

CAMPAÑA

2011

2012

MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD DE FRUITS DE PONENT, SCCL

| | |
|---|-----------|
| 1. CARTA DEL PRESIDENTE | 3 |
| 2. CARTA DEL DIRECTOR GENERAL | 4 |
| 3. PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD | 5 |
| 4. ¿QUIÉNES SOMOS? | 6 |
| 4.1. <i>Actividad de Fruits de Ponent</i> | 6 |
| 4.2. <i>¿Qué hacemos?</i> | 9 |
| 4.3. <i>Política de calidad, medioambiente y responsabilidad social</i> | 10 |
| 4.4. <i>Misión, visión, valores y líneas estratégicas</i> | 12 |
| 4.5. <i>Organigrama y composición de los órganos sociales y directivos</i> | 17 |
| 4.6. <i>Diálogo y transparencia con los grupos de interés</i> | 19 |
| 5. CONTEXTO EN EL QUE NOS HEMOS MOVIDO DURANTE LA CAMPAÑA 2011-2012 | 22 |
| 6. ACTIVIDAD COOPERATIVA | 34 |
| 6.1 <i>Consejo de Administración de Indulleida, SA</i> | 34 |
| 6.2 <i>Afrucat</i> | 37 |
| 6.3 <i>Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR, AIE</i> | 38 |
| 6.4 <i>Fundación Catalana de Cooperación</i> | 39 |
| 6.5 <i>Estación experimental del IRTA en Lleida (EEL)</i> | 42 |
| 6.6 <i>AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial)</i> | 44 |
| 6.7 <i>CCPI, Consejo Catalán de Producción Integrada</i> | 46 |
| 6.8 <i>DOP Pera de Lleida</i> | 48 |
| 6.9 <i>Fundación FUNDE</i> | 50 |
| 6.10 <i>SEDEX</i> | 52 |
| 6.11 <i>Fundación Banco de los Alimentos</i> | 54 |
| 6.12 <i>Asociación Española Contra el Cáncer</i> | 59 |
| 6.13 <i>Asociación 5 al día</i> | 60 |
| 7. DIMENSIÓN ECONÓMICA | 62 |
| 7.1. <i>Balance</i> | 62 |
| 7.2. <i>Ventas</i> | 64 |
| 8. DIMENSIÓN AMBIENTAL | 67 |
| 8.1. <i>Factores ambientales significativos</i> | 67 |
| 8.2. <i>Objetivos e indicadores</i> | 68 |
| 10. EMPRESA AGROALIMENTARIA | 90 |





| | | |
|--------|---|------------|
| 10.1. | Alimentos sanos y asequibles | 90 |
| 10.2 | Salud y seguridad del consumidor | 92 |
| 10.3 | Marketing y comunicaciones | 92 |
| 10.4 | Cadena de suministro | 95 |
| 10.5 | Relaciones laborales | 96 |
| 11. | CÓDIGO ÉTICO DE FRUITS DE PONENT | 97 |
| 11.1. | Objetivo | 97 |
| 11.2. | Alcance | 97 |
| 10.3 | Principios éticos | 97 |
| 12. | MODELO DE RELACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS | 106 |
| 12.1. | Identificación de los grupos de interés | 106 |
| 12.2. | Grupos de interés - Consejo Rector | 106 |
| 12.3. | Grupos de interés - Clientes | 108 |
| 12.4. | Grupos de interés - Proveedores | 111 |
| 12.5. | Grupos de interés - Empleados | 114 |
| 12.6. | Grupos de interés - Socios activos | 118 |
| 12.7. | Grupos de interés - Socios mujeres | 121 |
| 12.8. | Grupos de interés - Socios jóvenes | 123 |
| 12.9. | Grupos de interés - Socios mayores | 126 |
| 12.10. | Grupos de interés - Entorno social | 129 |
| 12.11. | Grupos de interés - Sector | 131 |
| 12.12. | Grupos de interés - Administraciones públicas | 133 |
| 13. | PERSPECTIVAS, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL 2013 | 135 |
| 13.1 | Proyectos de futuro | 135 |
| 13.2 | Acuerdos de comercialización | 136 |
| 14 | SISTEMA DE GESTIÓN - CERTIFICADOS | 140 |
| 15 | TABLA DE INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI) | 150 |



1. CARTA DEL PRESIDENTE



Fruits de Ponent fiel a su compromiso cooperativista, continúa evolucionando y reafirmando en su espíritu de garantizar a todas aquellas personas que han depositado su confianza en nuestra Cooperativa desde 1992, continuando con nuestra política de Buenas Prácticas Agrícolas y Globalgap, hemos creído conveniente dar un paso más hacia nuestro compromiso con las personas.

En diciembre de 2011 Fruits de Ponent ha implantado el Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, SGE 21. Esta certificación es la garantía para todos nuestros clientes que, aparte de cumplir con todas las certificaciones referentes a la producción, seguridad alimentaria, calidad, trazabilidad... nuestra cooperativa se preocupa tanto por los socios y socias, por los trabajadores y trabajadoras como por su entorno geográfico, social y medioambiental.

El Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable certifica que Fruits de Ponent no es únicamente una empresa que produce y comercializa fruta de la mejor calidad y con las máximas garantías sanitarias, sino que además participa y promueve actividades destinadas a mejorar su entorno social.

La campaña 2011-2012 podríamos calificarla como atípica, en un año en que la crisis global en la que nos encontramos inmersos nos hacía pensar que podría ser el principal problema en la comercialización de nuestros productos, al final el desencadenante de la peor crisis de precios que hemos sufrido nunca ha estado la desconfianza alimentaria..

La fruta ha sufrido un adelanto en su temporada de recogida. Este hecho también se ha producido en otros países productores. Todo esto sumado a la crisis alimentaria nos ha comportado una bajada continuada y sin control de los precios de la fruta.

El año 2011 será recordado como un año en el que los precios bajaron por debajo del coste de producción, en el que los productores vimos peligrar nuestras explotaciones y las cooperativas su viabilidad económica.

Entre todos tenemos que ser capaces de sacar conclusiones, tanto el productor como el distribuidor y el consumidor.

Responsabilidad y ética.

Felip Saló Muñoz

Presidente de Fruits de Ponent, SCCL



2. CARTA DEL DIRECTOR GENERAL



Todos los que tenéis la suerte de trabajar, ser proveedores, clientes o, en definitiva, estar vinculados de una forma u otra a Fruits de Ponent, sabéis que al final de la cadena productiva, entre todos tenemos el compromiso firme de saber y poder aportar el máximo valor a los productos de nuestros socios.

Todo resulta más complicado en campañas como la que cerramos este año, en el que la parte económica ha sido verdaderamente desastrosa por diferentes motivos ajenos a nosotros pero que nos afectan y, en el que nuestros socios después de cuidar y mimar su producto han llegado a final de campaña y no han visto ni siquiera los euros necesarios para cubrir los costes de producción.

Como sabéis todos los trabajadores somos conscientes de poder dar el máximo de cada uno de nosotros. Es por este motivo que, en situaciones complicadas como la que se vive en general y la que hemos tenido esta última campaña, es cuando más hace falta que seamos un equipo y que entre todos podamos salir mejor de esta y de las próximas situaciones complicadas que puedan producirse en un futuro.

En el sentido laboral y, después de vivir el desastre de campaña del que ya hemos hablado, podemos decir que por suerte todo el capital humano continúa estando al pie del cañón, esperando que lo que hemos aprendido a lo largo de los años y también lo que hemos aprendido en situaciones complicadas, nos sirva en definitiva, tal como he empezado la carta, para adquirir tanto experiencia como para aportar más valor a los productos de nuestros socios y continuar proporcionando los servicios que se demanden al lado de la Cooperativa.

Jordi Dolcet Abad

Director general





3. PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD

Los datos a los que hace referencia esta Memoria de sostenibilidad corresponden al período del 1 de junio de 2011 al 31 de mayo de 2012, es decir, a nuestra campaña 2011-2012. Fruits de Ponent realiza una memoria de actividad anualmente.

Esta es la segunda memoria de sostenibilidad publicada, por lo que se puede comprobar la eficacia de las acciones realizadas y el espíritu de mejora continua.

La información expuesta en la presente memoria se hace pública para todas las partes interesadas, así como para cualquier otro interesado que así lo solicite. Es decir, está a disposición de todos los socios de Fruits de Ponent, asociaciones del sector y de todas las instituciones y partes interesadas.

La memoria de sostenibilidad de Fruits de Ponent recoge el desempeño económico, social y ambiental de todas las actividades desarrolladas durante la campaña 2011.

Respecto la memoria anterior no se han producido cambios significativos en la organización ni en la forma de cálculo de los diferentes indicadores.

La memoria de sostenibilidad es revisada anualmente por la certificadora externa e independiente Det Norske Veritas (DNV)

Para cualquier cuestión relacionada con esta memoria o con nuestra organización pueden contactar con nosotros mediante:

-  Telefónicamente: +34 973 795 777
-  Correo electrónico: info@fruitsponent.com
-  Correo ordinario: Ctra. Vallmanya km 1, 25180 Alcarràs, Lleida, España.



4. ¿QUIÉNES SOMOS?

4.1. Actividad de Fruits de Ponent

Fruits de Ponent, SCCL es una cooperativa de segundo grado fundada el 14 de mayo de 1992 y emparada por los principios y disposiciones de la Ley de Cooperativas de Cataluña. Figura inscrita con el SCG N-58 del Libro de Inscripciones del Registro General de Cooperativas de la Generalitat de Catalunya el 19 de mayo de 1992. Su código de identificación fiscal es F-25284209.

El domicilio de nuestra empresa está fijado en Alcarràs, provincia de Lleida, en Carretera de Vallmanya, km 1.

Además, es una organización de productores de frutas, reconocida como tal, en virtud del Reglamento CEE 1035/72, con fecha 30 de junio de 1992 y número de OPFH 319. Esta organización está integrada por todos los socios productores de fruta de las cooperativas que forman Fruits de Ponent, SCCL.

Los socios activos que forman Fruits de Ponent son las siguientes cooperativas, cuya totalidad de los socios productores de fruta están en la Organización de Productores de Frutas de Fruits de Ponent:

-  Camp d'Alcarràs i Secció de Crèdit, SCCL. Tiene su sede social en Alcarràs (Lleida), en Carretera de Vallmanya, km 1.
-  Agrària Progressiva de Benavent-Portella, SCCL. Tiene su sede social en Benavent de Segrià (Lleida), en Carretera de Lleida, s/n.
-  Sociedad Cooperativa Aragonesa del Campo Hortofrutícola del Campo de Binaced. Tiene su sede social en Binaced (Huesca), en Camino de San Esteban, s/n.
-  Ramell, SCCL. Tiene su sede social en Alcarràs (Lleida), en Carretera de Vallmanya, km 1.

El objeto social de la empresa es:

-  La compra, distribución y provisión a los socios de materias primas, medios de producción, bienes y servicios que sean necesarios para sus explotaciones o para las de sus respectivos socios, y, en especial, en forma enumerativa pero no limitadora, abonos, insecticidas, herbicidas, productos fitosanitarios, semillas, útiles para la recolección, tratamientos y transporte.
-  La mejora del proceso de producción agrario mediante la aplicación y el uso colectivo de técnicas, equipos y medios de producción, así como la ejecución de obras de interés agrario.

- ☞ Industrializar, producir y comercializar productos agrarios y sus derivados, así como su clasificación y conservación.
- ☞ La recepción, conservación, manipulación y comercialización de la fruta y demás productos agrarios aportados por los socios, por terceros y, si fuera el caso, por los producidos por la propia Cooperativa.
- ☞ La prestación de servicios y fomento de actividades encaminadas a la promoción y mejora de la población agraria y del medio rural.
- ☞ La adquisición de maquinaria en común, así como su utilización.
- ☞ El arrendamiento, gestión y explotación de tierras y de bienes susceptibles del uso y de explotación agrícola.
- ☞ El fomento y la gestión de los seguros agrarios.
- ☞ En concreto, y aparte de los anteriormente señalados, se deberán cumplir los siguientes objetivos, dada su cualificación como organización de productores, categoría frutas:
 - ✚ Asegurar la programación de la producción y su adaptación a la demanda respecto, en particular, a la calidad y la cantidad.
 - ✚ Conocer la producción de sus miembros.
 - ✚ Concentrar la oferta y la comercialización de la producción de sus miembros y de la suya propia.
 - ✚ Clasificar, almacenar y condicionar la producción de sus miembros.
 - ✚ Optimizar los costos de producción y estabilizar los precios de la producción.
 - ✚ Gestión comercial y presupuestaria.
 - ✚ Utilizar prácticas de cultivo, técnicas de producción y prácticas de gestión de los residuos respetuosas con el medio ambiente, en especial para proteger la calidad de las aguas, de la tierra y del paisaje, y para preservar o potenciar la biodiversidad.
- ☞ La actividad principal de la Organización de Productores será la comercialización de los productos de sus miembros para los que se encuentre reconocida.

| | |
|------------------------------|--|
| Hectáreas cultivadas: | 2.546 hectáreas |
| Producción: | 65.500 toneladas anuales |
| Producción: | 75% fruta de hueso / 25% fruta de pepita |
| Trabajadores fijos: | 70 |

Fruits de Ponent apuesta por la calidad de la fruta fresca y por la conservación del medio ambiente. Para ello, utiliza el sistema agrícola denominado producción integrada, que certifica la trazabilidad del producto desde el campo hasta la expedición y garantiza la seguridad alimentaria de la fruta mediante la reducción del uso de fitosanitarios.





Fruits de Ponent dispone de un equipo técnico propio y de un laboratorio que verifican la excelencia del producto. La Cooperativa invierte en innovación e investigación conjuntamente con la Universidad de Lleida para mejorar la producción. Así mismo, imparte formación continuada a todos los socios y trabajadores.

SITUACIÓN SEDE SOCIAL

Carretera Vallmanya km 1
25180 Alcarràs (Lleida) - SPAIN
Tel.: +34 973 79 57 77
Fax: +34 973 79 17 73
Correo electrónico: info@fruitsponent.com

Coordenadas GPS: 41.571260 - 0.520280

SITUACIÓN CENTRAL LOGÍSTICA

Camí de les Coves, s/n
25180 Alcarràs (Lleida) - SPAIN
Tel.: +34 973 79 57 77
Fax: +34 973 79 17 73
Correo electrónico: info@fruitsponent.com

Coordenadas GPS: 41.573398 - 0.513182

La central logística de Fruits de Ponent está situada estratégicamente al lado de la autovía A-2, que comunica Madrid y Barcelona



4.2. ¿Qué hacemos?



4.3. Política de calidad, medioambiente y responsabilidad social

Fruits de Ponent, SCCL es una cooperativa de segundo grado reconocida como Organización de Productores de Frutas y Hortalizas con el número de OPFH 319. Nuestra finalidad última es conseguir un mejor desarrollo del mundo agrario, y por eso, aprovechando los recursos de sus asociados, debe satisfacer las necesidades de sus clientes cumpliendo al máximo sus expectativas y ajustándose a todos los requisitos legales que le aplican, con un absoluto respeto hacia el medio ambiente. Por tanto, pretende adoptar un comportamiento empresarial basado en criterios éticos, sociales y medioambientales, haciendo énfasis que la calidad, la higiene y la seguridad alimentaria de los productos y servicios que se ofrecen sean un reflejo de lo que espera el cliente. Para conseguirlo pone especial interés en estos aspectos:

Máxima calidad del producto

La producción de fruta se basa en el cumplimiento de las normas de Producción Integrada a las que están adheridas todas las explotaciones de sus socios, así como el cumplimiento de otras normas de buenas prácticas agrícolas, que son certificadas anualmente.

Las normas de recolección, aprobadas anualmente antes del inicio de campaña, tienen como objetivo prioritario que la fruta llegue al consumidor tanto en óptimas condiciones organolépticas como de higiene y seguridad alimentaria.

Fomento de la mejora de la innovación

El equipo técnico de Fruits de Ponent, SCCL, en colaboración con centros de investigación e innovación, proveedores y socios agricultores, investiga en nuevos procesos de producción y control de plagas, desarrollo de nuevas variedades, con mejoras continuas en el sistema de producción con el objetivo final de mejorar la producción y garantizar el máximo respeto al medio ambiente.

Se establecen planes de formación y sensibilización apropiados que aseguran que los empleados de Fruits de Ponent, así como los subcontratistas relevantes y otros grupos de interés están informados y entienden la política, los objetivos y las obligaciones de la organización, incluyendo los temas de comportamiento ético, calidad y medioambientales. La relación con todos los grupos de interés estará basada en la legalidad, la honradez, la imparcialidad y la integridad.

Consciencia medioambiental

Fruits de Ponent, SCCL asegura el cumplimiento de los requisitos medioambientales reglamentarios de aplicación y las exigencias de nuestros clientes, asumiendo de forma





voluntaria el compromiso de máximo respeto medioambiental, por lo que se asignan los recursos económicos, técnicos y humanos necesarios para tal fin.

Nos comprometemos a considerar la variable medioambiental en la planificación y desarrollo de nuestras actividades y las de nuestros socios:

- ✚ Promoviendo la sensibilización medioambiental de nuestro personal, proveedores y de la sociedad en general.
- ✚ Estableciendo objetivos y metas ambientales para Fruits de Ponent.
- ✚ Fomentando la prevención de la contaminación.
- ✚ Cumpliendo con los requisitos legales que sean de aplicación a Fruits de Ponent.
- ✚ Asumiendo y cumpliendo otros requisitos ambientales de forma voluntaria.

Una mejora continuada

Fruits de Ponent, SCCL realiza una planificación y sistematización de los diversos procesos y acciones necesarias para conseguir sus objetivos de calidad, medio ambiente y de rentabilidad que garanticen el futuro de la actividad productiva de nuestros productores asociados, así como la búsqueda de una mejora continua de su comportamiento medioambiental y la prevención de la contaminación, siendo más eficientes en el consumo de recursos.

El capital humano de la empresa —agricultores y trabajadores— es su principal activo, y es por ello que se mejoran y actualizan las competencias profesionales y se procura que el entorno laboral sea el más adecuado siguiendo pautas éticas de cumplimiento de la normativa laboral, de prevención de riesgos, de garantía de igualdad en la selección y tratamiento del personal, sin diferencia de sexo, grupo étnico o cualquier condición social.

Además, Fruits de Ponent, SCCL es consciente de que:

La calidad afecta a todos los departamentos de la empresa.

El comportamiento ético y ambiental es una sistemática de trabajo seguida por todo el personal de la empresa.

Todos sus empleados y socios, como responsables en la ética y calidad de su trabajo, son, además, los responsables de asegurar la calidad, por lo que deben encargarse de implantarla y de controlar su ejecución y eficacia. Se requiere todo el capital humano para poder aplicar esta política.

De forma sistemática, la dirección de Fruits de Ponent, SCCL revisa esta política para que se adecue a la realidad existente y la comunica a todas las personas que trabajan en la organización o en nombre de ella.



4.4. Missió, visió, valors y línies estratègiques



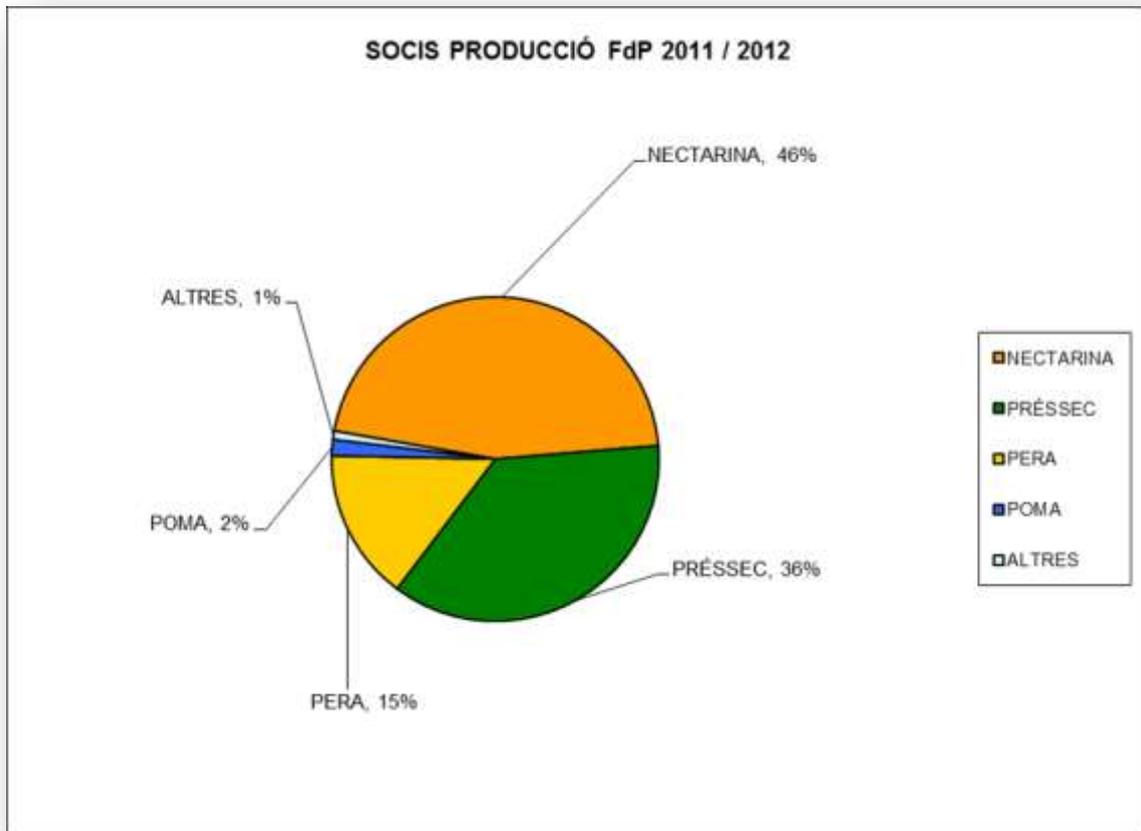
| COOPERATIVA (fruta) | N.º FAMÍLIAS | N.º SOCIOS |
|--|--------------|------------|
| CAMP D'ALCARRÀS I SECCIÓ DE CRÈDIT, SCCL | 84 | 121 |
| AGRÀRIA PROGRESSIVA BENAVENT-PORTELLA, SCCL | 41 | 46 |
| SOCIEDAD COOPERATIVA DEL CAMPO HORTOFRUTICOLA DE BINACED | 30 | 36 |
| RAMELL, SCL | 15 | 20 |
| | 170 | 223 |

- ¡¡¡TENEMOS UNA **MISIÓN!!!**
- Dar el más alto valor a los productos de nuestros socios, así como aportar los servicios de calidad que necesiten, con el saber hacer de todo el equipo humano que trabaja para la Cooperativa.

