabajan en la empresa los dos socios como autónomos; Oriol y Laura Romero, aunque en la época de elaboración de zumo contamos con personal que contratamos puntualmente, En su contratación se valora que sean personas en situación desfavorable.

06 - Persona contacto

Contacto: Laura Romeo Badia
tel 616822361

07 - E-mail contacto

correo electrónico: arilofruits@gmail.com

08.- Página web

www.arilofruits.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)

Se realiza un análisis formal periódico, que permite tener en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la organización y, cuando es necesario se ponen en marcha planes a medio / largo plazo.

1.1 Información adicional

En Arilo Fruits somos conscientes de que formamos parte de la sociedad y como tal queremos formar parte de ella y colaborar en que sea un mundo mejor.

Arilo Fruits se creo para evitar el desperdicio alimentario de granadas que por motivos estéticos no eran aptos para la venta en fresco. En la creación de nuestra empresa se tuvieron en cuenta factores medioambientales, pues somos una empresa Km 0 y en la elección de la maquinaria se tuvo en cuenta la que fuese de consumo más sostenible, priorizando maquinaria de bajo consumo.

En cuanto al factor económico social, creemos que nuestra empresa puede colaborar a enriquecer la zona rural, así como ofrecer a la larga puestos de trabajo de calidad en los que se tendrá en cuenta la igualdad de condiciones y la conciliaciónde la vida personal y profesional.

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

Si

2.1. Información adicional

El mundo es un lugar global en el que cada acción cuenta y es nuestra obligación la de comenzar acciones que repercutan en nuestro alrededor, mejorando la situación en la medida de lo posible.

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

En Arilo Fruits procuramos ocuparnos de cuestiones sociales, involucrándonos en acciones que se llevan a cabo en el territorio. Colaboramos en actuaciones que se realizan en nuestra zona, así como con asociaciones con interés para la población. El año pasado donamos una parte del dinero de la compras a una asociación de endometriosis, una enfermedad poco conocida que afecta a un gran número de mujeres, afectando su vida.

En Arilo procuramos atender a cuestiones medioambientales desde la raiz de la empresa; evitamos la utilización del plástico, utilizamos los mínimos productos químicos, el obrador es lo más sostenible posible...

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 se destina a los proyectos sociales y medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

4.1. Información adicional

No hay un presupuesto concreto que se indique anualmente, sino que se va desarrollando de forma mensual según las actividades que se proponen o las necesidades que se observan. Sea porque una asociación nos solicita nuestra colaboración o porque observamos que nuestra colaboración puede ser de interés en algún sentido. Del mismo modo, se valora cada mes según los días que se celebran; contra el cáncer, por la endometriosis... Del mismo modo, se involucra a nuestros clientes y seguidores en cuentas de redes sociales cuáles son las acciones que consideran más relevantes.

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

En este año Arilo fruits ha dado mayor énfasis en la comunicación con grupos de interés, tanto en colaboradores externos como otras empresas del sector en línea con nuestros valores, otras asociaciones agroalimentarias de Aragón y organismos como "pon aragón en tu mesa" que resultan de gran interés para el conocimiento del sector, así como AREX con los que procuraremos enfatizar en nuestra capacidad para exportar nuestros zumos de granada.

Para comunicarnos con nuestros clientes y proveedores utilizamos las redes sociales, así como nuestra página web y respondemos a los medios de comunicación que se interesan en nuestro proyecto. Del mismo modo, acudimos a mercados en los que podemos interactuar directamente con nuestros clientes, obteniendo información de sus gustos e intereses.

Somos conscientes de que nos dirigimos a varios clientes ideales muy diferentes entre sí y por lo tanto es preciso utilizar diferentes modos para llegar a ellos.

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

Como se ha indicado, dada la variedad de características de nuestros clientes o grupos de interés, compaginamos varias metodologias para conocer sus intereses, su valoración del producto, cómo nos han conocido y por qué motivo les interesa nuestros productos.

Entablamos conversaciones cuando realizan pedidos por teléfono o por la web, así como nos comunicamos mediante redes sociales y encuestas.

