Instituto Aragonés de Fomento

Departamento de Presidencia, Economía y Justicia

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

RSA - PYMES

Empresa evaluada

INFINITY ENERGY DRINK SL
CIF:B99464547
Avda Navarra 2 5h
50010 - Zaragoza
Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

INFINITY ENERGY DRINK S.L

02 - Dirección - CP - Población

NAVARRA Nº2 ? 5H
50010
ZARAGOZA

03 - Sector. Actividad

FABRICACION DE BEBIDAS ENERGETICAS / REFRESCOS

04 - Año comienzo actividad.

2016

05 - Número de personas empleadas

NINGUNA

06 - Persona contacto

JAIME GIL BRAVO

07 - E-mail contacto

jgil@infinityenergydrink.es

08.- Página web

https://infinityenergydrink.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)

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

Se tienen en cuenta los temas con mayor impacto en la actividad de la empresa para intentar diversificar a medio plazo.
Se participa en reuniones del sector para conocer las tendencias del mercado y las demandas de los clientes finales.

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

No

2.1. Información adicional

Hay que asociarse porque sino, como PYME no conseguimos nada.
Con las normativas que vienen de Europa, tenemos que adaptarnos (por ejemplo el impuesto del plástico) que supone un gran esfuerzo para las PYMES.
Por eso, aunque somos PYMES, con una actividad responsable a nivel social, medio ambiental podemos ir incorporando nuestro granito de arena.

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

2024: Se han realizado donaciones en especie para apoyar pequeños equipos deportivos para que puedan financiarse.
Además se está trabajando en la realización d bebidas con bajo contenido en azúcar e incluso cero para mejorar la salud de los consumidores.

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

No existe presupuesto ni se destina parte de los beneficios a proyectos sociales y/o medioambientales

4.1. Información adicional

No existe porque no hemos salido al mercado, pero se tiene planificado realizar en cuanto se pueda.

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la empresa (así como sus requisitos y expectativas) y nos comunicaciones con ellos de manera individualizada en función de sus necesidades y recursos disponibles.

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

Tenemos reuniones con algunos de nuestros grupos de interés. Participamos en foros del sector y tenemos un contacto continuado con los futuros distribuidores de las bebidas.

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?

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

7.1. Información adicional

Con las partes interesadas que interactúan con nosotros conocen la sistemática de trabajo que queremos llevar cuando arranque la actividad.
Realizamos una actividad muy directa con nuestros grupos de interés.

8.- ¿Conocen las personas que trabajan en la organización la cultura (razón de ser de la organización, valores, ...) y los objetivos de la organización?

No se conocen

8.1. Información adicional

No aplica porque no hay personal ni se ha arrancado la actividad, no obstante se sabe como transmitir y que transmitir cuando exista personal.

Plan de Responsabilidad Social

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

9.1. Información adicional

Aunque no hemos salido al mercado, ya hemos donado bebida en especie para que pequeños equipos deportivos puedan autofinanciarse.

En cuanto salgamos al mercado, ademas de apoyar al deporte, estamos muy interesados en temas de enfermedades raras o cánceres infantiles.

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

Se ha definido un plan de viabilidad con objetivos cuantificados para los próximos 4 años.
Se espera empezar a comercializar en el 1ºT 2025.
Se realizará un seguimiento periódico de los indicadores y objetivos.

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

Alguna vez hemos hemos realizado alguna encuesta a clientes

11.1. Información adicional

Conocemos la satisfacción de nuestros clientes (intermediarios/distribuidores y consumidor final).
Las primeras catas dieron resultados positivos, estamos desarrollando nuevos sabores.

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

Todas las mejoras que nos puedan llegar de proveedores, clientes .. se implementan para mejorar nuestro servicio y dar mejor calidad al cliente.

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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

El desarrollo de nuestro producto se está realizando para la diferenciación con nuestros competidores ya que realizamos un desarrollo de I+D propio.

Calidad de los productos y servicios

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un

producto o servicio responsable

14.1. Información adicional

Se ha contactado con distribuidores de latas para realizar la compra de grandes cantidades para el ahorro de emisiones en el transporte.
El uso de la lata de aluminio es 100% reciclable.
En todo el diseño productivo y de l diseño de la lata se están teniendo en cuenta factores ambientales.
Fomentamos la compra de proveedores locales.

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

Se ofrece un servicio postventa integral

15.1. Información adicional

Al no haber salido al mercado no podemos comprobar todos las metodologías definidas para el servicio postventa

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

Se dispone de fichas técnicas de todos los productos.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

No se evalúa

17.1. Información adicional

No aplica no hay empleados.

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.

No aplica no hay empleados.

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?

No se han desarrollando actividades en esta materia

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

No aplica, no hay personal contratado

Formación y desarrollo profesional

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

20.1. Información adicional.

Aunque no tenemos personal contratado se ha trabajado en el organigrama que queremos llegar a ser, las fichas de perfil de puesto y la formación mínima necesaria que necesitaremos que disponga el personal.

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

Se realizan acciones formativas para mejorar las competencias técnicas en el desempeño del puesto de trabajo, en función de las necesidades de cada departamento y/o de cada puesto de trabajo.

21.1. Información adicional.

Aunque no tenemos personal, tenemos claro que la formación es una inversión y potenciar las habilidades y cualidades del personal es resultado de "exito" y trabajo en equipo.
El gerente se sigue formando para conocer los requsitos legales de aplicación tanto a nivel de producto como de envases.

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.

No se ha podido realizar la evaluación de riesgos porque no se dispone de personal. Pero se tiene formación técnica en materia de PRL y se están teniendo en cuenta estos aspectos de seguridad y salud.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

servicios?

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

23.1. Información adicional.

En las compras se tiene en cuenta aspectos ambientales y sociales, por ejemplo, la cafeina que llevará la bebida, se seleccionan proveedores que certifiquen cero toxicidad, cero componentes químicos y que sea 100% natural.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

24.1. Información adicional.

Se favorece en la medida de lo posible la compra local.
Se tienen en cuenta la fabricación de las materias primas (se prima la sostenibilidad en su proceso productivo).

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 algunos proyectos de forma puntual

25.1. Información adicional.

Como se ha comentado, se han realizado 3 donaciones en especie para pequeños equipos deportivos para que puedan autofinanciarse.
Para el 2025, se tiene planificado destinar un presupuesto para actividades sociales. No se ha podido avanzar con este tema porque no hemos salido al mercado aún (pero se han identificado posibles asociaciones y/o actividades a realizar).

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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

26.1. Información adicional.

Si el ámbito de nuestras bebidas siempre ha estado muy vinculado al mundo del deporte y de la competición.

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 da apoyo a estos equipos deportivos por medio de redes sociales.

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 han comunicado por medio de redes sociales para dar visibilidad a los equipos deportivos que hemos apoyado.

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.

Se conocen los impactos y se minimizan en la medida de lo posible

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.

Optimización en las compras de latas y materia prima de los compuestos de las bebidas que disminuirán las emisiones de Co2 y de combustible.
Se potencian las compras en proveedores locales para disminuir consumos en el transporte asi como emisiones de Co2.

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 lata en 100% reciclable.

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 comunican, pero exclusivamente a grupos de interés implicados

32.1. Información adicional

Se participa /apoya en las RRSS de otros, porque no hemos salido al mercado..

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

DISEÑO Y DESARROLLO PROPIO DE LAS FORMULACIONES.

CONOCIMIENTO DEL PROCESO PRODUCTIVO

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Ampliar la capacidad de recursos. Búsqueda de subvenciones y/o financiación.

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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 9. Industria, innovación e infraestructura.