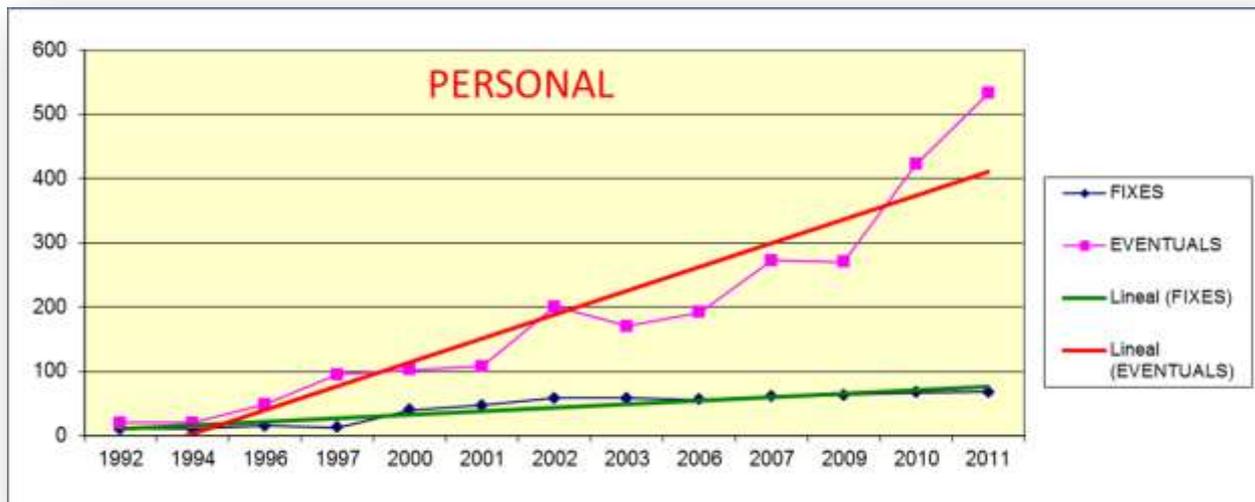
PRODUCCIÓN



ESPECIALIZACIÓN

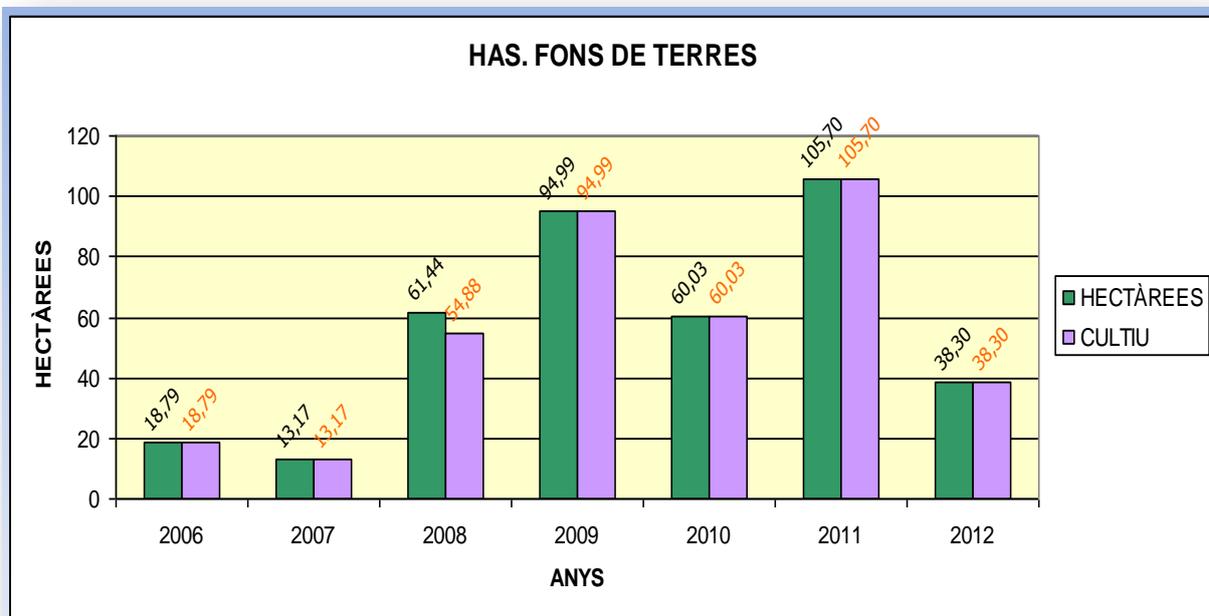


CAPITAL HUMANO



FONDO DE TIERRAS

- ✚ Hectàrees totals arrendades 392,42 ha
- ✚ Hectàrees totals de cultiu 385,86 ha
- ✚ Número de contractes actius 26
- ✚ Socios usuaris actius 19



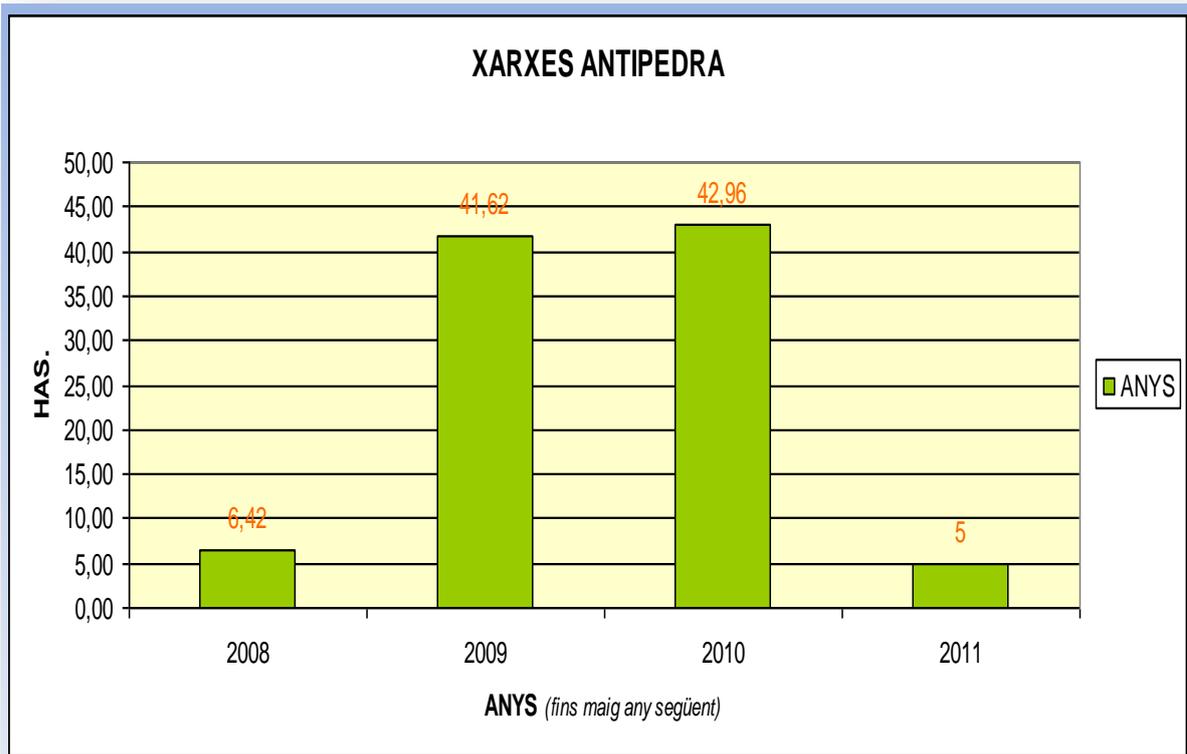
Evolución ha incorporadas cada año



MALLAS ANTIGRANIZO

Prueba piloto DAR + IRTA + FdP. 6,42 ha, 3 fincas, 6 colores + testigo

Actualmente hay más de 100 hectáreas cubiertas y año tras año se impulsa la cobertura de mallas antipiedra en las fincas de nuestros asociados.

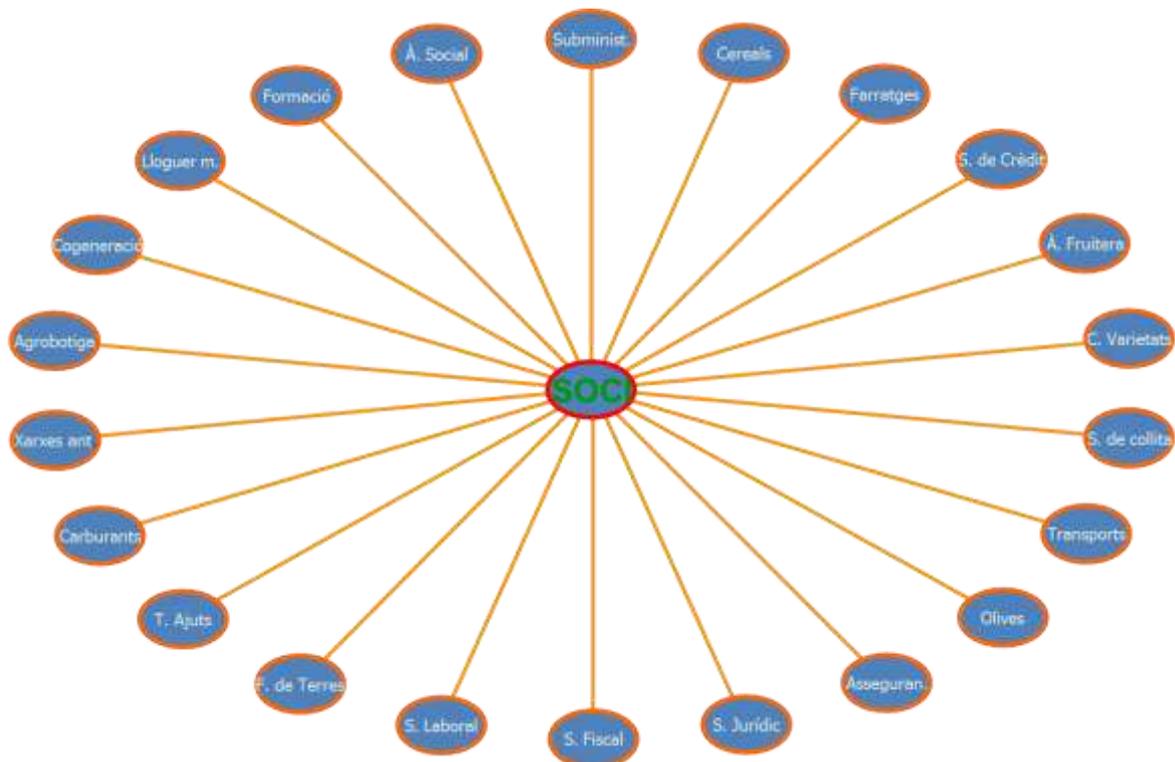




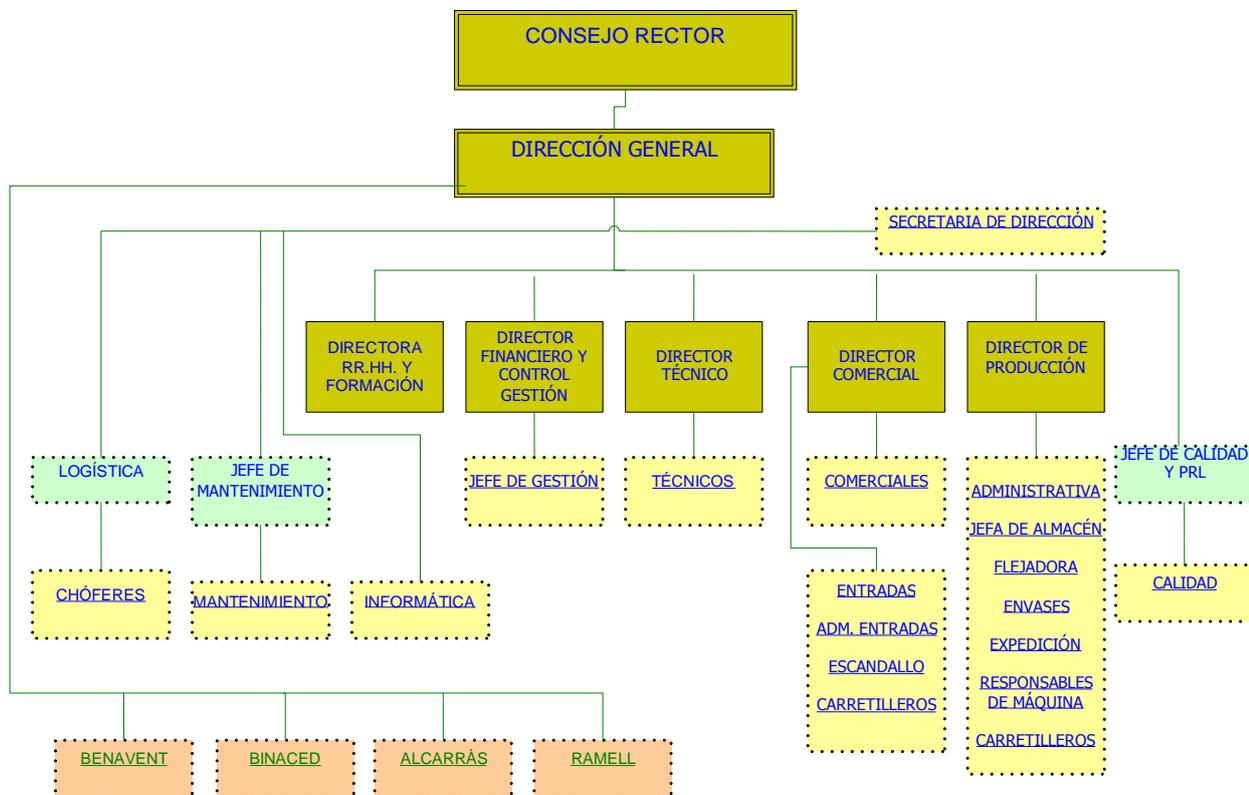
DESTÍ FRUITA



SERVICIS A LOS SOCIOS



4.5. Organigrama y composición de los órganos sociales y directivos



CONSEJO RECTOR

- Presidencia:** Camp d’Alcarràs i Secció de Crèdit.
Representado por Felip Saló Muñoz
- Vicepresidencia:** Agrària Progressiva Benavent – Portella.
Representado por Jaume Gené Roig
- Secretariado:** Ramell.
Representado por Josep M^a Sans Companys
- Vocal:** Sociedad Cooperativa del Campo Hortofrutícola de Binaced.
Representado por José Ramón Citoler Herbera

El Consejo Rector de Fruits de Ponent está formado por socios de las diferentes cooperativas que forman la empresa, elegidos democráticamente por votación. Su función es encabezar la estrategia de la empresa, aunque no posee funciones ejecutivas ni retributivas. Por ello deben ser socios en activo con experiencia en el sector.





COMITÉ DE DIRECCIÓN

| | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Director general: | Jordi Dolcet Abad |
| Director comercial: | Miquel Quílez i Lleonard |
| Directora RR.HH. y Formación: | Laura Ortiz Latorre |
| Director financiero: | Joan Domínguez Bafalluy |
| Director técnico: | Pere Cabiscol Barios |
| Director de Producción: | Jordi Alcaraz Ochoa |
| Secretaria de Dirección: | M. Jesús Sisó Fargues |

COMITÉ ÉTICO

| | |
|---|----------------------------|
| Responsable Actividades Éticas: | Mercè Aguado Garcia |
| Presidente Fruits de Ponent: | Felip Saló Muñoz |
| Vicepresidente Fruits de Ponent: | Jaume Gené Roig |
| Vocal Fruits de Ponent: | José Ramón Citoler Herbera |
| Área Social Jóvenes: | Robert Anoro Sisó |
| Director General: | Jordi Dolcet Abad |
| Directora Área Social: | M. Jesús Sisó Fargues |
| Departamento Mantenimiento: | Antonio Dolcet Sanahuja |
| Directora RR.HH. y Formación: | Laura Ortiz Latorre |
| Departamento Comercial: | Núria Dolcet Matges |
| Director técnico: | Pere Cabiscol Barios |
| Enlace temporeros: | M. Teresa Gòdia Bagué |

COMITÉ PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

| | |
|---|--|
| Responsable Actividades Preventivas: | Mercè Aguado Garcia |
| Comité de Empresa: | Montserrat Morillo Esteve M ^a Carmen Carrasquer Francesc Cunillera Massip Núria Dolcet Matges Laura Ortiz Latorre |
| Delegados de Prevención: | Laura Ortiz Latorre Montserrat Morillo Esteve |
| Comité de Seguridad y Salud: | Laura Ortiz Latorre Montserrat Morillo Esteve Jaume Gené Roig Héctor Companys Mallada |



4.6. Diálogo y transparencia con los grupos de interés

| STAKEHOLDERS | PLAN DE ACCIÓN | IMPACTOS SOCIALES | CANALES DE COMUNICACIÓN |
|-----------------------|---|---|--|
| CONSEJO RECTOR | Misión y visión. Valores de la Organización. Plan estratégico. Apoyo al personal. | Cultivos éticos y sostenibles. Sostenibilidad económica. Transparencia con su entorno. | Asamblea anual. Boletín mensual. Facebook Reuniones sectoriales. Atención personalizada. |
| CLIENTES | Nuestro código ético. Una empresa socialmente responsable. Política anticorrupción. Sistema de Gestión: ISO9001. ISO140001. GlobalGap, Producción Integrada. Participación activa en centros de investigación. | Generación de sinergias positivas y responsables. | Boletín mensual. Página web. Atención personalizada. Medios de comunicación. Correo electrónico. Facebook |
| PROVEEDORES | Nuestro código ético. Una empresa socialmente responsable. Política anticorrupción. Sistema de Gestión: ISO9001. ISO140001. GlobalGap, Producción Integrada. Participación activa en centros de investigación. Evaluación de los proveedores con criterios de calidad, ambientales, de seguridad y de cumplimiento de los requisitos en materia de derechos humanos y laborales. | Comportamientos éticos y responsables. | Boletín mensual. Página web. Atención personalizada. Medios de comunicación. Correo electrónico. Facebook |
| EMPLEADOS | Formación en políticas, valores y principios del Código Ético. Programación de contratación en origen. Programa de beneficios sociales para los contratados en origen. Gestión responsable de la plantilla. Plan de Igualdad. Formación relacionada con el lugar de trabajo. Formación de interés propio. Annual Meeting. Convivencias con los socios. Proveer a personal colombiano de ciertos productos (material de limpieza...). | Fomento de la profesionalización por medio de la formación. Inmigración sostenible. Motivación. Información. Productividad. | Organigramas. Jefes directos. Panel de anuncios. Revistas. Publicaciones periódicas. Facebook |
| SOCIOS activos | Agilidad Servicios. Día del Socio. Final de campaña. Fondo de tierras. Mallas antipiedra. Formación. | Pueblo Fomento conocimiento de la empresa. Cohesión. | SMS Boletines bimensuales. Notas informativas. Asambleas generales. Correo electrónico. Tablón de anuncios. Facebook |



| | | | |
|----------------------------------|--|--|--|
| SOCIOS mujeres | <p>Valorar labor. Conocer la empresa. Formación. Información. Integración. Recuperación de tradiciones. Creatividad. Innovación. Cocina. Visitas de interés.</p> | <p>Cohesión. Refuerzo papel de la mujer en el mundo agrario. Participar en preparación de actividades.</p> | <p>Libro de cocina. SMS. Boletines. Facebook</p> |
| SOCIOS jóvenes | <p>Valorar labor. Conocer la empresa. Formación. Información. Integración. Recuperación de tradiciones. Creatividad. Innovación. Viajes técnicos.</p> | <p>Cohesión. Sentirse apoyado por parte de la empresa. Integración. Cooperativismo. Implicación en proyectos reales. Programas informáticos. Visión empresarial.</p> | <p>Boletines. SMS. Correo electrónico. Facebook</p> |
| SOCIOS mayores | <p>Valorar labor. Conocer la empresa. Formación. Información. Integración. Recuperación de tradiciones. Creatividad. Innovación. Apartamentos sociales. Dar servicio tras haber dejado la actividad.</p> | <p>Cohesión. Preparación de actos, excursiones, fiestas... Implicación de los mayores. Ofrecer alternativas a las actuales.</p> | <p>Boletines bimensuales. Notas informativas. Asambleas generales. Tablón de anuncios. Reuniones informativas. Facebook</p> |
| ENTORNO SOCIAL | <p>Ferias. Participación en actividades de biblioteca. Colegios. Promociones de fruta.</p> | | <p>Boletín mensual. Página web. Atención personalizada. Medios de comunicación. Correo electrónico. Facebook</p> |
| SECTOR | <p>Ferias nacionales e internacionales. Comunicación constante. Visitas a posibles clientes. Proyectos conjuntos (Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR). Participación en diversas entidades: Afrucat, Indulleida, Funde...</p> | | <p>Boletín mensual. Página web. Atención personalizada. Medios de comunicación. Correo electrónico. Facebook</p> |
| ADMINISTRACIONES PÚBLICAS | <p>Estar al día de todas las obligaciones. Visitas sociales. Presentación en diferentes ámbitos. Promoción de productos locales.</p> | <p>Conocimiento de la empresa.</p> | <p>Boletín mensual. Página web. Atención personalizada. Medios de comunicación.</p> |





Correo electrónico.
Facebook



5. CONTEXTO EN EL QUE NOS HEMOS MOVIDO DURANTE LA CAMPAÑA 2011-2012

La campaña 2011-2012 se podría resumir de la siguiente manera:

Junio 2011.

- Las previsiones del XV Fórum del melocotón y la nectarina celebrado a Alcarràs, indican que la cosecha de fruta de hueso a nivel europeo bajará en un 7%. La previsión para Catalunya apunta a un aumento de la producción en un 11%.
- La previsión de cosecha en fruta de pepita se prevé buena, en el momento del cuajado de la fruta se tuvieron unas condiciones óptimas para favorecer la producción.
- Por lo que respecta a las plantaciones gravemente afectadas en su estructura por la fuerte granizada del pasado 1 de agosto de 2009, ya se confía para esta próxima campaña recuperar el potencial al 100 % en todo tipo de frutas.
- La lucha alternativa en las fincas de los socios se impone delante la lucha química. Es por eso que para esta campaña se instalen más de un millón de difusores para anarsia, grafolita, mosca del mediterráneo y carpocapsa.
- Realizadas las nuevas inversiones de cara a la nueva campaña que iniciamos.



Vista de la nueva monocalibre, M3

- M-3 Monocalibre 3.

- ✚ Es una nueva línea de confección instalada en el almacén construido el año 2010, que es fruto de I+D propio.
- ✚ Permite confeccionar la fruta directamente a cestas de diferentes formas, sin que la fruta tenga que ser vaciada en la línea.



Nueva máquina de lavado de palots, ubicada al lado de la central de confección.

- ☞ Lavadora de palots Rubies.
 - ✚ Esta máquina incorpora un desapilador de palots al inicio del proceso de lavado y un apilador de palots cuando estos ya están limpios. Justo después del desapilado de los palots se ponen automáticamente cabeza abajo para una mejor limpieza. La primera fase es de desbastado con agua fría, una segunda limpieza a alta presión con agua caliente y jabón, una tercera enjuagado con agua fría, y para acabar una cuarta de desinfección. Cada fase puede trabajar con independencia o bien combinada con alguna de ellas.
 - ✚ Lleva un sistema de filtrajes instalados para todos los procesos que utiliza, así el agua se va reciclando y recirculando hacia el proceso una vez filtrada.
 - ✚ Es muy importante el ahorro de agua, así como la contribución a la mejora medioambiental.
- ☞ Se compran 10.000 nuevos palots para la recogida de fruta al campo. De plástico y de marca Plastidom se compran ocho mil y de madera marca Faura para fruta de pepita de larga conservación dos mil.
- ☞ En la central de confección se han hecho obras de ampliación de los vestuarios y servicios, también mejoras en el comedor del personal que trabaja en la central.

☞ Se participa a la feria *Con 5 Sentidos* celebrada a Binéfar.

Julio 2011.

- ☞ Sigfito premia a la Cooperativa por el reciclaje de los envases fitosanitarios. Estos envases los llevan los socios al espacio habilitado por la Cooperativa para después gestionarlos y evitar el deterioro del medio ambiente.
- ☞ La Comisión de Variedades presenta la nueva lista de variedades recomendadas a los socios. Incorpora 67 variedades de fruta de hueso y 9 variedades de fruta de pepita. El objetivo consiste en agrupar variedades por épocas de producción y así recomendar solo la que se pueda comportar mejor para cada época de maduración.

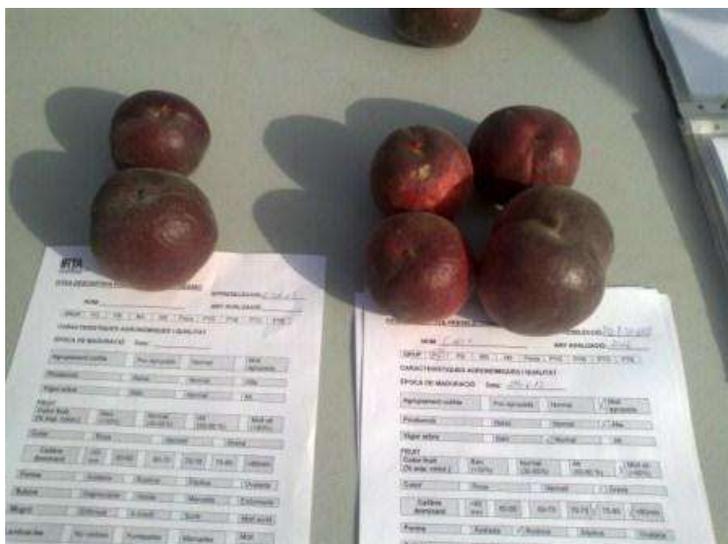


Imagen de posibles variedades de Programa de obtención de nuevas

- ☞ Se continúa con el seguimiento al campo experimental de Giménez de las posibles nuevas variedades de fruta del proyecto Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR. En esta campaña se continúan haciendo las visitas semanales a variedades de diversos obtentores.
- ☞ Se firma un convenio con el Banco de Alimentos de Catalunya por tercer año consecutivo. Para esta campaña Fruits de Ponent ha entregado al Banco más de cuatro-cientos mil kilos de fruta fresca, la mayor parte será transformada en zumo y posteriormente repartida a los necesitados, y el resto será distribuida en fresco.
- ☞ Arranca la campaña de promoción de la Producción Integrada en supermercados de Catalunya.