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

Los dos trabajadores fijos de la empresa somos los dos responsables de la empresa, por lo que no es preciso mucha normativa por el momento. En cuanto al personal que se contrata en periodos de elaboración del zumo, se hacen formaciones sobre cómo proceder y hay unas pautas escritas de los pasos a seguir en las tareas que se desempeñan, así como conocen el contacto al que deben acudir en caso de duda.

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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Los empleados conocen el motivo por el que se creó Arilo Fruits y cuál es la misión, visión y valores que se siguen. Al tratarse de una empresa pequeña no se precisa una gran comunicación para ello. Cuando una persona comienza a trabajar con nosotros le damos a conocer nuestra finalidad y lo que se espera expresar con nuestros productos.

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 2020 preparamos un plan de responsabilidad social del que partimos y después hemos ido llevando a cabo modificaciones, según se ha considerado que era preciso dado que la evolución del proyecto lo ha requerido.

10.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social o acciones concretas, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento?

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

10.1. Información adicional

Como se nos preparó un plan de RSE cuando estábamos iniciando nuestra andadura, vimos que cumplíamos varios objetivos

- hambre 0: ya que promovemos que el desperdicio de frutas que suelen ser desechadas por motivos estéticos no sean desperdiciados.

- Salud y bienestar: nuestros zumos de granada permiten que podamos disfrutar de los beneficios de la granada todo el año. Este es el punto en el que destacamos, ya que la granada posee beneficios que mejoran la vida de las personas que lo consumen. De hecho, estamos trabajando con personas con problemas de salud o de la tercera edad, mejorando su calidad de vida.

- trabajo decente y crecimiento económico. Como nos encontramos en un ambiente rural, se ha priorizado trabajar con especialistas de la zona en cuanto a página web, construcción del obrador, fotógrafa para realizar las fotos para la imagen corporativa...
La empresa es un modo de que personas nos asentemos en el territorio y se ofrece una flexibilidad horaria que permite a los trabajadores adaptar su vida familiar y laboral. En cuanto a los puestos de trabajo temporales, se prioriza la contratación de personal en situación de vulnerabilidad.

- Acción por el clima:
* el producto es de km 0 ya que todo el proceso se lleva a cabo en Fraga desde la recolección de la fruta hasta la elaboración del zumo.
* evitamos el uso de plásticos; las botellas son de cristal. Nos gustaría aplicar un método para poder reutilizar las botellas de cristal pero todavía no hemos encontrado un método viable para ello.
* saneamiento del agua: en el obrador tenemos una depuradora del agua

- Producción y consumo responsable. A partir de la elaboración del zumo de granada hemos evitado que la finca de granados fuese arrancada, ya que la merma de las granadas no las hacía rentables. Del mismo modo, esperamos lograr el modo de aprovechar el resto de la granada que se obtiene tras el proceso de elaboración del zumo, el cual actualmente sirve como abono de los campos pero sabemos que tiene usos estéticos entre otros.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

11.1. Información adicional

Procuramos tener una relación cercana con nuestros clientes. Intentamos conocer qué

opinan de nuestros productos, de sus preferencias, les consultamos cómo nos han conocido y procuramos que nos ofrezcan sus opiniones para mejorar. Atendemos las solicitudes de nuestros clientes en cuanto a los productos que quieren que desarrollemos o las mejoras que les gustaría que llevásemos a cabo.

En cuanto a si hay algún problema o desperefecto en los zumos hablamos de forma directa con los clientes o bien por vía telefónica o electrónica y solventamos a la mayor brevedad los problemas que puedan surgir. Nuestro mayor problema actualmente es las botellas que mandamos por paquetería y que no llegan en el estado óptimo, las cuales son repuestas en 24 horas sin cargo para nuestros clientes.

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

Valoramos la satisfacción de nuestros clientes de varios modos, mediante encuentas, por comunicación oral de un modo más informal, ya que al ser una empresa pequeña tenemos una comunicación cercana.