Agosto 2011.

- Debido a la crisis alimentaria surgida a inicios de la campaña de verano a Alemania, llamada "crisis del pepino", la campaña se está caracterizando por poca demanda de fruta y unos precios muy bajos. Se entró en una bajada de precios y los costes de producción de la fruta serán más altos que los precios a que se podrán liquidar.
- Los hijos y las hijas de los socios de la Cooperativa participan en la grabación de un spot propio publicitario para promocionar la fruta.
- Se patrocina diferentes actos de la Fiesta Mayor de Alcarrás con aportación de fruta y zumos.

Setiembre 2011.

- Se participa a la Feria de San Miquel de Lleida con estand propio.



Imagen del estand a la Feria de San Miquel a Lleida

- Renovación de las certificaciones de calidad según las diferentes normativas que existen a los mercados nacionales e internacionales. Han sido renovadas las siguientes certificaciones:
 - UNE-EN-ISO 9011:2008
 - UNE-EN-ISO 14001:2004
 - PI. Producción Integrada Catalunya
 - PI. Producción Integrada Aragón
 - DOP Pera de Lleida. Denominación de Origen Protegida

- ✚ BRC. British Retail Consortium
- ✚ IFS. International Food Standard
- ✚ Certificaciones específicas de diferentes clientes

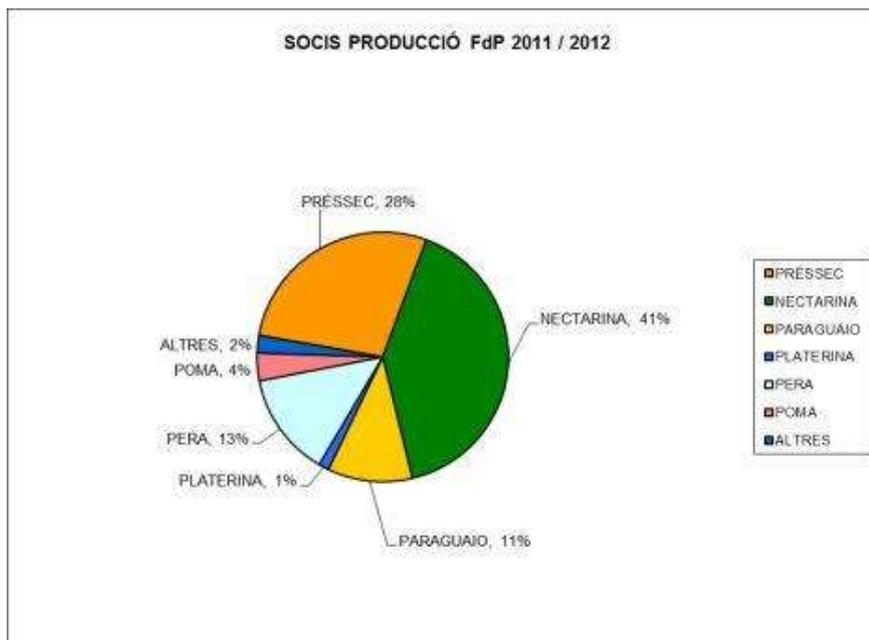
☞ Se colabora en el maratón de donación de sangre de Alcarrás, el día 24 de setiembre, obsequiando con fruta y zumo a todos los donantes.

Octubre 2011.

☞ El 22 de octubre se celebra la tradicional comida de final de campaña, con la asistencia de más de 500 personas, donde entre otras autoridades asiste el Consejero de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural el Honorable señor Josep Maria Pelegrí Aixut.

☞ Durante el mes de octubre se reciben diferentes visitas a la central. Una delegación de América Central, los directores generales del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural, en concreto el director general de Alimentación, Calidad e Industrias Agroalimentarias sr. Domènec Vila Navarra y el director general de Agricultura y Ganadería sr. Miquel Molins Elizalde.

☞ La especialización de Fruits de Ponent en fruta de hueso se hace patente como se muestra en la siguiente gráfica. Se continúa dentro de las actuaciones del plan de reconversión varietal puesto en marcha a nivel de todo el estado español. Por este motivo provoca que nuestros socios renueven sus plantaciones en un porcentaje más elevado de lo que vendría a ser lo habitual. Las hectáreas que más aumentan continúan siendo las plantaciones de fruta plana.



Porcentaje por especies de la fruta entrada.



- ☞ La potente especialización en fruta de hueso se traduce en un elevado índice de ventas al exterior del estado español. Los países más importes en ventas para esta campaña y en fruta de hueso han sido Inglaterra, Alemania, Francia, Rusia, Finlandia, Polonia y otros en menor cantidad. Para esta campaña se denota un incremento de vendas en países fuera de la CEE. En fruta de pepita mayoritariamente las ventas son dentro del territorio español.
- ☞ Fruits de Ponent participa con estand propio a la feria Fruit Atracttion de Madrid. Esta ha sido la tercera edición de la feria profesional del sector de las frutas y las hortalizas en Madrid, donde se han dado cita los principales productores del sector y los empresarios de la industria auxiliar proveedora de los productores y comercializadores.



Imagen del estand a la Feria de Madrid

- ☞ Se hacen las siguientes colaboraciones:

 - ✚ En la campaña *Cuida't* que organizan el Ayuntamiento y el Instituto de Enseñamiento Secundario de Alcarrás. Esta campaña pretende educar a la gente joven en los buenos hábitos alimentarios. Por eso se aportó fruta y zumo de melocotón para los almuerzos.
 - ✚ La Comunidad General de Regantes del Canal de Aragón y Catalunya en la jornada celebrada a Tamarite de Litera donde se trató el tema Joaquin Costa, Europa y la PAC. Los asistentes a la jornada pudieron probar nuestra fruta.
 - ✚ Al Instituto de Recerca Biomédica de Lleida, mediante un convenio se patrocinan actividades de investigación.

Noviembre 2011.

- Se presenta la ampliación del Plan de Reconversión de Fruta Dulce para dos años más, es decir, hará falta finalizar las actuaciones como máximo hasta el año 2013. En total dentro el Plan de Reconversión los socios de Fruits de Ponent renovarán 670 hectáreas y serán 153 socios los beneficiarios.
- Mediante una misión organizada por la Federación de Cooperativas Agrarias de Catalunya, ACCIÓ, IICA y el Departamento de Gobernación de Huila (Colombia), se participó en el viaje organizado a Colombia para intercambiar estrategias cooperativas y visitar los principales operadores comerciales, tanto de mercados como mayoristas, interesados en fruta catalana.
- Se hace una visita al consejero de Agricultura y Medio Ambiente del Gobierno de Aragón, el sr. Federico García. En la reunión se explicó la organización de nuestra Cooperativa y se pudieron trasladar las inquietudes, así como trasladar que se intente unificar criterios de cara a las Cooperativas que como nosotros estamos a las Comunidades Autónomas de Catalunya y Aragón al mismo tiempo.
- Se renueva el diseño y la estructura de la página web con el objetivo de mejorar la accesibilidad y la usabilidad.



Diciembre 2011.

- Obtención de la certificación de la Norma SGE 21, según el primer sistema de gestión de la responsabilidad social y ética europea. En este momento Fruits de Ponent se convierte en la primera empresa frutícola certificada bajo la norma SGE 21.



- Los alumnos del curso a distancia de Producción Integrada que estaba organizado por el Departamento de Formación del Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural realizaron una jornada práctica en las instalaciones de Fruits de Ponent.

Enero 2012.

- Adhesión al Programa de Acuerdos Voluntarios de reducción de las emisiones de gases con efecto invernadero. Este programa se puso en marcha mediante la Oficina del Cambio Climático de la Generalitat de Catalunya. La adhesión al programa significa adoptar medidas de control para así reducir las emisiones.



- Jordi Dolcet, Director General de Fruits de Ponent, participó en la mesa redonda sobre *La Situación del Sector de la Fruta*, celebrada a Alfarrás en el marco del curso de emprendeduría en fruticultura.
- Dentro del apartado de formación continua que se lleva a término dentro de la organización, este año tocó el turno de formación a un curso de Excel Experto para trabajadores de la Cooperativa.

Febrero 2012.

- Se participa con stand propio a la feria Fruit Logística celebrada a Berlín. Esta feria sirve para preparar la nueva campaña con los clientes actuales y nuevos contactos. En la actual edición se ha notado que los clientes que pasaron por la fira Fruit Atracttion que se celebró a Madrid el octubre de 2011, ya no han viajado hasta Berlín.



Imagen del stand a la Feria de Berlín

- Jornada de Fruit.net en las instalaciones de la Cooperativa. Los socios participaron directamente en el encuentro donde se dieron a conocer los criterios y adecuaciones a realizar en la maquinaria de aplicación de fitosanitarios, para dosificar de forma óptima el producto a aplicar.
- Jornada técnica sobre la gestión de los envases fitosanitarios organizada per Sigfito y la Universidad de Lleida UdL. Expertos de Sigfito y la UdL hicieron una charla sobre el papel de los socios en el sistema del manejo de los envases. También se hizo una demostración práctica sobre el triple lavado de los envases y la gestión en el punto de recogida.



Asistentes a la jornada

- ☞ Colaboración en la tradicional celebración de la Fiesta de les Aguedes a Benavent de Segriá. Se colaboró haciendo una aportación de una cesta con productos cooperativos que se sorteó entre los participantes.
- ☞ José Ramon Citoler Hervera, continuará representando la Cooperativa del Campo Hortofrutícola de Binaced, que es vocal dentro el Consejo Rector de Fruits de Ponent, SCCL, ya que es reelegido Presidente a la Cooperativa de Binaced.
- ☞ Agroseguro presenta un nuevo seguro de frutales con coberturas crecientes. Es una póliza única y más entendedora para cada contratación. Dado el nuevo seguro se hizo unas jornadas explicativas para los socios antes del período de contratación.

Marzo 2012.

- ☞ Acuerdo con la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) para colaborar en la divulgación de las medidas preventivas y detectar a tiempo los diferentes tipos de cáncer. Des de la Cooperativa se hará una divulgación de los mensajes de salud entre los socios y los trabajadores.
- ☞ Superada con éxito la auditoria GlobalGap no anunciada.
- ☞ Participación activa a la V Jornada Técnica de Fruticultura celebrada a Benavent de Segriá organizada por el Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural y el Ayuntamiento de Benavent de Segriá.
- ☞ El servicio técnico participa en la *Primera Trobada de les Agrupacions de Defensa Vegetal de Catalunya*. En la jornada se intercambiaron experiencias entre los participantes, con el objetivo de dar soluciones prácticas a los fruticultores en el control de plagas.
- ☞ El servicio de postsecha del Instituto de Recerca y Tecnologies Alimentarias (IRTA) reconoce a Fruits de Ponent su implicación en la postcosecha de fruta de hueso en el marco de la celebración del 10 aniversario del servicio postcosecha.
- ☞ El Departamento Técnico organizó unas jornadas informativas para los socios. En estas jornadas se debatieron diferentes e importantes temas de interés para los socios productores de cara a la preparación de la nueva campaña de fruta.

Abril 2012.

- ☞ Se reciben las siguientes visitas:



- ✚ Alumnos y profesores del curso de Emprendería en Fruticultura de Girona. Algunos de los alumnos forman parte de *Giropoma*, empresa con la que Fruits de Ponent tiene relaciones a todos los niveles.
 - ✚ Alumnos y profesores de la Escuela de Capacitación Agraria de Alfarrás. A parte de hacer la visita a las instalaciones, se habló sobre la necesidad de aglutinar la producción y comercialización de la fruta.
 - ✚ Una delegación de Pempacorcer, una Organització de Productores de Frutas y Hortalizas de las regiones del norte, centro y sud, productores de fruta dulce de Italia.
- ☞ Fruits de Ponent participa con stand propio por segunda vez a la feria francesa Medfel. Francia es uno de los destinos de la fruta de nuestros socios, es por eso que en afán de crecimiento se cree oportuno participar directamente en esta feria.

Mayo 2012.

- ☞ Se incorpora un nuevo ingeniero técnico agrícola para el Departamento Tècnico de Fruits de Ponent. Se trata de Martí Botines Mas, con amplia experiencia en el sector frutícola.
- ☞ El 14 de mayo de 2012, Fruits de Ponent cumplió 20 años des de su creación.

A lo largo de estos veinte años se han producido cambios importantes:



- ✚ En especies varietales, de fruta de semilla y melocotón amarillo, se ha pasado a la especialización en fruta de hueso, donde el melocotón amarillo tiene un papel débil.
- ✚ El mercado se ha convertido mayoritariamente de nacional a prácticamente mundial.
- ✚ Hoy en día disponemos de gran cantidad de certificaciones de calidad, ya que los nuestros consumidores han de tener todas las garantías de calidad y seguridad alimentaria demandadas.

- ☞ OKI la nueva marca del paraguayo Catalán y de la Franja para la nueva campaña. Diversas empresas asociadas a Afrucat, la Asociación Empresarial de la Fruta de Cataluña han creado una nueva marca para el paraguayo. Dado el crecimiento exponencial que se espera en las producciones de esta especie de fruta de hueso, se ha creído oportuno unir esfuerzos para la identificación del producto bajo la marca OKI.



Se han identificado diversas variedades de paraguayo que corresponden a criterios de color externo, cierre, color de la pulpa blanca y nivel de azúcar previamente parametrizados.

Para la próxima campaña se han creado diversos materiales para la utilización común por parte de las diferentes empresas.



6. ACTIVIDAD COOPERATIVA

Fruits de Ponent participa en los siguientes órganos de dirección y representación, así como colabora con empresas y fundaciones relacionadas con el sector y con la realidad de nuestro entorno:

6.1 Consejo de Administración de Indulleida, SA

Representado por el presidente de Fruits de Ponent, Felip Saló.



Indulleida, SA

Indulleida, SA es una sociedad dedicada a la **fabricación de derivados de frutas**, situada en Alguaire (Lleida), en un polígono propio de 210.000 m² que comprende también parte del municipio de Vilanova de Segrià (Lleida).

Sus accionistas son cooperativas y centrales hortofrutícolas; en su conjunto más de 140 empresas productoras que engloban a más de 14.000 agricultores de Cataluña, Aragón, Valencia, Murcia, Navarra, Andalucía y el sur de Francia.

Actualmente **Indulleida, SA** transforma aproximadamente 200.000 toneladas de fruta fresca por año, lo que la convierte en un grupo líder en España en la fabricación y distribución de semielaborados de zumos de frutas.

Indulleida también gestiona la empresa **Zufrisa**, fabricante de zumos y cremogenados situada en Calatorao (Zaragoza).

Certificaciones

Indulleida posee un laboratorio propio que se utiliza básicamente para tareas de control de calidad de producto y tareas de supervisión de funcionamiento de las instalaciones. Adicionalmente, también se encarga de realizar experiencias enfocadas a la investigación y desarrollo (I+D+i) cuando son necesarias.

También dispone de una central de cogeneración en la cual se genera la energía eléctrica y térmica (vapor, etc.) necesarias para el funcionamiento de la fábrica.



Dentro de las instalaciones de servicios, se dispone de una depuradora de aguas residuales propia que permite asegurar un correcto vertido de las aguas en su retorno al ciclo hídrico después de su uso.

Políticas

Política de Indulleida

Es política establecida en **Indulleida, SA** desarrollar el trabajo con un **Sistema Integrado de Gestión** documentado y verificado de forma regular para que sea adecuado y eficaz.

La Dirección es consciente de que no es responsabilidad únicamente de un grupo reducido de personas la puesta en marcha de estos principios, sino que es de todo el personal de la empresa asegurar el cumplimiento de los principios de la política establecidos.

Explicitamos **nuestro compromiso de actuar con ética empresarial**, con el objetivo de que nuestros trabajadores, clientes, proveedores y accionistas estén orgullosos de colaborar con esta sociedad.

La política del Sistema Integrado de Gestión se halla a disposición de todas las personas que la soliciten.

Política de calidad

-  La calidad, entendida como cualidad del producto y servicio que satisface las expectativas del cliente, es declarada objetivo básico de nuestro trabajo diario en Indulleida.
-  Proporcionar a nuestros clientes buenos productos que además aúnen otros factores tales como el precio, la presentación, el plazo de entrega, la atención personal, la asistencia técnica cuando es solicitada, etc.
-  Elaborar productos con el nivel de calidad necesario para hacerlos competitivos en el mercado, conjugando así lo que el cliente precisa y la rentabilidad de la propia empresa.
-  Mejorar de forma continua en la gestión de calidad cumpliendo los requisitos aplicables de la Norma UNE-EN-ISO 9001:2000.



Política de medioambiente

-  Cumplir con la legislación aplicable a la empresa y con los requisitos medioambientales que Indulleida suscriba.
-  Evaluar los aspectos medioambientales de la empresa y establecer objetivos y metas de mejora de la protección medioambiental y elaborar un programa para su desarrollo, mejorando así de forma continua.
-  Prevenir la contaminación y las alteraciones del medioambiente que pudiera provocar de forma accidental Indulleida.
-  Informar a las partes interesadas de las actividades de protección medioambiental desarrolladas por Indulleida.
-  El Sistema de Gestión del Medioambiente implantado por Indulleida ha de cumplir los requisitos aplicables de la Norma UNE-EN-ISO 14001:2004 y estará estructurado y adaptado a nuestra actividad específica de fabricación.

Política de prevención de riesgos laborales

-  Cumplir con la legislación que se aplica a la empresa.
-  Evaluar los riesgos laborales existentes en los puestos de trabajo y adoptar las medidas técnicas y de gestión adecuadas para la eliminación o, si ésta no es posible, la minimización de estos.
-  Establecer objetivos y metas para la mejora de las condiciones de trabajo y la prevención de riesgos laborales, así como elaborar un programa para su desarrollo.
-  Los trabajadores tienen derecho a participar activamente en cuestiones relacionadas con la prevención de riesgos en el trabajo, para lo que se dispondrá de cauces representativos establecidos legalmente en el capítulo V de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.
-  El Sistema de Prevención de Riesgos Laborales implantado por Indulleida estará estructurado y adaptado a nuestra actividad específica de fabricación.

Fuente: www.indulleida.es



6.2 Afrucat

Representado por el presidente de Fruits de Ponent, Felip Saló.



¿Qué es?

Afrucat es una asociación empresarial de fruta de Cataluña compuesta por 130 empresas frutícolas, que representan 45.000 ha de fruta y 1.000 millones de kg de fruta.

Funciones

-  Representación y defensa de los intereses económicos del sector empresarial de la fruta de Cataluña.
-  Adopción, entre sus asociados, de normas comunes de reconocimiento de la producción de comercialización y de protección del medio ambiente.
-  Establecer sinergias operativas sectoriales.
-  Presentación de solicitudes de extensión de normas adoptadas previamente por sus asociados.
-  Representación en las reuniones sectoriales.
-  Información y asesoramiento en el sector productor y comercializador asociado.
-  Promoción del consumo de fruta.
-  Vigilancia y monitorización de los mercados.
-  Búsqueda de valor en la diferenciación.
-  Formación y acogida de trabajadores.

Fuente: www.afrucat.com



6.3 Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR, AIE

Representado por el director general de Fruits de Ponent, Jordi Dolcet.

FRUIT Futur AIE

IRTA



NUFRI



PROGRAMA DE MILLORA GENÈTICA DE
POMERA, PERERA I PRESSEGUER

OBJECTIU:

Obtenció de noves varietats adaptades a les
nostres condicions climàtiques.



Fruits de Ponent es accionista de la sociedad Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR, una asociación que investiga para obtener nuevas variedades de manzana, pera, melocotón, nectarina, paraguaya y platerinas.

Las directrices de la investigación son las siguientes:

-  **Producción:** se investigan las variedades que mejor se adaptan a las condiciones del suelo y del clima más propias de la zona de producción.
-  **Conservación:** se investigan las variedades con más resistencia al proceso de la cadena de frío y a la posterior exposición del lineal de venta.
-  **Comercialización:** se investigan las variedades que ofrecen las mejores características organolépticas y de apariencia externa.



6.4 Fundació Catalana de Cooperació

Representada por el presidente de Fruits de Ponent, Felip Saló.



La Fundació Catalana de Cooperació fue creada el 23 de febrero de 1990 con la misión de constituir un centro de gestión y asesoramiento de recursos humanos para el sector agroalimentario de las comarcas de Lleida.



Las entidades fundacionales:

-  Agrupació de Cooperatives Agrícoles de les Terres de Lleida, SCL.
-  Agrupació Oleària, SCCL.
-  Caixa Rural de Catalunya, SCCL.

Su patronato está formado por las principales cooperativas agrarias de segundo grado de las comarcas de Lleida: **Actel, SCL; Agrolés, SCCL; Transalfals & La Vispesa, SCL, Cooperativa Técnica Agropecuaria, SCCL, y Fruits de Ponent, SCCL**, así como por la **Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña (FCAC) e Ibercaja**.

Por la composición de su patronato, los receptores potenciales directos de las actividades desarrolladas por la fundación son 15.000 socios de cooperativas que, junto a sus familias, reúnen a 60.000 personas y 2.300 trabajadores de cooperativas ubicadas en 140 poblaciones de Lleida.

Como entidad privada independiente, la fundación ofrece sus servicios y actividades a todas aquellas personas, instituciones y empresas que los soliciten.



La cultura institucional de la fundación promueve el trabajo en red con entidades externas públicas y privadas para conseguir el valor añadido de la suma de las aportaciones individuales en la resolución y orientación de los problemas empresariales de las comarcas de Lleida.

Es su voluntad de actuar como catalizador de nuevas iniciativas para aprovechar lo más importante de nuestros recursos naturales: las personas, entendidas como causa y consecuencia última de todas las actividades económicas y sociales emprendidas por la fundación.

Desde la fundación, se ofrece colaboración a todos aquellos interesados en las personas, las ideas y la mejora de las estructuras de la empresa de las comarcas de Lleida.

Principios fundacionales

-  Investigar e innovar las posibles formas y estructuras de gestión de las empresas asociativas y cooperativas.
-  Hacer realidad una oferta permanente de personas y servicios con capacidad para gestionar empresas, especialmente cooperativas.
-  Realizar la formación permanente de los cuadros de empresas y cooperativas.
-  Promocionar un mejor nivel de formación de todos los socios de cooperativas y de otras organizaciones asociativas.
-  Potenciar la colaboración entre la administración local, autonómica o central dentro de España, la Unión Europea u otras organizaciones de ámbito internacional y del mundo empresarial y cooperativo en general.
-  Potenciar y consolidar un centro de formación gerencial para empresas y cooperativas.
-  Potenciar y fomentar el movimiento cooperativo, su asociacionismo y sus integraciones.
-  Fomentar especialmente la formación del agricultor joven y procurar su entrada dentro del mundo cooperativo.



Las entidades que forman el actual patronato de la fundación son:



Adheridos al Pacto Mundial

El pasado 20/03/2003, Fundación Catalana de Cooperación se adhirió al Pacto Mundial de Naciones Unidas con la intención de apoyar los nueve principios básicos que éste recoge y promulgar dentro de nuestro ámbito de influencia un conjunto de valores fundamentales en el campo de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente. Durante este año, representantes de Fundación Catalana de Cooperación han asistido a varias reuniones sobre el tema y han tomado contacto con otras empresas de Lleida para trabajar conjuntamente para la consecución de estos principios en nuestra provincia.

Fuente: www.optima.cat



6.5 Estación experimental del IRTA en Lleida (EEL)

Representado por el presidente de Fruits de Ponent, Felip Saló.

IRTA

Av. Rovira Roure, 191
25198 Lleida

El IRTA es un instituto de investigación de la Generalitat de Catalunya adscrito al Departamento de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural regulado por la Ley 04/2009, de 15 de abril, del Parlamento de Catalunya, que ajusta su actividad al ordenamiento jurídico privado.

La finalidad del IRTA es contribuir a la modernización, la mejora y el impulso de la competitividad; al desarrollo sostenible de los sectores agrario, alimentario, agroforestal, acuícola y pesquero, y también de los directa o indirectamente relacionados con el aprovisionamiento de alimentos sanos y de calidad a los consumidores finales; a la seguridad alimentaria y a la transformación de los alimentos, y, en general, a la mejora del bienestar y la salud de la población.

Sus objetivos generales son impulsar la investigación y el desarrollo tecnológico dentro del ámbito agroalimentario, facilitar la transferencia de los avances científicos y valorar los avances tecnológicos propios sin dejar de procurar la máxima coordinación y colaboración con el sector público y privado.

El IRTA ha promovido, desde su creación, el establecimiento de acuerdos permanentes de colaboración con otras instituciones públicas que actúen en el ámbito de la investigación y el desarrollo tecnológico en Cataluña. Esta política ha dado como resultado la existencia, hoy en día en Cataluña, de una red de centros consorciados (entre el IRTA, universidades, CSIC, diputaciones, etc.) que puede definirse como la de un sistema cooperativo de I+D.

LA MISIÓN DEL IRTA

“Contribuir a la modernización, competitividad y desarrollo sostenible de los sectores agrario, alimentario y acuícola, al suministro de alimentos sanos y de calidad para los consumidores y, en general, a la mejora del bienestar de la población.”



Funciones

Las funciones del IRTA son:

-  Investigación y desarrollo experimental (I+D): el IRTA dispone de una cartera de proyectos en ejecución, cuya financiación corre a cargo del propio Instituto, de organismos autonómicos (CIRIT, etc.), de organismos estatales (Plan Nacional de I+D, INIA, etc.) o internacionales (Programa de la UE y otros). Así mismo, parte de la actividad de I+D es financiada por el sector privado a través de la investigación contractual.
-  Transferencia tecnológica: la actividad científica del IRTA está inspirada por una visión de aplicabilidad y valoración de los avances, actuando según los mecanismos de transferencia más indicados en cada caso.
-  Publicación de los resultados a través de los medios especializados en difusión científica, técnico-científica o divulgativa.
-  Suministro de información sobre los avances de los proyectos de I+D.
-  Contratos de cesión, de venta o convenios de explotación de patentes.
-  En este proceso de transferencia tecnológica el IRTA puede crear y/o participar en empresas para la valorización o comercialización de los conocimientos, bienes o servicios generados por su actividad.
-  Investigación contractual: el IRTA pone a disposición de las empresas, asociaciones y/o agrupaciones, su capacidad científica para evaluar, contrastar o desarrollar productos, servicios y procedimientos. Un contrato de investigación fija con precisión y de mutuo acuerdo, los objetivos perseguidos, la metodología a emplear, los calendarios previstos y las obligaciones técnicas, económicas y jurídicas de las partes. La confidencialidad queda garantizada cuando así se establezca en el contrato y la naturaleza de la colaboración lo justifique.
-  Asistencia técnica y formación especializada: el IRTA presta asistencia técnica y asesoramiento especializado a las agrupaciones, empresas y agentes de los sectores en los que desarrolla su actividad, bajo fórmulas contractuales, en las que se especifican los objetivos y las finalidades de la relación, la contraprestación técnica y económica, el calendario y su vigencia.
-  También realiza funciones de formación especializada organizando cursos y seminarios, y facilita la estancia de personal técnico o graduados universitarios en sus centros o laboratorios.

Fuente: www.irta.es



6.6 AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial)

Representado por el director comercial de Fruits de Ponent, Miquel Quílez.



Con cerca de 25.000 asociados, AECOC es una de las mayores asociaciones empresariales de nuestro país y la única en la que fabricantes y distribuidores trabajan conjuntamente para la mejora del sector a fin de aportar mayor valor al consumidor.

Las empresas asociadas a AECOC facturan en conjunto más de 180.000 millones de euros anuales, lo que supone cerca del 20% del PIB nacional.

AECOC, que nació para impulsar la introducción en España del código de barras, ha evolucionado para ofrecer a la industria y la distribución un marco de colaboración imprescindible para poder llegar al consumidor de la forma más eficaz posible.

Por ello, la asociación constituye un auténtico punto de encuentro en áreas y actividades que afectan al conjunto de la cadena, tales como:

-  Marketing-Área de la Demanda.
-  Comercio Electrónico-EDI (Intercambio Electrónico de Documentos).
-  Codificación-Identificación.
-  Seguridad Alimentaria y Nutrición.
-  Logística y Transporte.

En estrecha colaboración con sus empresas asociadas, AECOC trabaja para detectar oportunidades de mejora e impulsar prácticas de eficiencia en cada una de estas áreas. Además, en todas ellas, AECOC ofrece servicios de asesoramiento y consultoría, formación e investigación.



Partiendo del sector del gran consumo, AECOC, que reúne tanto a las mayores compañías como a las pymes, se ha convertido en una asociación multisectorial que engloba a empresas de sectores tan diversos como el de la alimentación, el textil, la ferretería y el bricolaje, productos farmacéuticos, deportes o del sector sanitario.

En cada uno de estos sectores, la asociación organiza seminarios destinados a acercar a sus profesionales la actualidad y las tendencias de su área de actividad, así como puntos de encuentro de carácter temático en los que se analizan las nuevas estrategias comerciales y de gestión. Asimismo, AECOC celebra anualmente el mayor punto de encuentro nacional del sector del gran consumo; una cita que reúne a más de mil empresarios y altos directivos de las principales compañías de la industria y la distribución de todo el país.

Misión

“Contribuir a hacer más eficientes y sostenibles las relaciones entre las empresas de producción y distribución, aportando mayor valor al consumidor a través de la identificación de oportunidades de mejora a lo largo de toda la cadena.”

Fuente: www.aecoc.es



6.7 CCPI, Consejo Catalán de Producción Integrada

Representado por dos productores de Fruits de Ponent. En la parte de elaboradores, Sebastià Gòdia, y en la parte de productores, Antoni Escarp.



Consell Català de la Producció Integrada

Consumir productes amb el segell de producció integrada és garantia de qualitat, seguretat i protecció del medi ambient.

¿Qué es?

La producción integrada es un sistema de producción de alimento de calidad mediante métodos respetuosos con la salud humana y el medio ambiente.

La producción integrada da respuesta a las demandas de calidad y seguridad en los alimentos que exigen los consumidores responsables.

La calidad y la seguridad de los productos se garantiza mediante una certificación oficial.

¿Cómo actúa?

La protección del medio ambiente y de la salud de los consumidores y de los agricultores se garantiza mediante la utilización de técnicas de producción, comercialización y elaboración que:

- Minimicen el uso de agroquímicos y de abonos en la producción de alimentos.
- Apliquen procesos que favorezcan la diversidad del ecosistema agrícola, ya que respetan la flora y la fauna autóctonas, y potencian la actividad conservadora del medio rural y del paisaje.
- Produzcan de acuerdo con técnicas que tengan en cuenta los modernos conocimientos técnicos y científicos.
- Adapten las empresas agrícolas a la forma de producción intensiva para asegurarse la viabilidad económica.



Los productores, elaboradores y envasadores de los alimentos están obligados a cumplir todas las condiciones fijadas en las normas técnicas de producción establecidas para cada cultivo, como la obligación de llevar un cuaderno de explotación y, si procede, un cuaderno de poscosecha, que recoja las anotaciones de todas las intervenciones hechas sobre el cultivo y los productos. Así se controla la historia de los alimentos, desde el campo hasta el punto de venta (trazabilidad).

¿Quién lo garantiza?

El Departamento de Agricultura, Alimentación y Acción Rural de la Generalitat de Catalunya y el Consejo Catalán de la Producción Integrada garantizan que los productos etiquetados con el distintivo de la producción integrada cumplen las normas establecidas por el Decreto 214/2002, que regula esta producción.

Únicamente certifican los productos de producción integrada en Cataluña empresas acreditadas con el cumplimiento de la Norma EN-45011. Estos productos se identifican con la mariquita, que es el distintivo de la producción integrada en Cataluña.

Fuente: www.producciointegrada.cat



6.8 DOP Pera de Lleida

Representado por el presidente de Fruits de Ponent, Felip Saló.



La Denominación de Origen Protegida Pera de Lleida está inscrita en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas de la Comisión Europea desde el mes de marzo de 2011.

Esta inscripción representa el reconocimiento oficial de la Comisión a la Pera de Lleida, en sus variedades de blanquilla, limonera y Conference, y a las características únicas que le confiere el territorio en el que se cultiva (El Segrià, La Noguera, L'Urgell, El Pla d'Urgell y Les Garrigues).

Las variedades de la DOP Pera de Lleida presentan particularidades organolépticas —entre las que destaca especialmente su dulzor—, de forma y de color que las diferencian del resto de peras producidas en España y en el resto de Europa.

Este registro definitivo representa la culminación de un proceso que se inició en el año 2004, impulsado por Catalonia Qualitat, y que tenía como objetivo destacar las cualidades diferenciadas de la producción de peras de Lleida respecto a las del resto de zonas e identificar esta calidad superior en el punto de venta, trasladando esta información al consumidor.

El largo proceso de reconocimiento se vio marcado en 2006 por un cambio de legislación y obtuvo su primer fruto en 2008 con el reconocimiento provisional del distintivo DOP Pera de Lleida, que ya se podía comercializar en todo el territorio español.



La DOP

La política europea de calidad reconoce y protege las denominaciones de determinados productos específicos que están relacionados con un territorio o con un método de producción. Este reconocimiento se traduce en los logotipos que permiten identificar productos de calidad diferenciada en la UE y que, mediante controles específicos, garantizan su autenticidad.

Un producto identificado con el distintivo DOP (Denominación de Origen Protegida) ha demostrado que tiene unas características que sólo son posibles gracias al entorno natural y a las habilidades de los productores de la zona a la que está asociado. También se caracteriza porque todas las fases del proceso de producción del alimento se realizan en la zona en cuestión, a diferencia de una IGP (Indicación Geográfica Protegida).

Así, la Orden AAR/317/2008, de 23 de junio, aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen Protegida Pera de Lleida (DOGC núm. 5163, del 01/07/2008).

Finalidades del Consejo Regulador

Las finalidades del Consejo Regulador son la representación, la defensa y la garantía de la DOP, así como la promoción de la DOP y de sus características específicas.

Fuente: www.peralleida.com



6.9 Fundación FUNDE

Representado por cuatro representantes de Fruits de Ponent: Dolors Camí, M^a Jesús Sisó, Laura Ortiz y Mercè Aguado.



FUNDE, Asociación de Empresarias, Directivas y Profesionales, es una asociación sin ánimo de lucro que integra a más de 200 empresarias y directivas del sector privado y público de Lleida y de Barcelona.

Adheridas a la Federación Nacional de Empresarias y Ejecutivas, con sede en Valencia, que integra a más de 30 asociaciones de ejecutivas y empresarias de toda España, y a la Federación Internacional de Mujeres de Negocios (Business Professional Women (BPW), con sede en Nueva York, con más de 26.000 socias en todo el mundo. Somos las representantes del Club BPW Lleida - Spain.

Misión

La misión principal es ser un referente del saber femenino en el mundo de la economía y los negocios, convirtiéndose en un *lobby* cohesionado y de prestigio de mujeres profesionales, directivas y empresarias.

Valores

Proximidad, profesionalidad y calidad (PPQ) son los valores fundamentales.

Se busca un crecimiento sostenido, cuidando los detalles, la calidad de la entidad y la de los servicios. También la proximidad para conocer a las socias, sus necesidades y favorecer su satisfacción.

Objetivos

Funde tiene como objetivos principales:



- ☞ Ser una red de negocios dinámica.
- ☞ Alcanzar los intereses del colectivo que representa.
- ☞ Ofrecer unos servicios de calidad.
- ☞ Fidelizar y ampliar sus miembros.

Pretensiones

Con un enfoque plural, interdisciplinario, independiente y sin ánimo de lucro, dedicamos nuestras acciones a facilitar a las mujeres empresarias, directivas y profesionales:

- ☞ El acceso a la información.
- ☞ La ayuda a la creación de empresas, facilitando la consolidación de la mujer en el tejido empresarial.
- ☞ El acceso a canales de financiación.
- ☞ La creación de una red empresarial de intercambio de productos, experiencias y servicios.
- ☞ El acceso a la formación de calidad, adaptada a nuestras necesidades.
- ☞ El acceso a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Socias

Pueden ser miembros de FUNDE las profesionales independientes, las empresarias y las directivas o mujeres con cargos de responsabilidad del sector privado y también del público.

De esta forma, la red de intercambio de conocimientos y de servicios se enriquece con el *know-how*, o “saber hacer”, de todas las mujeres que forman parte de ella.

Fuente: www.funde.net



6.10 SEDEX

Participación directa de la responsable de Calidad de Fruits de Ponent, Mercè Aguado.



Sedex es una organización sin ánimo de lucro cuyo objetivo es posibilitar mejoras en las prácticas comerciales responsables y éticas de las cadenas de suministro de todo el mundo.

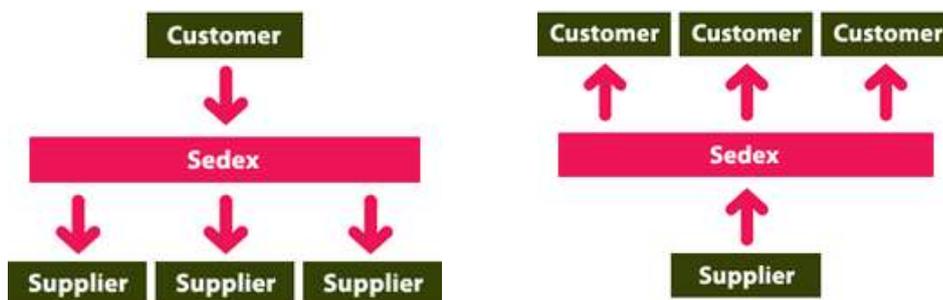
Como la mayor plataforma de colaboración para compartir información de cadenas de suministros éticas, es una solución de gestión de cadena de suministro eficaz e innovadora que le permite reducir el riesgo, proteger la reputación de su empresa y mejorar las prácticas empleadas en sus cadenas de suministro.

¿Qué hace?

Sedex ofrece un modo simple y eficaz de gestionar prácticas éticas y responsables en su cadena de suministro.

Su producto principal es una base de datos en línea segura que permite a los miembros almacenar, compartir y generar informes sobre 4 áreas clave:

-  Normativas laborales.
-  Prevención de riesgos laborales.
-  Medio ambiente.
-  Prácticas empresariales.





Los compradores pueden ver y gestionar información ética para todos los proveedores en un entorno seguro.

Los proveedores pueden introducir su información ética y seleccionar compartirla con varios clientes a través del sistema de Sedex.

Para los compradores: Sedex ofrece un sistema en línea para recoger y analizar información sobre prácticas empresariales responsables en sus cadenas de suministro.

Una serie de herramientas para la generación de informes que permiten mantener un seguimiento del rendimiento de sus proveedores, además de disponer de acceso a una herramienta de evaluación de riesgos que ha sido desarrollada por [Maplecroft](#).

Para los proveedores: Sedex proporciona un modo eficaz y económico de compartir información ética con diversos clientes, lo que ayuda a reducir el papeleo innecesario, así como a ahorrar tiempo y dinero.

Los proveedores cumplimentan un cuestionario de autoevaluación y pueden decidir compartirlo con varios clientes de Sedex junto con otra información ética relevante, como informes de auditoría y certificaciones.

El sistema de Sedex es seguro y confidencial, por lo que los proveedores tienen todo el control sobre quién puede ver sus datos.

Al permitir a los proveedores compartir los mismos datos con numerosos clientes, Sedex ayuda a disminuir el número de auditorías y cuestionarios, dejando que ambas partes se concentren en llevar a cabo verdaderas mejoras.

Fuente: www.sedexglobal.com



6.11 *Fundación Banco de los Alimentos*



¿Qué hacen?

El **Banco de los Alimentos** es una fundación benéfica privada, independiente y sin ánimo de lucro que tiene como objetivo luchar contra el hambre de aquí, evitar que los alimentos consumibles pero no comercializables sean destruidos y, finalmente, hacerlos llegar a las personas más necesitadas de nuestro entorno más inmediato.

Toda la acción del **Banco de los Alimentos** se basa en la gratuidad de los alimentos que recibimos y en su distribución justa a través de las entidades benéficas que atienden a los beneficiarios finales. Esto se lleva a cabo gracias al trabajo de más de 140 personas, la gran mayoría voluntarias.

Últimamente, las bolsas de pobreza y de colectivos marginados han crecido de forma exponencial y, en consecuencia, la demanda de alimentos que nos hacen las entidades receptoras para las personas y familias que atendemos prácticamente se ha duplicado. Este es un problema que tenemos todos ahora y aquí.

Paralelamente, seguimos comprobando que en nuestra sociedad se siguen destruyendo alimentos aprovechables. Y aunque cada vez las empresas fabricantes de productos alimenticios son más conscientes de que hay que evitar este derroche, a los vertederos siguen llegando alimentos que se habrían podido aprovechar cumpliendo todas las normas sanitarias.

Estamos convencidos de que muchas personas son conscientes de esta situación y quisieran ayudar a paliarla. Todo el mundo puede colaborar: las empresas dándonos los excedentes de productos consumibles, las personas haciendo donaciones de alimentos y todo el mundo ayudando económicamente o haciendo de voluntario para conseguir más alimentos para repartir entre los más necesitados de nuestro país. Desgraciadamente, el hambre ahora tiene más bocas. Muchas personas de aquí se encuentran en esta triste situación, y por eso hay que echar una mano.



Historia

El concepto *Banco de los Alimentos* nace en Phoenix, Arizona (EE. UU.), en 1966, de la mano de John van Engel. Casi veinte años después, en 1984, el proyecto se introduce en Europa a través del Banco de Alimentos de París. Y al cabo de tres años, en 1987, se funda el primer Banco de los Alimentos en España, con sede en Barcelona, bajo el nombre Fundación Benéfica Banco de los Alimentos. Así, el Banco de los Alimentos representa una institución pionera en el ámbito estatal.

Actualmente en España existen 52 bancos de alimentos, uno en cada provincia, agrupados en la Federación Española de Bancos de Alimentos (FESBAL).

A nivel europeo, se cuentan 240 bancos de alimentos en 21 países diferentes que se reúnen en la Federación Europea de Bancos de Alimentos (FEBA).

Y a nivel mundial, existe la Red Global de Bancos de Alimentos (Foodbanking), que comprende todos los bancos de alimentos situados en los diversos continentes. Cabe destacar, no obstante, que esta estructura en red no limita la autonomía en la que opera cada banco en su área local.

Misión y valores

La misión del Banco de los Alimentos es recibir productos alimenticios y repartirlos entre las entidades benéficas homologadas para que los hagan llegar a las personas que pasan hambre en nuestro entorno más cercano. Pero la actuación del Banco de los Alimentos va más allá de la pura recepción y distribución de alimentos. Desde nuestra fundación, queremos:

- ✚ Ayudar a paliar la pobreza y la exclusión social.
- ✚ Luchar contra el despilfarro de alimentos.
- ✚ Mantener la cadena de solidaridad alimentaria (estableciendo un puente entre los excedentes de alimentos de las industrias productoras y las necesidades más cercanas).
- ✚ Promover un desarrollo más sostenible y eficiente de los recursos (convirtiendo los alimentos no comercializables en recursos solidarios).
- ✚ Asegurar una justa distribución de los alimentos recaudados a los que más lo necesitan de aquí.

Nuestro esfuerzo apunta, por lo tanto, a hacer cumplir uno de los derechos humanos más fundamentales: el de una alimentación suficiente y saludable para



todos. Y para conseguirlo, es fundamental el trabajo desinteresado de todos los voluntarios que colaboran en la gestión diaria del Banco de los Alimentos, que también lucha contra el cambio climático. En 2010, el Banco de los Alimentos recibió un galardón de la Agencia Catalana de Residuos por su aportación contra el cambio climático. En efecto, por cada tonelada que el Banco de los Alimentos aprovecha se evita la emisión de 4,5 toneladas de CO₂. Todos los Bancos de los Alimentos adscritos a la Federación Europea comparten los mismos valores éticos inspirados en la Carta Fundacional.

La cadena solidaria

La cadena solidaria del Banco de los Alimentos es mucho más que un almacén. Es una cadena humana que durante todo el año mueve el engranaje para hacer llegar altruistamente alimentos y afecto a las personas más necesitadas de aquí. Recupera, gestiona y distribuye de manera justa alimentos no comercializables, pero aún consumibles en perfectas condiciones, lo que supone para las empresas donantes un servicio de gestión de sus excedentes. Durante el año 2010, la cadena solidaria de la Fundación Banco de los Alimentos de Barcelona ha representado:



Programa de frutas y hortalizas de retiradas de mercado





Con el fin de estabilizar los mercados y mantener un nivel de rentabilidad para los agricultores, la UE subvenciona la retirada de frutas y hortalizas si se destinan a otros usos al margen del mercado. Entre ellos, y lo más importante, la ayuda humanitaria para la distribución gratuita a través de las organizaciones caritativas.

La UE fomenta la concentración de la oferta y la comercialización proporcionando ayudas para la creación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH).

Entre las principales ayudas, la administración les aprueba un programa operativo que puede incluir edificios, maquinaria, actuaciones medioambientales etc., y también las retiradas.

La cantidad de frutas y hortalizas que una OPFH puede destinar a retiradas tiene un límite del 5% de los kilos que ha comercializado en las tres campañas anteriores que significa grandes volúmenes.

El precio de retirada lo ha fijado la UE para cada producto añadiendo un complemento para la clasificación, el envasado y el transporte.

Las condiciones mínimas que deben cumplir las frutas y hortalizas destinadas a las organizaciones benéficas son de calidad II o superior, calibrada y entregada en cajas de menos de 25 kg, que lleven el emblema europeo junto con la mención “productos destinados a su distribución gratuita (Reglamento CE 1580/2007)”.

Las entidades benéficas, para poder recibir las frutas y hortalizas, tienen que estar





autorizadas por el Departamento de Agricultura de la Generalitat, que tiene transferidas las competencias y pueden recibir un máximo de 500 gramos por beneficiario y día, y están obligadas a llevar una contabilidad de existencias.

A consecuencia de que la mayoría de los productos son muy perecederos, los que no pueden absorber las entidades benéficas son destinados al consumo animal o para abonos, en estos casos las OPFH reciben un 50% del valor.

La distribución la hace el Banco de los Alimentos entre sus entidades como asociadas, que tienen la autorización del Departamento de Agricultura.

Fuente: www.bancdelsaliments.org



6.12 Asociación Española Contra el Cáncer

Fruits de Ponent colabora con la Asociación en diversos proyectos de colaboración mútua.

La Asociación Española Contra el Cáncer es una ONL de carácter benéfico asistencial.



Se constituyó el 5 de marzo de 1953 con el propósito de luchar contra el cáncer en todas las modalidades conocidas o que en el futuro se conocieran.

Fue declarada de "Utilidad Pública" por acuerdo del Consejo de Ministros adoptado en su reunión del día 24 de abril de 1970.

La Asociación Española Contra el Cáncer tiene su sede central en Madrid y desarrolla su actividad en toda España gracias a sus 52 Juntas Provinciales, con representación en más de 2.000 localidades de todo el país.

Está compuesta por voluntarios, socios y personal contratado que aúnan esfuerzos para conseguir los objetivos de la Asociación. La integridad, profesionalización, dedicación y capacidad de respuesta de todos los miembros de la aecc ha generado una cultura común caracterizada por un continuo dinamismo.

La **aecc** cumple con todos los principios de transparencia y buenas prácticas de las ONG.

Fuente: www.aecc.es

6.13 Asociación 5 al día

El descenso del consumo de frutas y hortalizas frescas, sobre todo entre las franjas más jóvenes de la población, a favor de otros productos transformados (pastelería, lácteos, zumos envasados...) que disfrutan normalmente de un gran apoyo publicitario, preocupa a las instituciones que velan por la educación y la salud del consumidor.



En ese sentido, la campaña '5 al día', nacida en 1998, tiene como principal objetivo promover el consumo de las frutas y hortalizas entre los niños, así como entre sus familias y las escuelas que los forman.

El eslogan de la campaña hace referencia a la importancia que tiene para la correcta alimentación de los niños el consumo de un mínimo de cinco raciones diarias de entre frutas y hortalizas. Estos alimentos son fundamentales para el correcto desarrollo de los niños, por su riqueza en vitaminas, sales minerales, fibra y carbohidratos. Además, sirven para prevenir enfermedades que aparecen en la edad adulta como el cáncer y los problemas cardiovasculares.