Hemos realizado encuestas a nuestros clientes para conocer la valoración de nuestros zumos, así como sobre el servicio (normalmente el zumo se envía con paquetería). En caso de algún problema, los clientes se comunican con nosotros mediante redes sociales, mail, teléfono o en reuniones presenciales.

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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

13.1. Información adicional

Buscamos maneras de adaptar nuestros productos a las necesidades de los clientes, aunque todavía no hemos observado una mejora que implique una diferencia significativa y sea factible. Actualmente se nos ha propuesto lanzar un nuevo producto que estamos valorando, aunque implicaría la adquisición de nueva maquinaria y otros funcionamientos. No obstante, estamos abiertos a las propuestas de nuestros clientes, ya que a ellos nos debemos.

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

Procuramos que la calidad del producto y de los servicios sea lo mejor posible, ya que de ello depende el éxito de nuestro proyecto. La calidad del producto como tal no ha cambiado desde nuestros inicios, ya que solamente producimos dos variedades de zumo de granada natural.

En cuanto a los servicios hemos ido adaptando el método de envío, la compañía, la atención al cliente según las necesidades observadas, siempre buscando la mejora.

15.- ¿Cuáles son las características del servicio post venta de su organización?

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Tenemos un contacto próximo con nuestros clientes: los llamamos para conocer cómo van las ventas, así como les solicitamos que nos ofrezcan su opinión sobre el producto. En caso de problema, nos ocupamos de solucionarlo en el menor periodo de tiempo posible, así como de compensar a los clientes para que se sientan conformes con nuestro producto.

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

Actualmente hemos modificado la información de las etiquetas de las botellas de zumo, así como se han revisado los contenidos de la página web por sugerencia de una inspección de calidad, en la que se nos indicó que se debe seguir unas pautas marcadas por la unión europea.

Toda la información sobre nuestros productos y servicios está disponible en nuestra web y en nuestra etiqueta. Seguimos un principio de transparencia total. De cualquier modo nuestros zumos de granada se componen exclusivamente de granada prensada y pasteurizada, por lo que la información es trasparente y evidente. En todo caso se ha ampliado la información sobre minerales y vitaminas que contienen los zumos, así como los valores nutricionales en la página web.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

17.- ¿Existen mecanismos para evaluar la satisfacción de sus personas empleadas?

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

17.1. Información adicional

Dado que somos una empresa pequeña, mantenemos una relación próxima con los empleados a los que contratamos en el periodo puntual en la campaña de elaboración del

zumo, que dura unos dos meses según campaña. Hasta el momento, los trabajadores han repetido año tras año, indicando su satisfacción con el empleo. En caso de que hubiese algún problema, cuentan con confianza para comunicarlo pero se ha habilitado un modo para comunicarse de forma formal, aunque dado que solo tendremos dos empleados por campaña no resulta de mucha "discreción".

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)?

No se han desarrollando actividades en esta materia

18.1. Información adicional.

En la contratación de personal se tiene en cuenta la buena disposición de la persona hacia el empleo, en las ofertas enviadas al inaem no se solicita ni sexo concreto, ni nacionalidad ni formación concreta, por lo que hay igualdad de condiciones para todos. Se prioriza la contratación de personas en situación de vulnabilidad, ya que son absolutamente aptas para desarrollar las tareas que llevamos a cabo.

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 el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

Arilo Fruits sl es una empresa familiar, en la que los socios y trabajores son hermanos. En este sentido, Se tienen muy en cuenta las necesidades familiares/laborales de cada uno a la hora de establecer labores o repartir tareas. Somos conscientes de lo complicado que resulta hoy en día la conciliación familiar, por ello nos comprometemos a facilitar que nuestros empleados puedan conciliarlas.

El año pasado, la persona contratada tenía una problemática concreta y adaptábamos los horarios de trabajo según sus necesidades.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

En la actualidad, en la empresa trabajamos los socios de la empresa, los cuales

procuramos formarnos en varias vías con tal de mantenernos actualizados en el mercado, pudiendo ofrecer lo mejor de nosotros a este proyecto. En este sentido, es fundamental la organización de cursos online que permiten que nos formemos en varios aspectos claves desde la comodidad de nuestro hogar. Concretamente, realizamos numerosos cursos organizados por IAF, así como estamos inscritos en varias formaciones digitales.