En todo el mundo, hay más de 40 países que desarrollan [campañas](#) de promoción del consumo de las cinco raciones diarias de frutas y hortalizas que recomiendan médicos y dietistas.

'5 al día' es una iniciativa de la Dirección de **Mercabarna** y de **AGEM**(Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruites i Hortalisses de Barcelona i Província).





La campaña ha sido diseñada por pedagogos y psicólogos especializados en niños. Todos los materiales han sido supervisados y validados por los técnicos de los departamentos de Educación, de Salud, y de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural de la Generalitat de Catalunya.

Colaboradores

La campaña '5 al día' cuenta con el apoyo de la **Generalitat de Catalunya**, a través de los departamentos de Educación, de Salud, y de Agricultura, Ganadería, Pesca, Alimentación y Medio Natural.

En '5 al día' colaboran también todas las empresas mayoristas que forman parte de **AGEM** (Associació Gremial d'Empresaris Majoristes de Fruites i Hortalisses de Barcelona i Província).

Fuente: www.5aldia.es



7. DIMENSIÓN ECONÓMICA

7.1. Balance

| BALANCE DE SITUACION | | | |
|--|---------------------|----------------------|----------------------|
| ACTIVO | NOTAS DE LA MEMORIA | MAIG 2012 | MAIG 2011 |
| A) ACTIVO NO CORRIENTE | | 6.680.323,73 | 6.833.163,25 |
| I. Inmovilizado intangible | | 22.821,18 | 3.952,50 |
| 5. Aplicaciones informáticas | | 22.821,18 | 3.952,50 |
| Aplicaciones informáticas | | 177.304,47 | 147.436,23 |
| Amortización acumulada de aplicaciones informáticas | | -154.483,29 | -143.483,73 |
| II. Inmovilizado material | | 6.411.121,99 | 6.578.749,13 |
| 1. Terrenos y construcciones | | 2.900.708,32 | 2.394.814,11 |
| Construcciones | | 3.207.632,84 | 2.637.615,22 |
| Amortización acumulada de construcciones | | -606.924,52 | -442.801,11 |
| 2. Instalaciones técnicas, maquinaria, utillaje, mobiliario y otro inmovilizado material | | 3.773.841,25 | 3.511.021,87 |
| Instalaciones técnicas | | 294.262,87 | 257.262,05 |
| Maquinaria | | 5.230.086,53 | 4.633.197,15 |
| Utillaje | | 2.889.479,87 | 2.380.220,42 |
| Mobiliario | | 47.148,97 | 47.148,97 |
| Equipos para procesos de información | | 202.581,82 | 202.581,82 |
| Elementos de transporte | | 67.682,31 | 80.719,60 |
| Amortización acumulada de instalaciones técnicas | | -84.718,18 | -58.579,69 |
| Amortización acumulada de maquinaria | | -2.680.718,41 | -2.143.181,84 |
| Amortización acumulada de utillaje | | -1.909.027,29 | -1.611.662,21 |
| Amortización acumulada de mobiliario | | -46.088,08 | -45.182,08 |
| Amortización acumulada de equipos para procesos de información | | -183.234,27 | -160.382,72 |
| Amortización acumulada de elementos de transporte | | -73.636,89 | -71.119,80 |
| 3. Inmovilizado en curso y anticipos | | 36.572,42 | 672.913,15 |
| Inmovilizaciones materiales en curso | | 36.572,42 | 672.913,15 |
| IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo | | 124.101,12 | 124.101,12 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | 124.101,12 | 124.101,12 |
| Participaciones a largo plazo en empresas del grupo | | 83.106,28 | 63.106,28 |
| Participaciones a largo plazo en empresas asociadas | | 274.200,76 | 274.200,76 |
| Deterioro de valor de participaciones a largo plazo en partes vinculadas | | -213.205,92 | -213.205,92 |
| V. Inversiones financieras a largo plazo | | 115.347,31 | 119.428,37 |
| 1. Instrumentos de patrimonio | | 113.418,25 | 119.428,37 |
| Inversiones financieras a largo plazo en instrumentos de patrimonio | | 113.418,25 | 119.428,37 |
| 5. Otros activos financieros | | 1.929,06 | 1.929,06 |
| Fianzas y depósitos constituidos a largo plazo | | 1.929,06 | 1.929,06 |
| VI. Activos por impuesto diferido | | 6.932,13 | 6.932,13 |
| Activos por impuesto diferido | | 6.932,13 | 6.932,13 |
| B) ACTIVO CORRIENTE | | 5.222.053,32 | 4.352.831,68 |
| II. Existencias | | 446.676,66 | 327.214,07 |
| 1. Comerciales | | 164.123,20 | 95.354,30 |
| Comerciales | | 154.123,20 | 95.354,30 |
| 2. Materias primas y otros aprovisionamientos | | 292.753,46 | 231.658,77 |
| Otros aprovisionamientos | | 306.345,40 | 246.451,71 |
| Deterioro de valor de otros aprovisionamientos | | -13.591,94 | -13.591,94 |
| III. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar | | 3.159.307,70 | 1.005.340,85 |
| 1. Clientes por ventas y prestaciones de servicios | | 2.683.741,00 | 918.197,59 |
| Clientes | | 2.424.380,12 | 726.850,35 |
| Clientes, efectos comerciales a cobrar | | 259.360,88 | 191.347,24 |
| Clientes, de dudoso cobro | | 584.780,94 | 405.558,61 |
| Deterioro de valor de créditos por operaciones comerciales | | -684.780,94 | -405.558,61 |
| 2. Empresas del grupo, y asociadas, deudores | | 514.294,21 | 12.840,44 |
| Clientes, empresas asociadas | | 514.294,21 | 12.840,44 |
| 3. Deudores varios | | -216.796,80 | -163.318,19 |
| Deudores varios | | -216.796,80 | -163.318,19 |
| 5. Activos por impuesto corriente | | 0,00 | 9.145,93 |
| Hacienda Pública, deudor por devolución de impuestos | | 0,00 | 9.145,93 |
| 6. Otros créditos con las Administraciones públicas | | 178.069,29 | 228.475,18 |
| Hacienda Pública, deudor por IVA | | 163.714,89 | 228.475,23 |
| Hacienda Pública, IVA soportado | | 0,04 | -0,05 |
| Hacienda retenciones y pagos a cuenta | | 14.354,36 | 0,00 |
| IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo | | 266.635,33 | 0,00 |
| 5. Otros activos financieros | | 266.635,33 | 0,00 |
| Cuenta corriente con empresas del grupo | | 266.635,33 | 0,00 |
| V. Inversiones financieras a corto plazo | | 310.671,15 | 2.627.939,52 |
| Créditos a corto plazo | | 496.812,27 | 496.812,27 |
| Deterioro de valor de créditos a corto plazo | | -496.812,27 | -496.812,27 |
| 3. Valores representativos de deuda | | 197.909,46 | 0,00 |
| Valores representativos de deuda a corto plazo | | 197.909,46 | 0,00 |
| 5. Otros activos financieros | | 112.761,69 | 2.627.939,52 |
| Imposiciones a corto plazo | | 0,00 | 2.520.404,00 |
| Fianzas constituidas a corto plazo | | 112.761,69 | 107.535,52 |
| VI. Periodificaciones a corto plazo | | 83.924,48 | 285.653,71 |
| Gastos anticipados | | 83.924,48 | 285.653,71 |
| VII. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes | | 954.638,00 | 106.683,43 |
| 1. Tesorería | | 954.638,00 | 104.754,37 |
| Bancos e instituciones de crédito c/c. vista, euros | | 954.638,00 | 104.754,37 |
| TOTAL ACTIVO (A +B) | | 11.902.377,05 | 11.185.994,93 |



| PATRIMONIO NETO Y PASIVO | MEMORIA | MAIG 2012 | MAIG 2011 |
|--|----------------|-----------------------|-----------------------|
| A) PATRIMONIO NETO | | -2.065.146,04 | -1.747.683,13 |
| A-1) Fondos propios | | -651.686,53 | -772.222,56 |
| I. Capital | | 0,00 | -138.232,80 |
| 1. Capital escriturado | | 0,00 | -138.232,80 |
| Fondo social | | 0,00 | -138.232,80 |
| III. Reservas | | -631.588,13 | -606.741,72 |
| 1. Legal y estatutarias | | -626.467,31 | -601.620,90 |
| Reservas legal. | | -626.467,31 | -601.620,90 |
| 2. Otras reservas | | -5.120,82 | -5.120,82 |
| Reserva voluntaria. | | -5.120,82 | -5.120,82 |
| V. Resultados de ejercicios anteriores | | 0,00 | 53.664,60 |
| 2. (Resultados negativos de ejercicios anteriores) | | 0,00 | 53.664,60 |
| Resultados negativos de ejercicios anteriores. | | 0,00 | 53.664,60 |
| VII. Resultado del ejercicio | | -20.100,40 | -80.912,64 |
| Compras y Gastos | | 34.438.848,81 | 31.726.272,21 |
| Ingresos | | -34.458.949,21 | -31.807.184,85 |
| A-3) Subvenciones, donaciones y legados recibidos. | | -1.413.457,51 | -975.460,57 |
| Subvenciones oficiales de capital | | -1.413.457,51 | -975.460,57 |
| B) PASIVO NO CORRIENTE | | -4.668.853,63 | -5.086.488,32 |
| I. Provisiones a largo plazo | | -315.653,37 | -140.136,77 |
| 4. Otras provisiones | | -315.653,37 | -140.136,77 |
| Provisión para otras responsabilidades. | | -315.653,37 | -140.136,77 |
| II. Deudas a largo plazo | | -3.757.243,86 | -4.598.127,16 |
| 2. Deuda con entidades de crédito | | -3.753.428,91 | -4.598.127,16 |
| Deudas a largo plazo con entidades de crédito. | | -3.753.428,91 | -4.598.127,16 |
| 5. Otros pasivos financieros | | -3.814,95 | 0,00 |
| Fianzas recibidas a largo plazo. | | -3.814,95 | 0,00 |
| III. Deudas con empresas del grupo y asociadas a largo plazo. | | -242.390,10 | -104.157,30 |
| Deudas a largo plazo con socios | | -138.232,80 | 0,00 |
| Otras deudas a largo plazo, empresas asociadas | | -104.157,30 | -104.157,30 |
| IV. Pasivos por impuesto diferido | | -353.566,30 | -244.067,09 |
| Pasivo por diferencias temporarias imponibles | | -353.566,30 | -244.067,09 |
| C) PASIVO CORRIENTE | | -5.168.377,38 | -4.351.823,48 |
| I. Pasivos no corrientes vinculados con activos no corrientes mantenidos para | | | |
| II. Provisiones a corto plazo | | 14.513,12 | 0,00 |
| Provisiones a corto plazo | | 14.513,12 | 0,00 |
| III. Deudas a corto plazo | | -922.518,26 | -930.087,67 |
| 2. Deuda con entidades de crédito | | -922.518,26 | -930.087,67 |
| Deudas a corto plazo con entidades de crédito. | | -891.019,22 | -905.047,53 |
| Intereses a corto plazo de deudas con entidades de crédito. | | -31.499,04 | -25.040,14 |
| IV. Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo | | 0,00 | -181.628,21 |
| Intereses a corto plazo de deudas, empresas asociadas | | 0,00 | -180.000,00 |
| Cuenta corriente con empresas del grupo | | 0,00 | -1.628,21 |
| V. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar | | -4.223.895,95 | -3.119.604,30 |
| 1. Proveedores | | -733.916,59 | -723.099,22 |
| Proveedores. | | -148.095,10 | -272.076,63 |
| Proveedores, efectos comerciales a pagar. | | -285.058,55 | -95.543,73 |
| Proveedores, otras partes vinculadas | | -300.762,94 | -355.478,86 |
| 2. Proveedores, empresas del grupo y asociadas | | -676.795,43 | -566.753,30 |
| Proveedores, empresas del grupo. | | -108.355,95 | -355.161,04 |
| Proveedores, empresas asociadas. | | -568.439,48 | -211.592,26 |
| 3. Acreedores varios | | -2.508.368,58 | -1.532.037,20 |
| Acreedores varios. | | -2.508.368,58 | -1.532.037,20 |
| 4. Personal (remuneraciones pendientes de pago) | | -153.938,59 | -174.796,37 |
| Remuneraciones pendientes de pago. | | -153.938,59 | -174.796,37 |
| 6. Otras deudas con las Administraciones Públicas | | -150.876,76 | -122.918,21 |
| Hacienda Pública, acreedor por IVA. | | 0,00 | -0,02 |
| Hacienda Pública, acreedor por relaciones practicadas. | | -27.387,06 | -18.482,58 |
| Organismos de la Seguridad Social, acreedores. | | -123.489,72 | -104.435,61 |
| Hacienda Pública, IVA repercutido. | | 0,02 | 0,00 |
| VI. Periodificaciones a corto plazo | | -36.476,29 | -120.503,30 |
| Remuneraciones pendientes de pago. | | -36.476,29 | -120.503,30 |
| TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A + B + C) | | -11.902.377,05 | -11.186.994,93 |

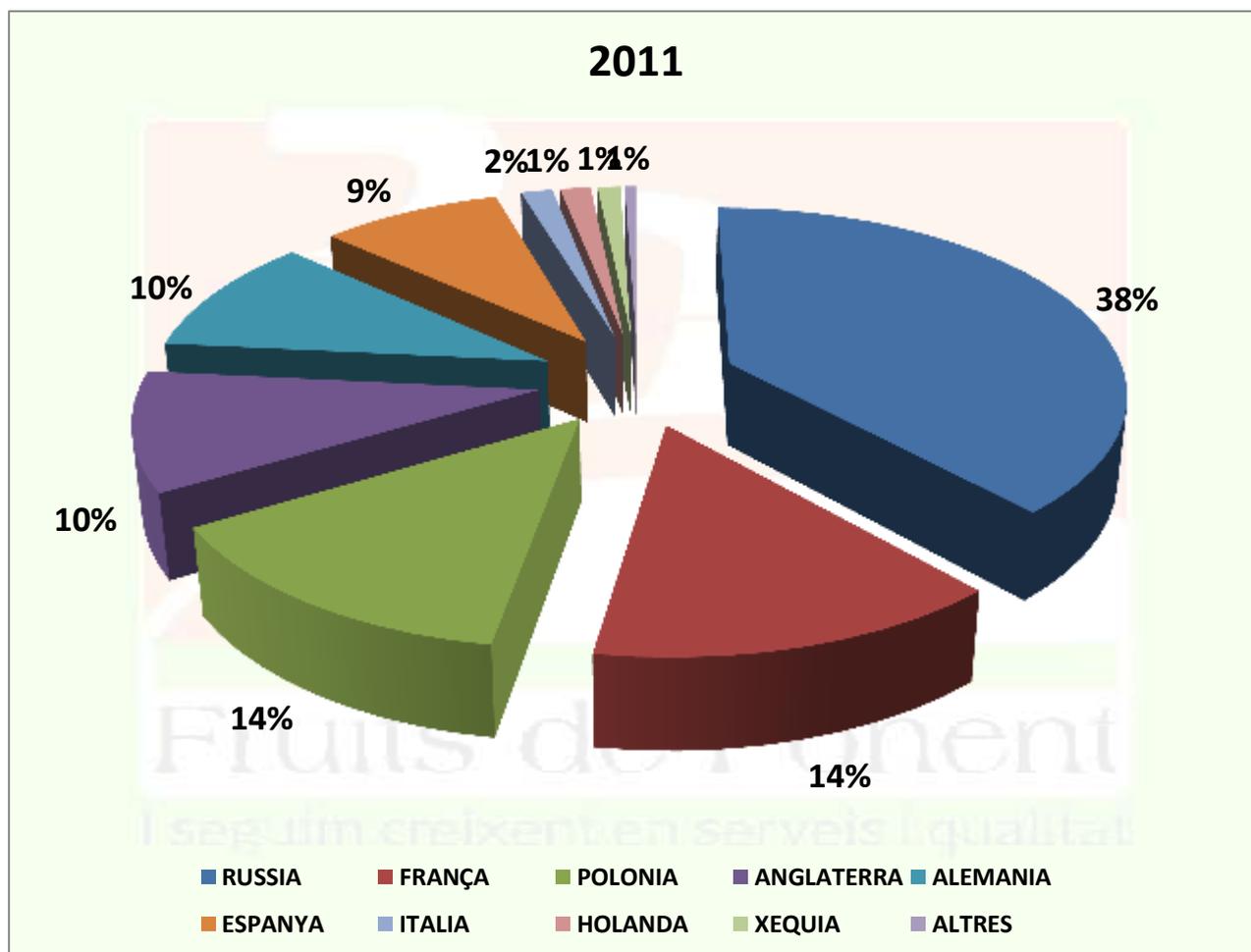


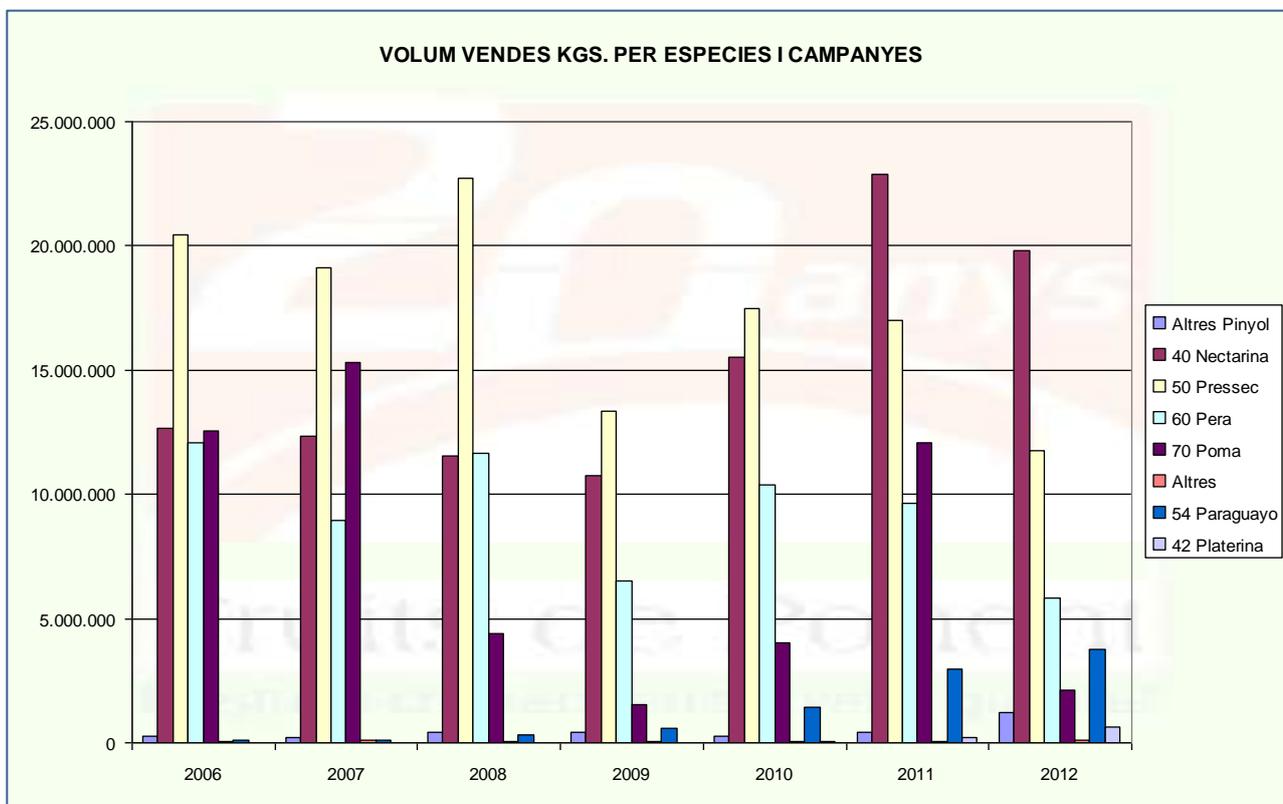
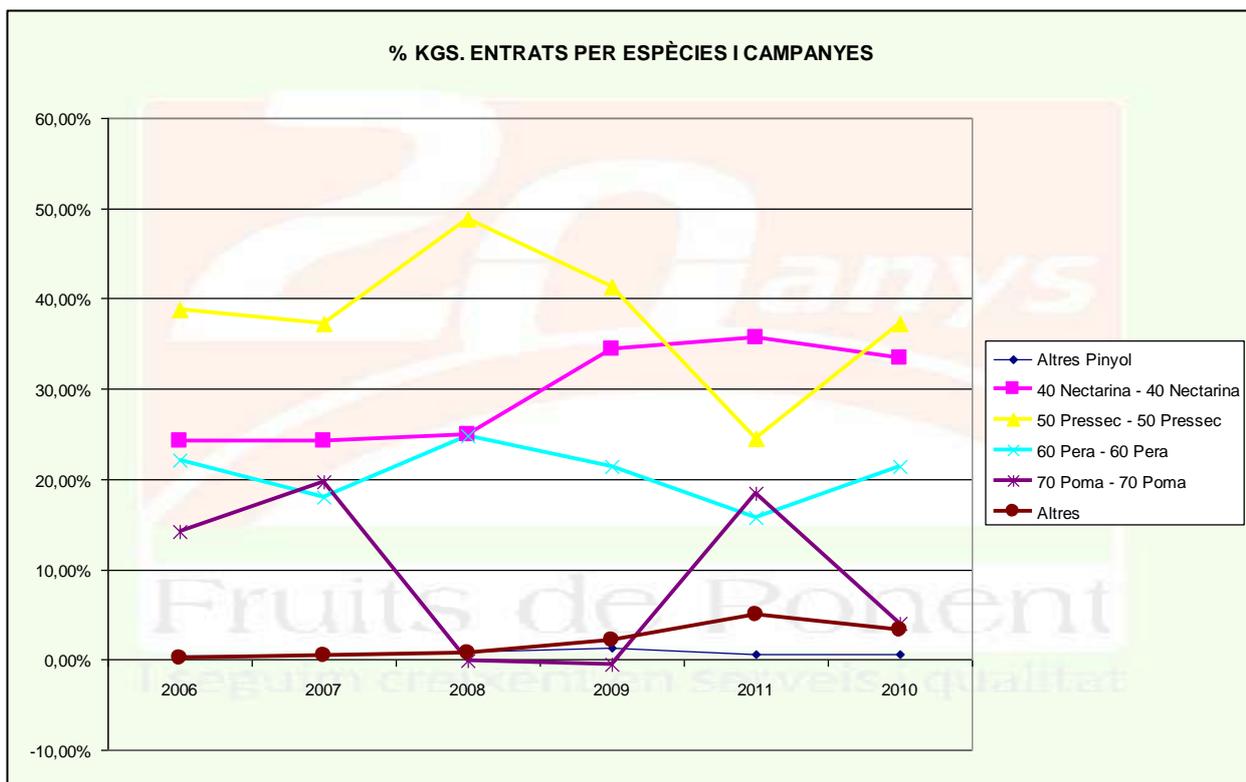
7.2. Ventas

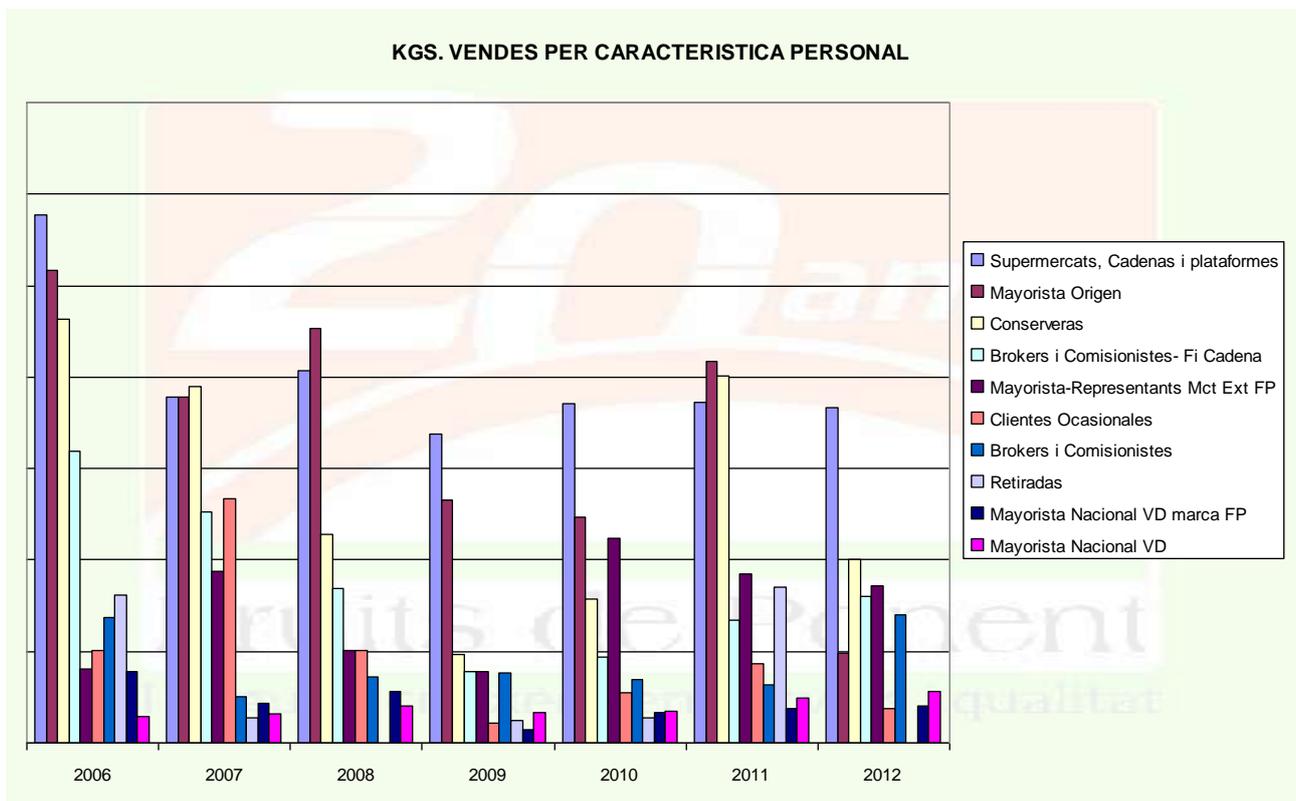
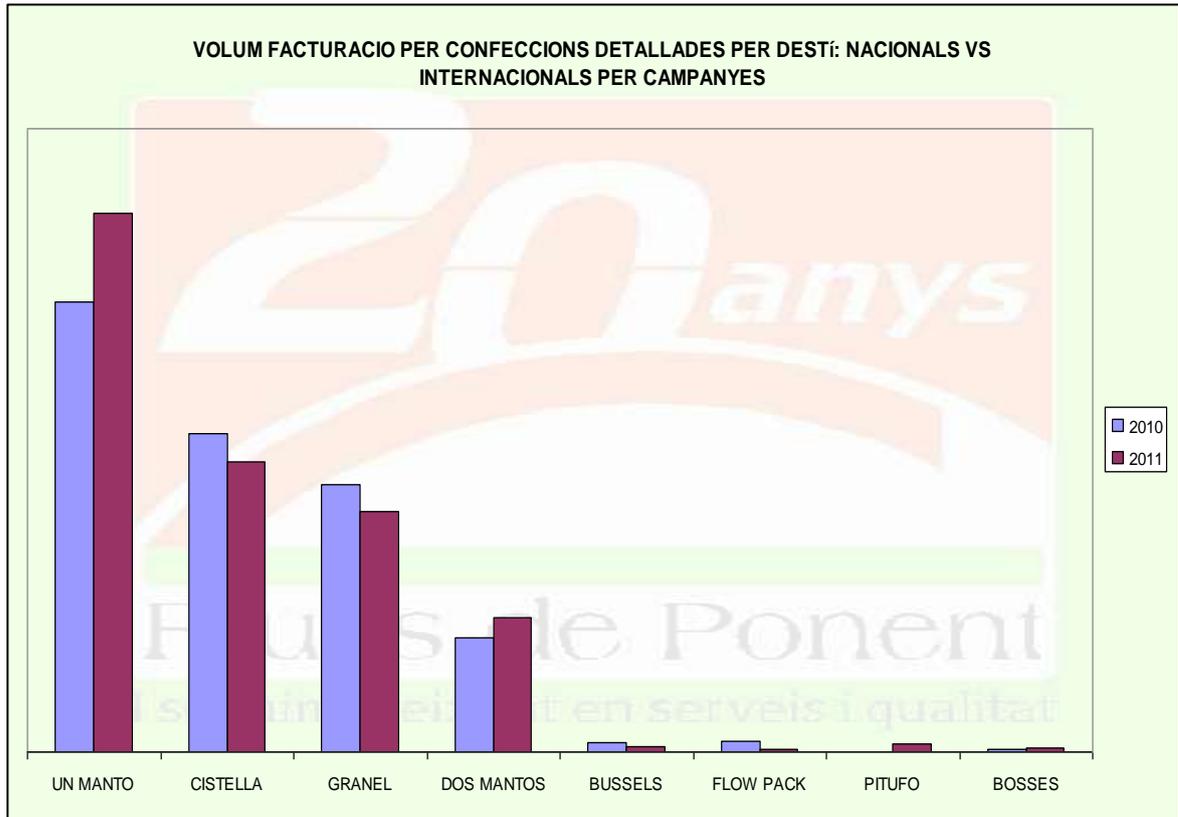
La actividad de Fruits de Ponent es principalmente la venta de fruta dulce, aunque existen otras vías de negocio encaminadas, principalmente, a dar servicio a nuestros socios:

| Concepto | % facturación |
|-------------------------|---------------|
| Venta de fruta | 93,12% |
| Venta de vivero | 2,02% |
| Venta de cereal | 3,69% |
| Venta de conserva | 0,04% |
| Venta de envases | 0,51% |
| Prestación de servicios | 0,62% |

La venta de fruta se distribuye por toda Europa:







8. DIMENSIÓN AMBIENTAL

Fruits de Ponent tiene implantado desde septiembre de 2010 un Sistema de Gestión Medioambiental según la norma UNE-EN-ISO 14001:2004. Así, la política de gestión incluye la protección del medio ambiente como uno de sus principales pilares.

8.1. Factores ambientales significativos

Debido a la actividad de Fruits de Ponent, los factores ambientalmente significativos se reducen únicamente a aspectos ambientales potenciales, entre los que se encuentran aquellos derivados de incendios, como pueden ser:

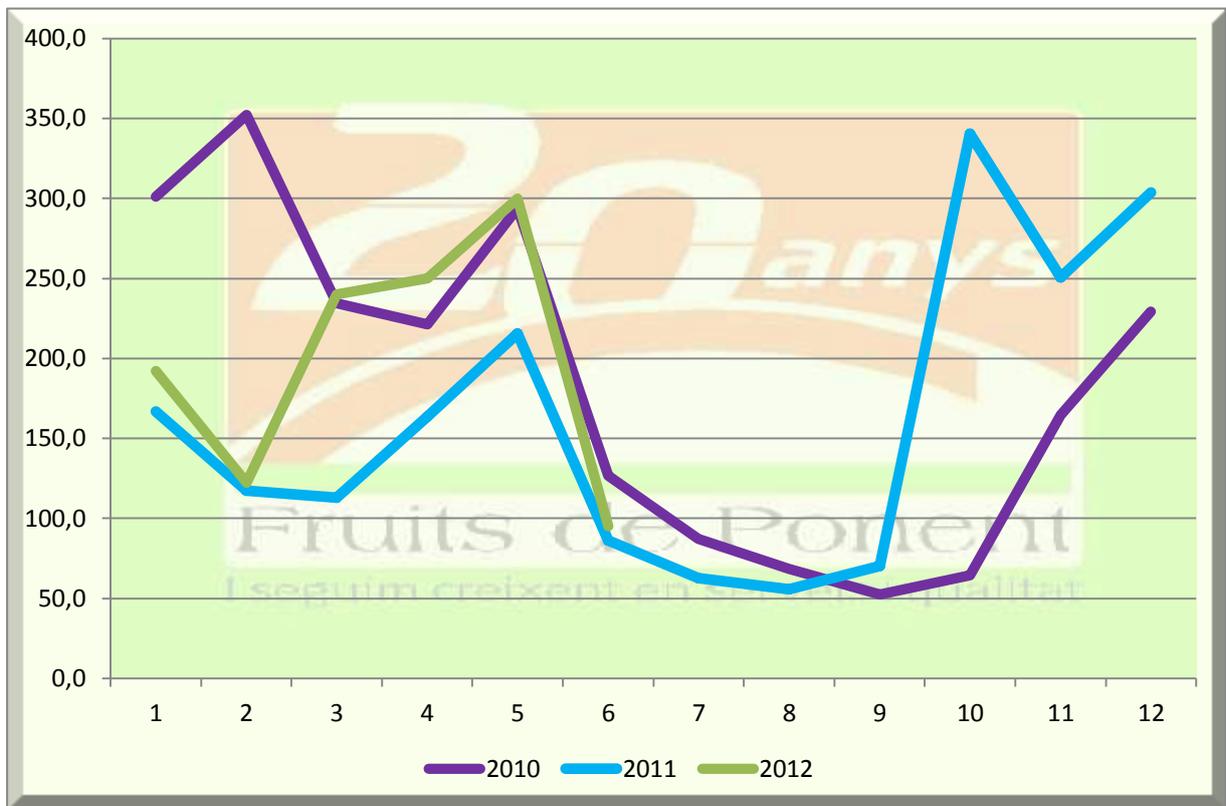
- + Gases.
- + Contaminantes químicos gaseosos. Fuga de amoníaco.



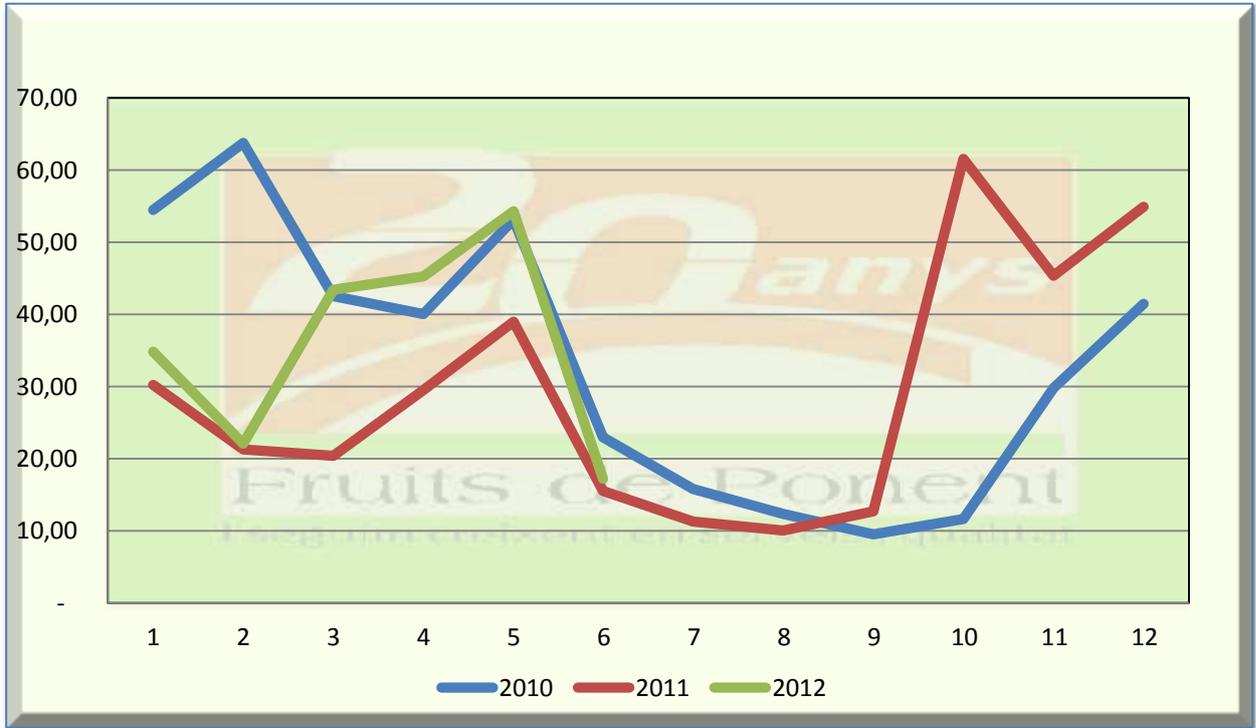
8.2. Objectius e indicadors

Gracias a la consolidación del sistema medioambiental, se pueden analizar una serie de indicadores que evalúan la bondad del sistema.

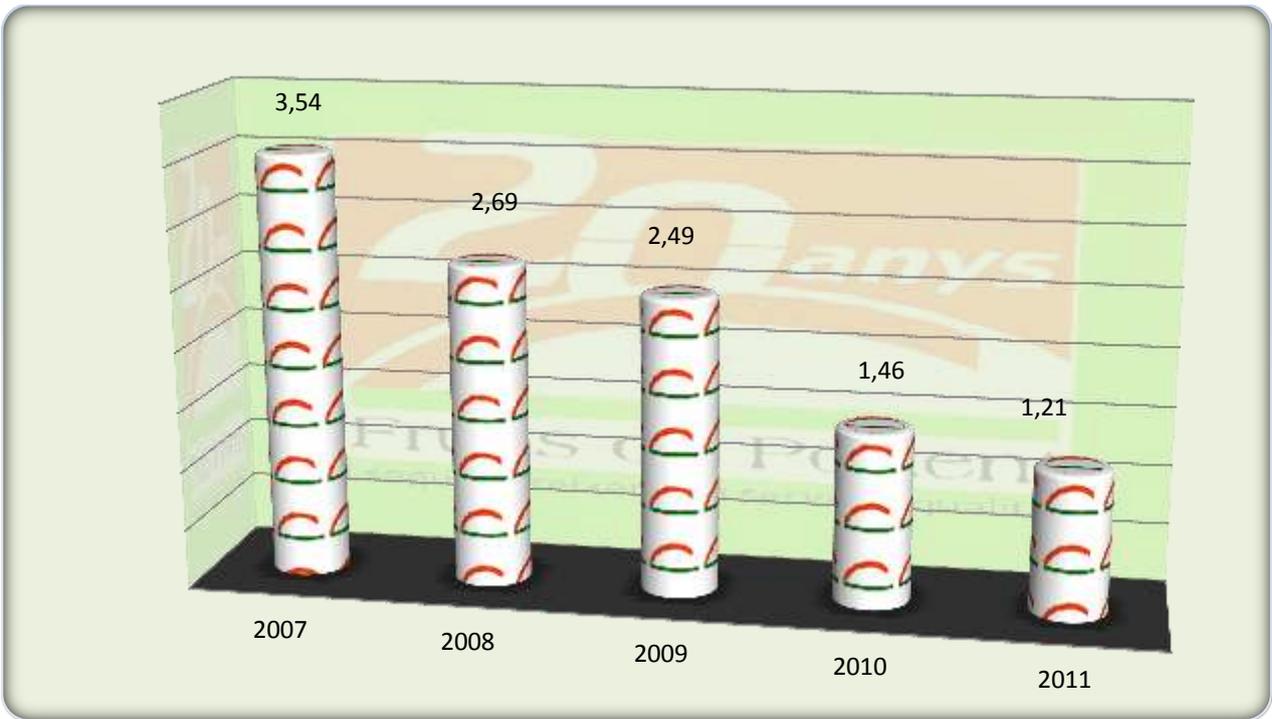
Kw utilizados para producir una tonelada de fruta