. Los trabajores puntuales estarán formados en los conocimientos básicos para la labor a llevar a cabo: la manipulación de alimentos, así como en la prevención de riesgos. Por el momento, no se considera necesario realizar otras formaciones concretas.

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

Con la incorporación de cada persona trabajadora se realiza formación básica relacionada con el desempeño del puesto de trabajo y la actividad de la organización

21.1. Información adicional.

Como se ha indicado, se forma a los trabajadores en las labores que deben desempeñar, ofreciendo facilidades para que lleven a cabo las formaciones que se consideren precisas. Dadas las características de nuestra pequeña empresa, por el momento no se considera preciso nada más.

Seguridad y Salud

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

22.1. Información adicional.

Se tiene en cuenta la salud y la seguridad de los empleados de la empresa, tanto en los dos fijos (gerentes) como en los puntuales. Se llevan a cabo las revisiones pertinentes y se garantiza que su trabajo sea absolutamente seguro.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

23.1. Información adicional.

Nuestro principal proveedor es Agrocistus, empresa de nuestros padres a la que compramos las granadas en fresco que por características estéticas no pueden ser vendidas en fresco. Oriol Romero, socio de Arilo Fruits, es el ingeniero agrónomo que se encarga de la supervisión de la finca, así como de la elaboración del zumo en el obrador, de modo que podemos garantizar la calidad de nuestra materia prima. Controlamos todo el proceso de producción, desde que la granada es una flor en el árbol hasta la consecución

de zumo.

Dado el crecimiento de la empresa y las demadas de zumo, estamos valorando la compra de materia prima a otros agricultores de la zona. Para ello se valora que el producto mantenga la calidad que siempre hemos utilizado y que sean cultivos de proximidad, ya que nos caracterizamos por elaborar zumo de granada de km 0.

Las compras de otros materiales; botellas de cristal, cajas de cartón, o materiales varios se realizan a empresas próximas, trabajando siempre con empresas del territorio.

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.

Como se ha indicado, solamente tenemos un proveedor para la materia prima que es Agrocistus, empresa que tiene la global gap y cumple todos los requisitos pertinentes en el cultivo de frutas. Podemos decir que tenemos las mejores garantías.

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.

Durante 2022 hemos colaborado en varias acciones para dar a conocer nuestro proyecto, colaborando con proyectos afines a los nuestros por su filosofía. Por otro lado, nos hemos hecho eco de las rsa y los ods 2030 en varias mesas redondas en las que se nos ha invitado a participar.

Mediante las redes sociales procuramos dar a conocer no solamente información sobre nuestra filosofía de empresa, sino sobre otras cuestiones que consideramos de interés; acciones, información, asociaciones que pueden ser de interés...

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Los proyectos sociales con los que colaboramos suelen estar en línea con intereses para la salud, aspecto en el que Arilo Fruits cree que puede ser de mayor interés; asociaciones contra el cáncer, asociación por la endometriosis,

Del mismo modo, colaboramos con asociones que colaboran con nuestra población o comarca; carreras por la salud, eventos deportivos, revistas de la zona..

En 2023 desarrollamos una acción en la que se regaló zumo de granada a personas con problemas de infección urinaria para que mediante su experiencia comprobasen si les ayudaba a mejorar. Tras esta actividad realizamos encuestas a los participantes que mostraron su satisfacción con la iniciativa.

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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

27.1. Información adicional

Las acciones que se realizan se suelen compartir en redes sociales, dando a conocer qué se va a hacer, por qué motivo lo consideramos interesante, qué aportan a la sociedad. A menudo el mejor modo de colaborar simplemente es darse eco de lo que sucede, puesto que las personas a menudo desconocen la realidad que afecta a otros.

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 y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

28.1. Información adicional

Mediante las redes sociales y nuestra página web en las que hemos creado un blog, damos a conocer las prácticas que llevamos a cabo en Arilo Fruits, nuestros valores y las acciones que llevamos a cabo. Del mismo modo, intentamos ayudar o asesorar a otros compañeros para que conozcan las opciones que tienen.