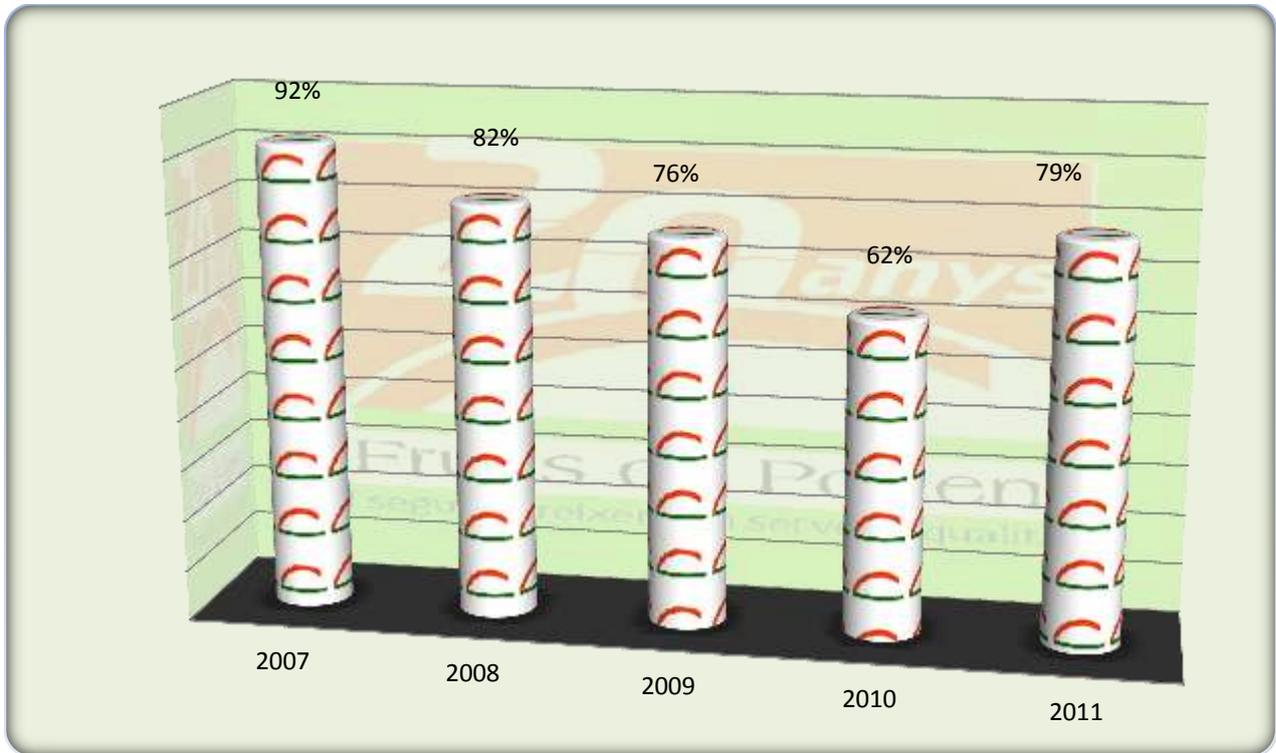
kg CO₂/tn fruita produïda



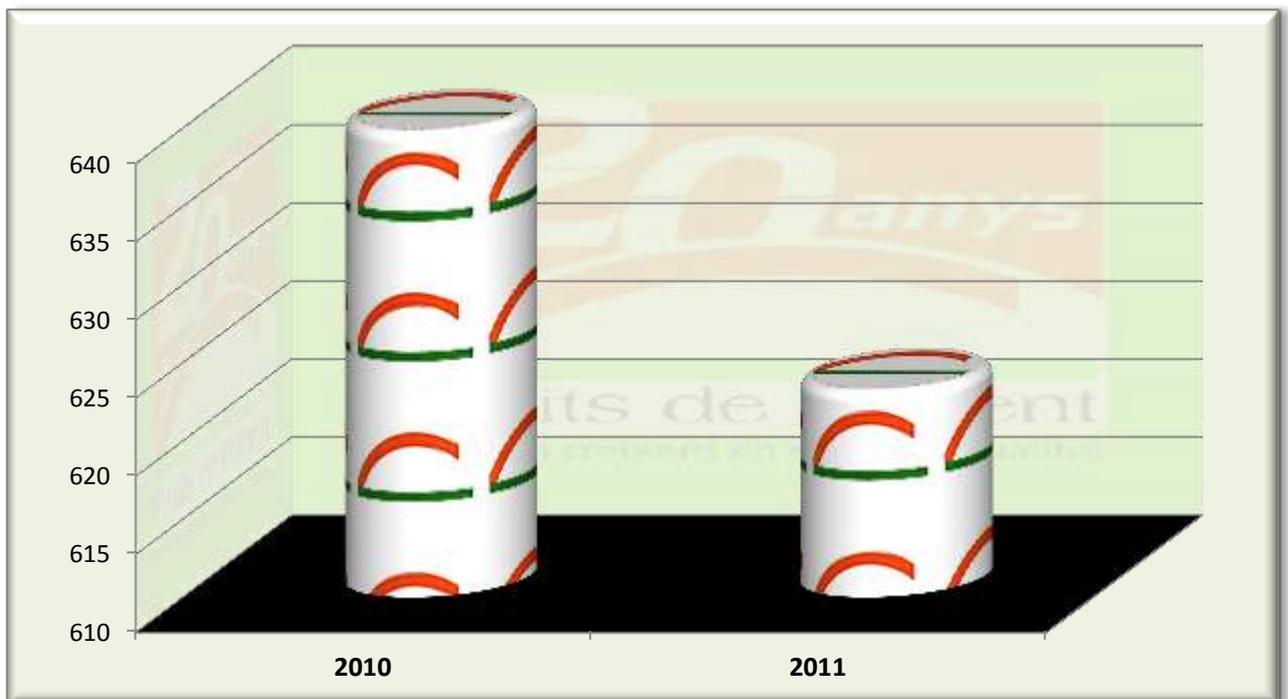
Kg residuos /tn fruita produïda



% residuos reciclados



m³ de agua consumida / tn de fruta producida



% accidentes / nº trabajadores





ALTA ESPECIALIZACIÓN



**41 acciones
formativas**



**700 personas en
cursos de formación**



MULTICULTURALIDAD

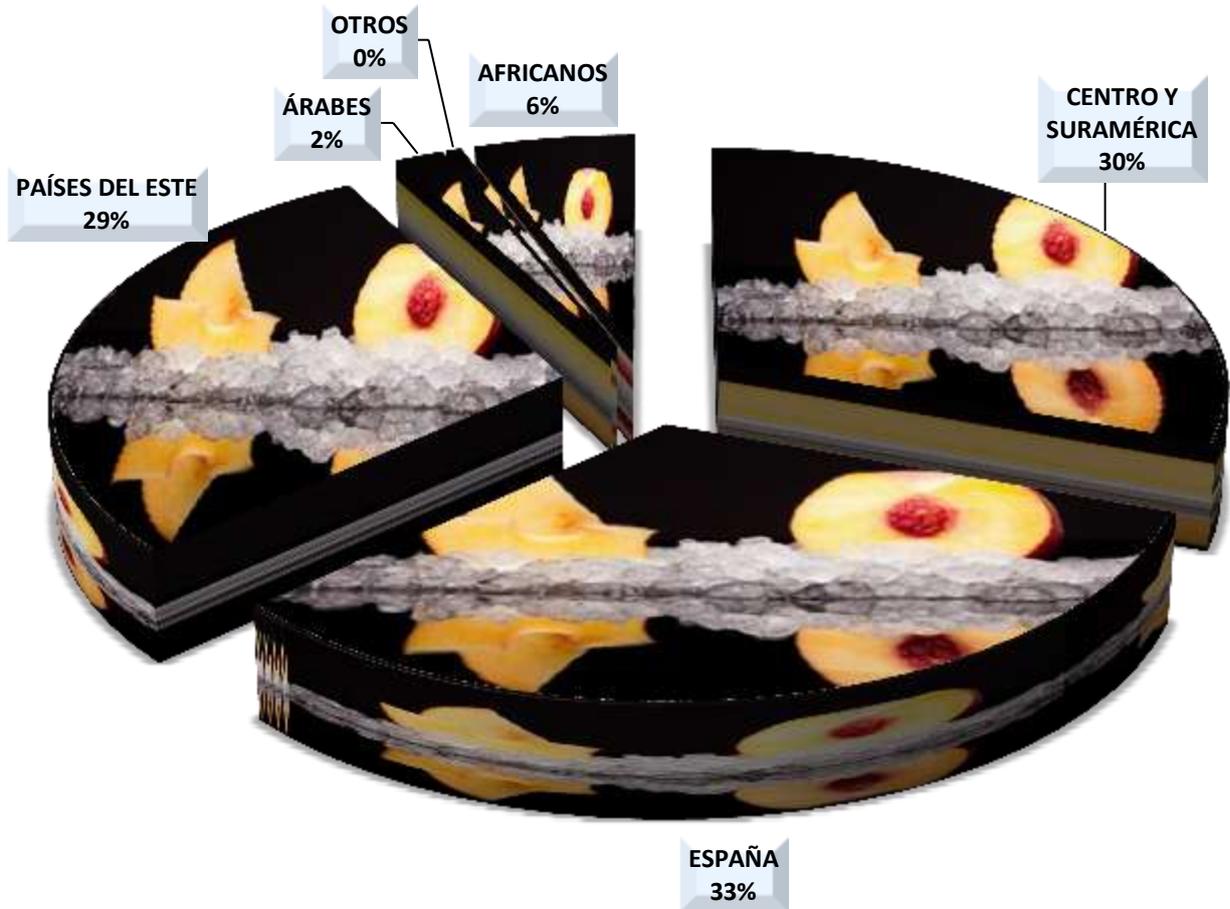


5 nacionalidades
plantilla **fija**



18 nacionalidades en
campaña





JUVENTUD

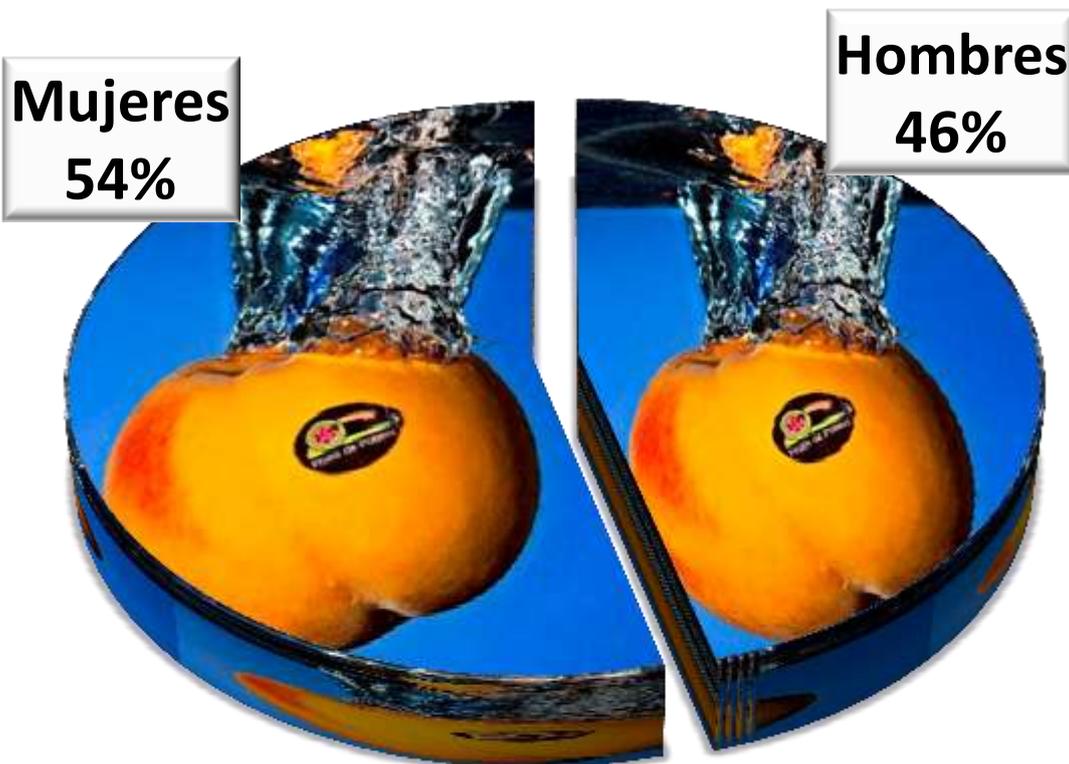


EDAD MEDIA DE LA PLANTILLA

35.6
años



IGUALDAD



ESTABILIDAD



12.2
años

ANTIGÜEDAD MEDIA PLANTILLA FIJA



9. DIMENSIÓN SOCIAL

Durante la campaña 2011-2012, se han realizado una serie de acciones sociales de gran importancia para nuestra empresa. Entre ellas, destacan:

 *Compra de dos desfibriladores más para las Cooperativas de Benavent y Binaced.*

Estos se tienen que sumar a los otros dos desfibriladores que se compraron el año pasado, estando así todas las instalaciones de la empresa a menos de 5 minutos de un desfibrilador, asegurándose así que Fruits de Ponent es un espacio cardioprotegido.

Un desfibrilador es un aparato eléctrico con el que se realiza la reanimación de una parada cardiorrespiratoria. Este tratamiento hay que realizarlo lo antes posible, ya que por cada minuto que pasa desde la parada cardiaca la posibilidad de supervivencia se reduce un 10%.



- 🌈 *Curso de asistencia sanitaria inicial y desfibrilación precoz*
 - ✚ 21 participantes. 33 horas de formación.
 - ✚ 23 participantes en las clases de recordatorio anual

- 🌈 *Participación en el Banco de los Alimentos*

La Cooperativa cede melocotones y nectarinas frescos para transformarlos en zumo. El producto, una vez envasado, se reparte entre las personas necesitadas, a lo que ayuda el Banco de los Alimentos de Cataluña.

Durante la campaña 2011-2012 se suministraron un total de 449.420 kg, de los cuales 7.491 eran nectarinas y 10.207 melocotones que se repartieron en fresco para el Banco de los Alimentos de Lleida. El resto, 431.722 kg se utilizaron para transformación en zumo y posterior donación al Banco de los Alimentos de Barcelona.



- 🌈 *Promoción del consumo de productos cooperativos en el torneo de golf IRB LLEIDA*
Lote de productos cooperativos para sortear en el torneo de Golf en beneficio de la investigación biomédica en Lleida.
- 🌈 *Promoción del consumo de fruta en la Escuela de Futbol Baix Segrià*
29 bandejas de fruta para todos los equipos participantes.
- 🌈 *Promoción de productos cooperativos para la Federación de Cooperativas Agrarias de Catalunya*
Aportación de fruta y zumo para la Asamblea General de la Federación de Cooperativas Agrarias de Catalunya.



-  *Promoción del deporte infantil en la Escuela de Futbol Baix Segrià*
Ayuda económica para la promoción del deporte infantil.
-  *Promoción de los productos cooperativos y de la entidad en la Feria de Binefar*
Participación en la feria de Binefar con un stand propio para promover los productos Cooperativos y la entidad, representados por la Cooperativa de Binaced.
-  *Programa EMPRENDEDORIA FRUCTICOLA para promover que los socios jóvenes se formen.*
 -  Se interesan 4 jóvenes por el cursoInformar a los jóvenes de la presentación del curso de emprendedoría frutícola que promueve el DAAM i que se realizará durante el ejercicio 2011-2012 en la Escuela Agraria de Alfarràs.
-  *Patronat Municipal d' Esports d' Alcarràs. En estadas deportivas promover el consumo de fruta y los desayunos saludables*
Aportación de la fruta diaria para el desayuno de todos los niños y niñas que participan en las estadas deportivas organizadas por el Patronat Municipal d' Esports d' Alcarràs.
-  *Promoción del consumo de productos cooperativos en la FESTA MAJOR de Alcarràs el verano del 2011*
Patrocinio de un acto de la Fiesta Mayor de verano de Alcarràs. Acto homenaje para la gente mayor.
-  *Promoción del consumo de fruta y productos cooperativos en la FESTA MAJOR de Alcarràs el verano del 2011*
Aportación de fruta y zumos en los actos de concurso de dibujo infantil y de la concentración de bicicletas
-  *Promoción del consumo de fruta en la DIADA DE LA COOPERACIÓ*
Aportación de fruta para la Diada de la Cooperación para la pausa Fruit-Break.
-  *Jornada Mundial de Juventud - Magis 2011. Promoción de productos cooperativos*
Aportación de zumo para la merienda del encuentro de jóvenes en el Baix Segre en el Marco de la Jornada Mundial de la Juventud.
-  *Promoción de productos cooperativos en la Asociación de Cazadores de Alcarràs*
Aportación de 1 caja de cava para el sorteo del tiro al Plato que organiza la asociación de cazadores de Alcarràs con motivo de la Fiesta Mayor.
-  *Promoción de productos cooperativos en la Asociación de Jubilados de Alcarràs*
Aportación de cuatro cajas de cava Bell de Dama para celebración de la asociación de jubilados de Alcarràs con motivo de la Diada de Catalunya.
-  *Promoción del consumo de fruta en el Supercross*



Aportación de 12 cajas de fruta para los doce equipos finalistas del Campeonato de Catalunya de Supercross organizado en Alcarràs.

-  *Promoción del consumo de fruta en el Maratón de Donación de Sangre.*
Aportación de 220 piezas de fruta y 4 packs de zumo de melocotón para los donantes de sangre en el maratón de donación de sangre organizado en Alcarràs.
-  *Promoción de productos cooperativos en el diario Segre*
Aportación de 25 bandejas de fruta y 25 botellas de zumo para los 25 primeros subscriptores del diario Segre con motivo de la Feria de Sant Miquel 2011.
-  *Colaboración con el FC Alcarràs para la promoción del deporte local*
Aportación de 1.200 eur. para la temporada 2011/2012 del FC Alcarràs.
-  *Promoción de los productos cooperativos en el torneo de golf Memorial Josep Lluís González*
Aportación de 110 piezas de fruta y 110 zumos para los participantes del torneo.
-  *Promoción de productos cooperativos en la Comunidad General de Regantes del Canal de Aragón y Cataluña*
Aportación de 100 kg. de fruta para la jornada de Modernización de regadíos “Joaquín Costa, Europa y la Pac” organizada por la Comunidad General de Regantes del Canal de Aragón y Cataluña.
-  *Promoción del consumo de fruta en la Unió Democràtica de Catalunya*
Aportación de fruta para los asistentes a la celebración del 80 aniversario de Unió Democràtica.
-  *Colaboración en la causa solidaria del MARATÓ de TV3 - 2011.*
La Agrobotiga de la Cooperativa de Alcarràs venderá número para un sorteo de una cesta con productos cooperativas cuyos donativos se destinará a la Maratón de TV3 que tuvo lugar el 18 de diciembre de 2011.
-  *Colaboración con la campaña CUIDA'T en IES Alcarràs para la sensibilización sobre el tema de la nutrición i la recuperació de hàbitos saludables a la hora del desayuno*
Aportación de 200 piezas de fruta y 24 botellas de zumo los días 11 de noviembre y 2 de diciembre del 2011, para el desayuno de los alumnos del IES Alcarràs.
-  *Promoción de productos cooperativos en la SOCIAL COOP*
Aportación de zumo para la pausa – break de la jornada Social Coop que presenta el resumen y las conclusiones del proyecto.
-  *Promover el consumo de fruta en la Fiesta Mayor de Invierno del Ayuntamiento de Alcarràs*



Aportación de 300 manzanas como avituallamiento para los participantes en la pedalada. Acto organizado por el Ayuntamiento de Alcarràs con motivo de las fiestas de invierno.

 *Promover el consumo de fruta en el Torneo Ciutat de Lleida de Hándbol en Pardinyes*

Aportación de 4 bandejas de manzana y 4 de pera como obsequio para los participantes en el torneo Ciudad de Lleida de Hándbol.

 *Promoción de productos cooperativos en la Asociación de Caçadors d' Alcarràs*

Aportación de 1 caja de cava para el sorteo del tiro al plato que organiza la Asociación de Caçadors d' Alcarràs con motivo de las fiestas de invierno.

 *Curs Excel para facilitar la formación continuada al personal de la empresa*

Curso de Excel Avanzado para un grupo de trabajadores de la empresa



 *Curso de restauración de aperos agrícolas en convenio con el Ayuntamiento de Alcarràs*

Dos grupos de alumnos, dos días a la semana durante tres meses que aprenderán a restaurar aperos agrícolas cedidos por el sr. Claudio Godia con el objetivo final de instalar un museo. Acción que se realizará en la sala de formación de la Cooperativa de Alcarràs. Se decide para el otoño promover dos grupos más.





 *Promoción de productos cooperativos en Santa Àgueda para la Asociación de Dones de Benavent de Segrià*

Obsequio de una cesta de productos cooperativos para el sorteo de Santa Àgueda gentileza de Ramell SCCL.

 *Fira Alimentària Barcelona*

La Federación de Cooperativas Agrarias de Cataluña ofrece a los visitantes de la Feria Alimentaria la posibilidad de visitar las cooperativas agrarias por todo el territorio. Por lo que se ofrece visitar Fruits de Ponent.

 *Curso Emprendedoría – Grupo fruticultores de Girona*

Los alumnos de Fruticultora de Girona pueden ver diferentes modelos empresariales frutícolas en la zona de Lleida visitando la central de confección de Fruits de Ponent.

 *Formación continuada a los jóvenes agricultores del CEAP Centre d' Estudis Agropecuaris d' Alcarràs*

El Área Social de la cooperativa CAMP d' ALCARRÀS reunida en fecha 8 de marzo de 2012, acuerda aportar una colaboración económica de 300 € para el curso 2012 para la organización de cursos y la formación continuada de los jóvenes agricultores.

 *2ª Edición de las Jornadas dirigidas a las mujeres, visitando la fábrica de cosmética natural Estantial Aroms.*

 20 mujeres asisten a las jornadas y se prepara otro grupo

- ✚ Visita a la fàbrica Eessential Aroms y posteriormente taller de cosmètica natural y cremas, a cargo de la tècnica en aromaterapia Sra. Cristina Santos.



- ✚ *Colaboración en una Gimcana de Pirates para la promoción del hábito a la lectura organizada por la Biblioteca Joaquim Montoy de Alcarràs*
Los niños y niñas de tercero y cuarto de primaria participan en la gimcana organizada por la biblioteca Joaquim Montoy que durante una semana deben superar favorablemente. El último día como recompensa los ganadores recogerán su botín de 30 cestas con fruta.

- 🌈 *Promoción del consumo de fruta (Ayuntamiento d'Alcarràs)*
Aportar fruta semanalmente para los niños que participan en la Aula Oberta organizada por el Ayuntamiento de Alcarràs.
Son niños que habitualmente están por las calles de familias desestructuradas.

- 🌈 *Promoción de los productos Cooperativos y dar a conocer l'Agrobotiga d'Alcarràs al Presidente del Gremi de Forners de Lleida.*
Visita a l'Agrobotiga d'Alcarràs del Presidente del Gremi de Forners de Lleida. Guia la visita el Presidente Felip Saló y le acompanya representants del grup de Sometents de Alcarràs.



-  *Promoción del consumo de la fruta (Escuela Agrària d'Alfarràs)*
 Visita a la central de confección de Fruits de Ponent de un grupo de 42 alumnos de la Escuela Agraria de Alfarràs.
-  *Promoción del consumo de fruta. CEIP Comtes de Torregrossa-Proyecto Cinema en curs.*
 Alumnos del CEIP Comtes de Torregrossa gravan unos minutos en la central de confección de Fruits de Ponent.
-  *Promoción del consumo de fruta al Torneo de Mini Handbol Pardinyes.*
 Aportar 200 piezas de fruta para los participantes en el torneo de mini hándbol en Pardinyes.
-  *Visita a la central de confección de Fruits de Ponent de la O.P. Pempacorer*
-  *Jornadas tècniques con carácter informativo para tratar diferentes temas de interès para los socios. (Curso de riego y Fertirrigación).*

 -  Riego (Riego Control, Deficitario) y Fertilización.
 -  Confusión Sexual, Control de Plagas. Residuos.
 -  Plantaciones y variedades.

➤ *Promover el consumo de fruta y los desayunos saludables (Estada deportivas verano 2012-Patronat Municipal d'Esports.*

Aportación de la fruta diaria para el desayuno de todos los niños y niñas que participan en las estadas deportivas organizadas por el Patronat Municipal d'Esports d'Alcarràs.

ESTADES ESPORTIVES ALCARRÀS
Estiu 2012

El Patronat Municipal d'Esports us ofereix unes Estades Esportives d'Estiu divertides per gaudir de l'estiu al màxim.

*Estades destinades pels nens i nenes des de 5 fins a 6è de primària inclosos, que els agradi l'esport i sobre tot practicar-lo!

COORDINADOR DE LES ESTADES: Juan Hinojo "Juanele" tel: 685 954 242

Dates Estades:
 1a Setmana: Del 25/6 al 29/6
 2a Setmana: Del 02/7 al 06/7
 3a Setmana: Del 09/7 al 13/7
 4a Setmana: Del 16/7 al 20/7
 5a Setmana: Del 23/7 al 27/7
 6a Setmana: Del 30/7 al 3/8

PRE-INSCRIPCIONS

Fins al 8 de Juny a les oficines del Patronat Municipal d'Esports d'Alcarràs en horari d'oficina, o bé trucant al 973 39 17 63.

*Màxim de 20 nenes/es per setmana, en cas contrari es comunicarà en la reunió informativa de l'estiu.

Preu: 40€/setmana

REUNIÓ INFORMATIVA
 Dilluns 11 de Juny del 2012 a les 22 hores al Centre Major d'Alcarràs

ORGANITZA:

COLLABORA:

➤ *Visita del Consejo a Corbera d'Ebre.*

Como obsequio a la visita se obsequia con dos packs de zumo de melocotón de L'Or de Ponent.

➤ *Curso Redes Sociales, Internet y 2.0.*

- ✚ Aprender de forma práctica e interactiva la navegación por internet, agregar favoritos, utilizar el correo electrónico, utilizar las principales redes sociales, comprar por internet entre otros.
- ✚ Curso de redes sociales, Internet y 2.0. que se realiza en tres sesiones en la Aula de Formación de la Cooperativa de Alcarràs.





 *TV3-Marató por la pobresa*

-  Aportar econòmicament recursos econòmics y la recaudación se destinará a fomentar programas de lucha contra la pobreza y la exclusión social.
-  La Area social reunida el 28/03/2012 acuerda no participar en esta ocasión y destinar los recursos para la Marató que organizan en Diciembre.

 *AMPA-CEIP Comtes de Torregrossa-Olimpiades escolars.*

-  Obsequiar con fruta para promover los hábitos saludables de consumo entre los alumnos de las escuelas públicas de Alcarràs (Comptes de Torregrossa y Parc del Saladar) además de los alumnos del IES Alcarràs que participan en la olimpiada anual.

 *Taller Risoterapia*

-  Aprender a ver las cosas des de una óptica positiva para sacar mayor provecho tanto en la vida personal como profesional.
-  Taller de Risoterapia para librarse de estrés y ganar en salud.

 *IES SA PALOMERA-Blanes*

-  Visita a la central de confección de Fruits de Ponent un grupo de alumnos de tercero de ESO que les servirá para la elaboración de su trabajo de síntesis.



- ✚ Visita a la central de confección de Fruits de Ponent un grupo de 77 alumnos más 5 profesores.

- 🌈 *Fòrum del Préssec i la Nectarina d'Alcarràs.*
 - ✚ Apoyo a la organización por parte de AFRUCAT del Fòrum del Préssec Y la Nectarina.
 - ✚ Aportación de 300€ además de 30 botellas de zumo de melocotón para la pausa/café.

- 🌈 *Associació Amics del Cavall D'Alcarràs-Festa dels tres Tombs.*
 - ✚ Promoción del consumo de fruta y productos Cooperativa en la fiesta de los 3 tombs dels cavalls d'Alcarràs.
 - ✚ Aportación de una cesta con todo tipo de productos cooperativos para sortear entre los asistentes a la celebración y cinco cajas de fruta.

- 🌈 *CREDA Lleida-Asociación sordomudos*
 - ✚ Obsequio para promover el hábito de consumo de fruta.
 - ✚ Se aportan 35 manzanas para la jornada de sordos que organiza CREDA (Centro de recursos educativos para deficientes auditivos).

- 🌈 *AECC-Torneo solidario*
 - ✚ Torneo solidario infantil que todos los beneficios se destinan a sufragar las colonias de los niños enfermos de cáncer.
 - ✚ Promoción de los hábitos saludables y el consumo de fruta después de practicar deporte.
 - ✚ 500 piezas de fruta para los inscritos al torneo.

- 🌈 *Día del socio CAMP D' ALCARRÀS i SECCIÓ DE CRÈDIT, SCCL. Jornada anual de convivència con todos los socios de la Cooperativa de Alcarràs*
 - ✚ Un total de 335 personas participaron en la celebración del Día del Socio de la Cooperativa Camp d'Alcarràs i Secció de Crèdit, que tuvo lugar el 9 de junio. Este año los socios, trabajadores e invitados con los respectivos acompañantes visitaron el Parque Temático del Aceite, de Borges Blanques y, posteriormente se realizó una cena en el restaurante Masia Salat de la misma localidad. El encuentro finalizó con el tradicional sorteo de obsequios entre los asistentes y un baile.





- Colaboración en proyectos altruistas y de involucración y desarrollo de la comunidad
- Publicación de un boletín informativo bimensual.



 Difusión de hojas informativas con aspectos de interés a socios y trabajadores.



10. EMPRESA AGROALIMENTARIA

La filosofía de empresa de Fruits de Ponent se basa en no olvidar nunca que se trata de una empresa agroalimentaria, es decir, que produce alimentos. Esta filosofía se traduce en la apuesta por conseguir por todos los medios posibles alimentos sanos, seguros y asequibles para los consumidores.

10.1. Alimentos sanos y asequibles

Fruits de Ponent es una cooperativa de segundo grado con un gran potencial productivo. Todo el sistema de trabajo está integrado y marca las pautas a seguir en todas las empresas del grupo. Con este sistema, nos aseguramos la trazabilidad total del producto, con todo el histórico de la explotación y del sistema productivo de éste.

Al ser los mismos productores los socios de la empresa, se marcan estatutariamente los compromisos y las obligaciones a seguir, yendo todos a una, evitando así los individualismos, potenciando la viabilidad de las explotaciones y optimizando su sistema de gestión.

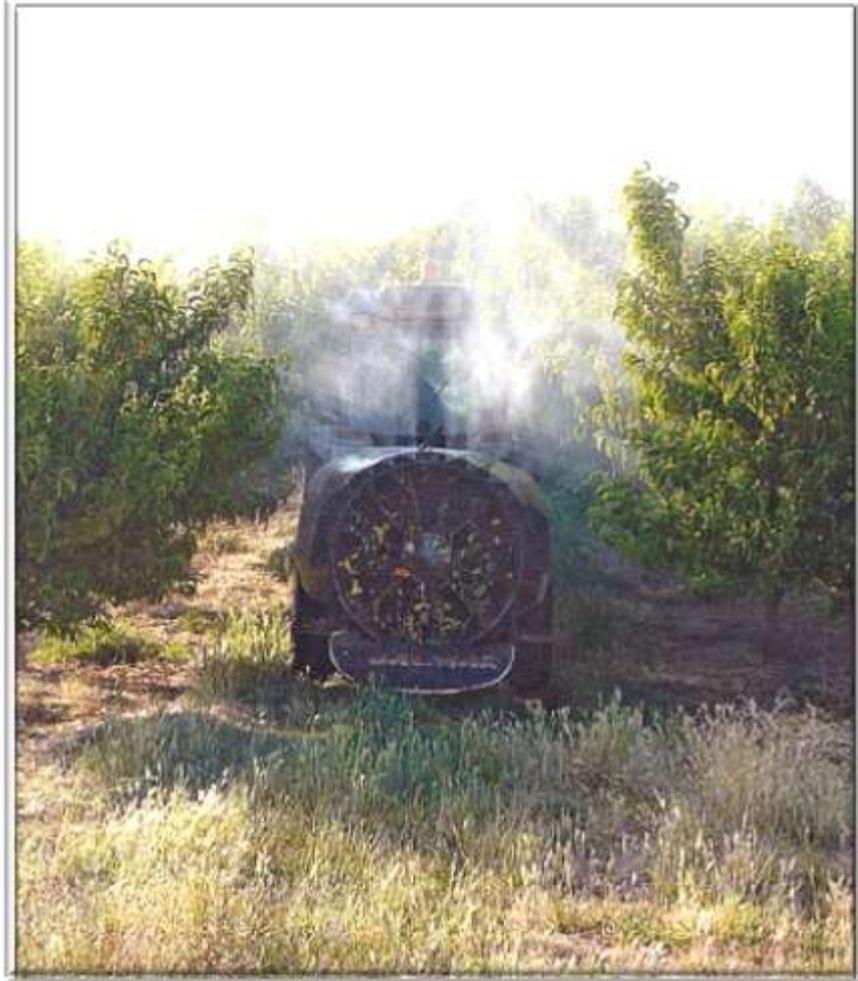
Fruits de Ponent cuenta con un gran equipo de ingenieros agrícolas que velan constantemente por el buen estado sanitario de las explotaciones, con visitas semanales a todas las fincas de los productores, recomendando y marcando el plan de tratamientos a seguir, detectando posibles necesidades nutritivas o problemas fisiológicos y evaluando el estado fitosanitario de la explotación.