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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

29.1. Información adicional.

Desde nuestros orígenes nos hemos regido por firmes criterios mediamentales. En la realización del obrador, tanto en la elección de maquinaria como en otros elementos como depuradora, iluminación... . La finca de la que nos proveemos de granada y el obrador se encuentran en Fraga, por lo que el producto que elaboramos es km 0.

Evitamos el desperdicio alimentario y aprovechamos el residuo de las granadas una vez transformadas para abonar los campos, por lo que no se producen residuos.

En la fase de post producción se prioriza el modo de hacer llegar los zumos del modo menos contaminante, evitando la emisión de CO2.

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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan acciones que se comunican internamente.

30.1. Información adicional.

Somos unas personas comprometidas con e cambio climático y tenemos presente la necesidad de realizar pequeñas acciones que mejoren la situación de esta problemática. Teniendo en cuenta nuestras posibilidades, actuamos del modo más reponsable posible.

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

Podría decirse que la economía circular es el pilar fundamental de nuestro proyecto. Partimos del aprovechamiento de las granadas de la plantación familiar, evitamos su desperdicio y lo reconvertimos en un producto que resulta de gran interés por sus características; es natural, aporta interesantes beneficios para la salud...

Además hemos dado una segunda vida a la plantación de granados, ya que su rentabilidad era insuficiente hasta que aprovechamos las granadas feas para la realización de un subproducto que es muy interesante por las características que aporta, pero que de lo contrario carecía de valor añadido, de modo que se ha·"reutilizado" la finca.

Cabe destacar que se aprovecha la granada en todas sus partes, por lo que de la

realización del zumo no se obtiene residuo alguno.

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?

No de una manera formal

32.1. Información adicional

Se comunican mediante redes sociales o mediante conversación con grupos de interés; clientes, proveedores y otros conocidos del sector agroaliementario.

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

8

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Ofrecemos un producto que resulta de interés porque es totalmente saludable, pues está compuesto exclusivamente de granada. La granada es una fruta con muchas propiedades beneficiosas para la salud, por lo que incluso algunos médicos la recomiendan. Por otro lado, realizado con una materia prima de la mayor calidad, ya que nos aseguramos de la producción de las granadas y llevamos a cabo los zumos en un proceso totalmente controlado en el que no se utilizan conservantes, colorantes, azúcares ni edulcorantes... Nuestro punto fuerte es nuestro producto: saludable, real, llevado a cabo en la misma población (Km 0), que sigue el concepto de economía circular.

Hemos evitado el desperdicio alimentario, que se arrancase una finca de granados por su baja rentabilidad y ofrecido un producto que fomenta hábitos saludables y todo ello desde las posibilidades que nos ofrece Fraga y Aragón, pudiendo asentar nuestros núcleos familiares en este territorio.

Para garantizar el éxito del zumo hemos observado que es fundamental la comunicación; nos hemos esforzado en dar a conocer los beneficios de la granada, la filosofía de nuestros productos y los valores que definen nuestro proyecto. Damos tal importancia a la comunicación que la llevamos a cabo de diferentes modos: vía directa en los mercados a los que acudimos, mediante redes sociales, así como en jornadas o charlas que llevamos a cabo.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Las áreas de mejora que tenemos pendientes es el crecimiento. Si fuésemos una empresa mayor, podríamos ayudar a otros agricultores a no desperdiciar sus granadas y podríamos crear más puestos de trabajo, tendríamos mejor presupuesto que nos permitiría colaborar en más acciones sociales. Por otro lado, estamos buscando el modo de elaborar un producto más asequible que logre que en todos los hogares puedan permitirse si lo desean nuestro zumo de granada natural (sin azúcares, conservantes, ni colorantes).

También nos gustaría instalar placas solares para disminuir el uso de energía y encontrar el modo de aprovechar el residuo de granada para otros fines que no sean el campo, ya que se valora en industrias farmacéuticas.

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 5. Igualdad de género.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.