La Cooperativa también ofrece todos los servicios que los socios puedan necesitar para la gestión de su explotación, como la venta de fitosanitarios, abonos, asesoramiento integral, alquiler de maquinaria... Todo ello para minimizar costes y facilitar el trabajo a los agricultores.

Así mismo, se participa en proyectos de investigación y desarrollo junto con entidades de gran prestigio, como la Universidad de Lleida o el IRTA. Entre los temas que se experimentan, se encuentran:

-  Proyecto Dosafruit para la minimización de los residuos en fruta
-  Confusión sexual
-  Programas de reducción de agua de riego
-  Programas informáticos para la gestión documental de la explotación
-  Otros





Todas las explotaciones están certificadas según los protocolos de **Producción Integrada** y **GlobalGap**. Así mismo, también cabe destacar que todas las explotaciones siguen también las directrices marcadas por el protocolo **Tesco NaturChoice**, y que están certificados el 95% de los productores.

Todos los programas de promoción, colaboración con entidades lúdicas, deportivas, educativas, etc. proporcionan un grado de conocimiento a la población en general de todo lo que significa la fruta, tanto en su vertiente de fuente de salud, programa *5 al día*, programas de concienciación en bibliotecas, colegios, medios de comunicación, entre otros, como en su vertiente social, con los programas de colaboración con los bancos de alimentos, la participación en mesas sectoriales, colaboraciones institucionales, etc.

Con todas estas acciones se puede proporcionar un valor añadido al producto sin repercutir en los consumidores.

10.2 Salud y seguridad del consumidor

Fruits de Ponent tiene un sistema integrado de aseguramiento de la calidad y de la salud de nuestros productos, manteniendo en todo momento la trazabilidad y el control de estos.

El sistema **APPCC** (Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos) asegura un control de todas las condiciones de producción, así como de las instalaciones y de la higiene, manteniendo el 100% de la producción controlada. Otros protocolos, como **BRC** e **IFS**, certifican mediante auditorías externas la buena salud del proceso y el cumplimiento de los más altos estándares de seguridad alimentaria.

El sistema de aseguramiento de la calidad, **UNE-EN-ISO 9000**, y el de protección del medio ambiente, **UNE-EN-ISO 14001**, proporcionan una estabilidad en el proceso productivo y un control de todo el sistema, primando la producción de alimentos seguros, medioambientalmente sostenibles y socialmente respetuosos.

Dado que Fruits de Ponent produce fruta fresca, mayoritariamente melocotones y nectarinas, nuestros productos son totalmente saludables, y por eso estamos orgullosos de ellos.

10.3 Marketing y comunicaciones

Fruits de Ponent, mediante todo el sistema de comunicaciones existentes, como la página web, Facebook, participación en ferias, edición de boletines informativos, organización de visitas a nuestras instalaciones, etc., facilita el conocimiento de nuestra empresa.

Mediante las nuevas iniciativas que están previstas para la próxima campaña, como la adhesión al programa *Acuerdos voluntarios, cálculos de la huella de carbono* y programa *Ecoentitats*, entre otros, se facilitará el conocimiento de la empresa como entidad medioambientalmente sostenible, se suministrarán productos saludables imprescindibles para una dieta sana y se promocionará un *feedback* con clientes y proveedores en todos aquellos temas en los que se pueda tener una colaboración comercial, asesoramiento, etc.

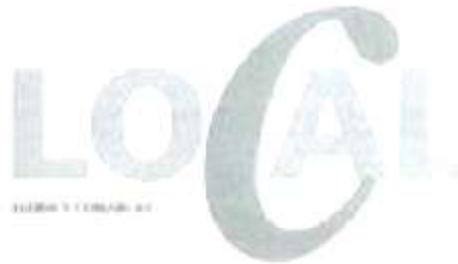


Un forestal del Conselh d'Aran, herido grave a causa de un alud

Resulta fatal una lesió causada per un alud... agència de l'Alt Pirineu i Aran... 10 de juliol de 2011

Agentes de paisano velan por la ordenanza de civismo en Lleida

La Diputació impulsa el desenvolupament de... Lleida, 10 de juliol de 2011



3 La Setmana del 10 de juliol de 2011

PRENSA LOCAL

Fira de Lleida convoca el premi del Llibre Agrari

LLEIDA - Una de Lleida ha convocat una nova edició del Premi del Llibre Agrari... 10 de juliol de 2011

El premi és un reconeixement a la feina que fan els agricultors... 10 de juliol de 2011

PRENSA LOCAL

La Cambra oferta un curso para hablar sobre la exportación

LLEIDA - La Cambra de Comerç de Lleida ofereix un curs de formació... 10 de juliol de 2011

El curs està dirigit a les empreses que volen exportar... 10 de juliol de 2011

PRENSA LOCAL

Ocho firmas exportadoras de fruta acuden a la Feria de Berlín

- El certamen se significa por su apoyo a las empresas en la mejora de su posición en el mercado exterior
- El Departament d'Agricultura impulsa la participació de en les entitats en este encuentro referente del sector

LLEIDA - Ocho empresas catalanas participan en la feria de Berlín... 10 de julio de 2011

El Departament d'Agricultura impulsa la participació de en les entitats en este encuentro referente del sector... 10 de julio de 2011

Perfil de un mercado

Segons la Unió Europea, el mercat de fruites és el més important... 10 de juliol de 2011



Exhibitors at a trade fair

La DOP Pera de Lleida presenta Edenia en el certamen alemán

LLEIDA - Edenia, la Denominació d'Origen Protegida de la Pera de Lleida... 10 de juliol de 2011

Segons els organitzadors, el certamen de Berlín és el més important... 10 de juliol de 2011

El certamen de Berlín és el més important del sector... 10 de juliol de 2011

El Departament d'Agricultura impulsa la participació de en les entitats en este encuentro referente del sector... 10 de juliol de 2011

El Departament d'Agricultura impulsa la participació de en les entitats en este encuentro referente del sector... 10 de juliol de 2011



Set empreses lleidatanes vendran paraguaians amb la marca OKI

Projecte d'Afrucat per diferenciar la producció local davant de la d'altres zones | El sector calcula que en 2 anys la província li oferirà 95 milions de quilos

INTERVENCIONS
Alfrucats: El personal de la fruita Afrucat va presentar abier OKI, una marca nova de fruites pla a paraguaians que es produeix a Lleida, la Ribera d'Ebre i la Franja, en què participen de moment set empreses lleidatanes que representen el 35% de la producció catalana. Són Afrucat, La Cova, Cooperativa de Suroest, Fruites de Ponent, Fruitas, Fruites de Ponent i Fruitas.

Segura: el director d'Afrucat, Miquel Sureda, el paraguaià que es comercialitzarà amb aquesta marca s'anomena "diferent i innovador", que garanteix que s'assessora el producte pla amb el gust dolç i l'aromatització en la producció. Lleida, Ribera d'Ebre i Franja són les zones productores d'aquesta fruita a tot Espanya.

Afrucat: ha optat per un sistema de certificació per garantir el respecte a les produccions sostenibles i orgàniques, i ha dissenyat l'etiqueta amb fruites perquè OKI pugui obtenir una denominació d'origen, com va aconseguir la poma.

Per garantir: que els productes comercialitzats s'assessora de qualitat de la marca Afrucat posant en marxa un segell d'interès.

Col·labora: amb la nova regulació en paraguaians, amb una exportació comença que s'ha multiplicat per dues des del 2007, fins a les actuals 4.500 hectàrees i amb una producció mitjana de 65 milions de quilos. De tota la producció, prop del 75 per cent va dirigida a les exportacions, a països com Alemanya, Rússia o el Regne Unit. Si això volent que en els pròxims dos anys la producció pugui augmentar fins a prop dels 95 milions de quilos, això que representa la quarta part de tota la producció de fruites de poma que es produeix a Lleida.

Per donar a conèixer: la nova marca, Afrucat va presentar OKI al Castell del Tossal, en un acte presidit pel conseller d'Agricultura, Josep Maria Pujol.



Miquel va exportar paraguaians OKI pels carrers del centre de Lleida.



El conseller Pujol, al centre, va presidir la presentació d'OKI.

10.5 Relaciones laborales

Fruites de Ponent realiza reuniones periódicas con los diferentes comités, representantes de los trabajadores, comité ético, comité de prevención de riesgos laborales, delegados sindicales, etc. para garantizar la total transparencia del sistema de gestión empresarial y poder aportar diferentes puntos de vista que contribuyan a la excelencia empresarial.



11. CÓDIGO ÉTICO DE FRUITS DE PONENT

11.1. Objetivo

El objetivo de este Código Ético de Conducta (en adelante, Código Ético) es disponer de un conjunto de principios y reglas de actuación ante la totalidad de grupos de interés del Grupo Fruits de Ponent, de modo que todas las personas que integran Fruits de Ponent procedan de forma coherente con los valores, políticas y objetivos generales de la empresa.

Los grupos de interés de Fruits de Ponent son:

- ✚ Consejo Rector
- ✚ Clientes
- ✚ Proveedores
- ✚ Personal interno
- ✚ Socios de la Cooperativa
 - ✚ Socios activos
 - ✚ Socios mujeres
 - ✚ Socios jóvenes
 - ✚ Socios mayores
- ✚ Entorno social
- ✚ Sector
- ✚ Instituciones

11.2. Alcance

Todas las personas que integran Fruits de Ponent, sea a través de una relación laboral directa o mediante contratos de colaboración, están obligadas a conocer y respetar este Código Ético y a ajustar su actuación profesional a los principios básicos que lo inspiran.

Se pretende que todo el personal se familiarice con el Código Ético y que aplique sus principios en su actividad diaria.

10.3 Principios éticos

A continuación, se definirán los principios éticos de Fruits de Ponent en relación con las siguientes áreas de gestión:



1. Dirección
2. Clientela
3. Proveedores y subcontratistas
4. Personal interno
5. Entorno social
6. Entorno ambiental
7. Socios de la Cooperativa
8. Competencia
9. Administraciones competentes

1. LA DIRECCIÓN

La Dirección de Fruits de Ponent adquiere una serie de compromisos en materia de gestión ética y socialmente responsable, de los que hará partícipe a las personas integrantes de la organización, así como a todos sus colaboradores.

Mediante la elaboración de este código ético y la firma del mismo por parte de nuestro director gerente, hemos procedido a la aceptación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, destinados a integrar en la organización conductas y acciones en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción.

Adicionalmente, la definición y difusión de una Política de Gestión Ética y Socialmente Responsable, un Código Ético y la creación de un Comité de Gestión Ética se integran en el proceso de implantación de un Sistema de Gestión Ética en base a la Norma SGE 21.

Con ello pretendemos, por una parte, afianzar la confianza en nuestra organización y las personas que la integran, respecto a valores como la honradez, lealtad, buena fe, transparencia y cultura organizativa y, por otra, difundir en nuestro entorno social la cultura de la gestión ética y socialmente responsable haciendo partícipe de la misma a la sociedad en general.

Compartir estos valores con todos los integrantes de la empresa permitirá a Fruits de Ponent ser una organización socialmente responsable, que satisfaga las expectativas de los diferentes grupos de interés, contribuyendo a un desarrollo social y ambientalmente sostenible, y económicamente viable.



Principios y comportamientos éticos

1. Informar sobre la política empresarial y la visión, misión y valores de Fruits de Ponent, divulgando el compromiso empresarial sobre la implantación del Código Ético y logrando que todas las personas de la organización se identifiquen con el mismo.
2. Facilitar los medios necesarios para solucionar los problemas profesionales y personales que pueda presentar el personal de la empresa.
3. Mantener unas buenas relaciones con todas las personas que integran nuestra empresa, actuando con equidad y justicia en caso de conflicto.
4. Disponer y mantener canales de información coordinados dentro de la organización, basados en la honestidad y la transparencia, de modo que posibiliten que el personal se involucre y participe en las acciones de la empresa y en la consecución de los objetivos estratégicos de la misma.
5. Priorizar los objetivos de la organización sobre los particulares, de forma que no se creen conflictos de intereses entre asuntos personales y laborales.
6. Comprometernos con el cumplimiento de todos los requisitos legales, sectoriales, sociales, ambientales, laborales, etc. que sean de aplicación a nuestra actividad, así como al seguimiento y control de aquellos otros compromisos y requisitos que desde la organización suscribamos de forma voluntaria.

2. RELACIÓN CON LA CLIENTELA

El trato directo con la clientela, así como la entrega de una fruta acorde a sus expectativas, son los pilares fundamentales para mantener una relación óptima con dicho colectivo. Por dicho motivo, ésta debe basarse en máximas como el respeto, la honradez, la confianza, el cumplimiento, la calidad, etc.

El responsable comercial y todo el personal del departamento comercial, el responsable técnico y de calidad son el nexo de unión directa que permite mantener en todo momento una comunicación bidireccional con nuestros clientes y clientas.

Principios y comportamientos éticos

1. Mantener una relación directa con la clientela basada en la sinceridad, honradez, lealtad y transparencia, de modo que el suministro de nuestra fruta sea identificado como el de mayor calidad posible.
2. Permanecer en constante innovación participando con los centros de investigación e innovación del sector que permitan mejorar la calidad de nuestra fruta.



3. Adaptar nuestra oferta de servicio a las demandas de la clientela.
4. Todo el personal de Fruits de Ponent, además de prestar un servicio fiable, dispondrá de los recursos, la voluntad y la profesionalidad que permitan solucionar cualquier problema que pueda repercutir en la clientela, comprometiéndose con los valores de buen trato, atención, respeto, honestidad y servicio hacia nuestros clientes.
5. Atender, gestionar y solucionar todas las sugerencias, quejas y reclamaciones, proporcionando una resolución equitativa y justa para ambas partes.
6. No facilitar a terceros datos confidenciales del cliente, salvo autorización u obligación legal. Fruits de Ponent se compromete con el cumplimiento de la legislación en materia de LOPD y publicidad.

3. RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES Y SUBCONTRATISTAS

Los proveedores y subcontratistas son elementos clave para nuestra organización y actividad. Por ello, nuestra relación debe basarse en el cumplimiento recíproco de compromisos, objetivos y contratos que deriven siempre en el beneficio de nuestros clientes.

Principios y comportamientos éticos

1. Basar las relaciones con nuestros proveedores en el respeto, la confianza, el apoyo y la lealtad mutua.
2. Exigir a nuestros proveedores el cumplimiento de los acuerdos pactados respecto a plazos, precios y calidad, comprometiéndonos a su vez a cumplir con los pagos en los plazos y condiciones establecidas.
3. Evitar, en la medida de lo posible, litigios innecesarios con nuestros proveedores.
4. Tomar acciones y ejercer presión sobre aquellos proveedores que consideremos relevantes en materia de ética y responsabilidad social.
5. Ningún miembro de la organización aceptará regalos o similares que pudieran repercutir en un trato favorable respecto a determinados proveedores o subcontratistas. Las incertidumbres deberán ser expuestas por el interesado al Comité de Ética de la empresa para su estudio y resolución.
6. Cumplir en su totalidad la Ley de Contratación de la Administración Pública.

4. RELACIÓN CON EL PERSONAL INTERNO

Las personas que forman parte de Fruits de Ponent transmiten una imagen, en su quehacer diario, ante la sociedad y el resto de sus compañeros.

Es indispensable, por tanto, que dispongan de una base ética sólida que propicie el refuerzo de la gestión ética y socialmente responsable de la globalidad de la empresa.

Principios y comportamientos éticos

1. Constituir el Comité de Ética como el foro de diálogo e información en materia de ética y responsabilidad social, que recoja directamente las necesidades y observaciones de todo el personal y establezca las pautas para la resolución de las mismas, siempre bajo el compromiso de confidencialidad.
2. Establecer los cauces oportunos de comunicación y coordinación en el trabajo, de forma que se impulse el intercambio de información, se mejore la eficiencia en el trabajo, se motive la labor en equipo y se fomente una cultura de confianza, apoyo y colaboración entre todo el personal. Todo ello bajo principios de claridad, precisión, honestidad y respeto.
3. Planificar y ejecutar un programa formativo adecuado a las necesidades de cada puesto de trabajo, teniendo en cuenta aspectos de este Código de Ético y del Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable.
4. Evaluar y reconocer el trabajo del personal, ofertando oportunidades en igualdad de condiciones para acceder a la promoción laboral. Los criterios que valoren el esfuerzo realizado y el compromiso con la empresa deben ser totalmente objetivos.
5. Compromiso de nuestro personal en la consecución de las acciones establecidas en las líneas estratégicas de actuación de Fruits de Ponent, según el nivel del puesto que ocupe, mostrando y fortaleciendo su profesionalidad, junto con la responsabilidad y calidad de servicio con la clientela y proveedores.
6. Velar por la existencia de un clima laboral adecuado, así como tomar las medidas que permitan una mejora del mismo por parte de Fruits de Ponent como entidad y de toda la plantilla que integra la organización.
7. No mantener relaciones contractuales por parte del personal de Fruits de Ponent ni utilizar el nombre de la empresa a nivel personal o a través de otras personas o entidades que puedan perjudicar la lealtad debida a Fruits de Ponent o identificar a la empresa con alguna tendencia social, política o laboral que no sean las estrictamente legales.
8. Nuestro personal se compromete a realizar un uso racional y sostenible de los recursos (económicos, materiales, humanos, ambientales, etc.).



9. Lograr una estructura de la plantilla equilibrada, respetando el principio de no discriminación en el más amplio sentido (género, raza, religión, discapacidad, edad, etc.) y trabajando para garantizar la igualdad de trato y de oportunidades, así como un entorno favorable para el desarrollo tanto profesional como personal de nuestra plantilla.
10. Respetar la libertad de sindicación y el derecho a la negociación colectiva.
11. Establecer políticas beneficiosas que permitan conciliar la vida personal y laboral de quien lo requiera, y ser reconocidos como empresa concienciada e implicada con las situaciones personales de nuestra plantilla.
12. Cumplir la legislación vigente en materia laboral, social y de prevención de riesgos laborales que permite garantizar la seguridad y salud de nuestros trabajadores, así como todos aquellos requisitos establecidos en los sistemas de gestión internos.

5. RELACIÓN CON EL ENTORNO SOCIAL

Fruits de Ponent es uno de los motores económicos más importantes de la población de Alcarràs, ya que gran parte de su producción frutícola depende de los agricultores de la zona y repercute su actividad en beneficio directo e indirecto a toda la población

Por este motivo, el entorno social es un ámbito influyente en la gestión de la empresa y de gran relevancia para Fruits de Ponent.

Principios y comportamientos éticos

1. Apoyar proyectos de desarrollo social y económico de la zona.
2. Establecer como una de nuestras máximas garantizar la seguridad de nuestra propia plantilla y de la clientela, cumpliendo todas las disposiciones en materia de seguridad, salud y gestión de prevención de riesgos laborales.
3. Controlar que nuestros colaboradores y proveedores respeten y cumplan la legislación vigente en materia laboral, ambiental y de salud laboral.
4. No promulgar informaciones o manifestaciones falsas o engañosas con el objeto de potenciar nuestros servicios ante la clientela, comprometiéndonos a la corrección inmediata de cualquier malentendido que pudiera producirse como consecuencia de información inexacta.
5. Informar de forma transparente y objetiva a los medios de comunicación.
6. Toda publicidad de Fruits de Ponent será leal y lícita.
7. Hacer frente a cualquier tipo de corrupción en el desempeño de nuestra actividad. Todos nuestros empleados se comprometen a rechazar y despreciar cualquier forma de cohecho.

6. RELACIÓN CON EL ENTORNO AMBIENTAL

La Dirección de la empresa, consciente de que toda actividad empresarial puede generar impactos en el medio ambiente, integra el concepto de protección del medio ambiente en su cultura empresarial, que es parte del compromiso adquirido por Fruits de Ponent con el desarrollo sostenible, que supone que adquirir un compromiso por el que satisfacer las necesidades presentes no perjudica la capacidad de hacer frente a las necesidades futuras.

Por ello, Fruits de Ponent está certificado con la ISO 14001:2004.

Principios y comportamientos éticos

1. Prevenir los efectos de nuestra actividad y servicio sobre el medio ambiente, colaborando para alcanzar un desarrollo sostenible.
2. Asegurar una protección eficaz del medio ambiente teniendo en cuenta la mejor tecnología disponible y económicamente viable, así como la naturaleza de nuestros aspectos ambientales. La mejora continua en materia medioambiental es uno de nuestros compromisos más firmes.
3. Desarrollar, con la participación de todo el personal de Fruits de Ponent, directrices y metas medioambientales encaminadas a la protección del medio ambiente.
4. Practicar la transparencia de la gestión medioambiental en nuestro trato con las partes interesadas.

7. RELACIÓN CON LOS SOCIOS

Fruits de Ponent es una cooperativa de segundo grado constituida por varias cooperativas de primer grado. Dispone de unos estatutos en los que se definen el objeto social y los diferentes protocolos de relación con los asociados.

Principios y comportamientos éticos

1. Basándonos en los principios de transparencia, relevancia y veracidad, Fruits de Ponent se compromete a difundir la imagen fiel de sus estados financieros como reflejo de las auditorías que anualmente se realizan sobre los mismos.
2. Desarrollar las estrategias necesarias para garantizar la viabilidad de las explotaciones.
3. Reconocer el papel de la mujer en la gestión de la explotación y en la transmisión de las tradiciones.



4. Integrar a los socios mayores dando respuestas a sus necesidades de respeto, calidad, bienestar e independencia.

8. RELACIÓN CON LA COMPETENCIA

Fruits de Ponent pertenece a distintos grupos empresariales formados por empresas del mismo sector, que tienen todas como objetivo la mejora de la competitividad del sector.

Aun así, establecemos los principios que quedan reflejados en el siguiente apartado.

Principios y comportamientos éticos

1. Mantener diálogos y colaboraciones que supongan intereses comunes y repercutan en beneficios para el sector de la fruta.
2. Considerar que las relaciones de respeto y colaboración repercuten en el bien común de la sociedad.
3. Cumplir la legislación aplicable en el ámbito de la competencia y rechazar todas aquellas actuaciones destinadas a difundir información falseada sobre la producción de fruta, apropiación de información, derechos, etc.

9. RELACIÓN CON LAS ADMINISTRACIONES COMPETENTES

Fruits de Ponent se relaciona con la administración de diferentes niveles a través de las distintas organizaciones a las que pertenece. Fruits de Ponent, directamente con la administración local; la Federació de Cooperatives Catalanes, con la administración autonómica, y la Confederación de Cooperativas de España, con la administración estatal y europea.

En la relación de Fruits de Ponent con las diferentes administraciones competentes, colaboramos siempre que se nos solicita en la medida de nuestras posibilidades y conocimientos.

Principios y comportamientos éticos

1. Mantener una relación con las administraciones competentes basada en la honestidad, integridad, transparencia y veracidad de la información.
2. Acatar y cumplir con todas las obligaciones impuestas por las diversas administraciones públicas y dar respuesta a la información solicitada por las mismas.

3. Rechazar cualquier indicio de corrupción que pretenda obtener un trato favorable de las administraciones, así como cualquier tipo de extorsión o soborno.
4. No realizar contribuciones ilícitas a cargos públicos ni a partidos políticos u otros entes de la administración. Las contribuciones deben respetar los requisitos cooperativos y deben ser notificadas a la Dirección y al Consejo Rector.



12. MODELO DE RELACIÓN Y DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

12.1. Identificación de los grupos de interés

El Comité de Ética de Fruits de Ponent, en su reunión de constitución del día 8 de junio de 2011, identificó una serie de grupos de interés. Consideramos un grupo de interés todos aquellos grupos de personas que tienen un impacto o se ven afectados por las actividades o servicios de la empresa.

Consideramos que la identificación de las expectativas y demandas de los grupos de interés, así como la integración de los mismos en la estrategia de Fruits de Ponent, es una de las herramientas más poderosas para el éxito de un posicionamiento socialmente responsable.

En la sesión de trabajo se identificaron los siguientes grupos:

-  Consejo Rector
-  Clientes
-  Proveedores
-  Empleados
-  Socios activos
-  Socios mujeres
-  Socios jóvenes
-  Socios mayores
-  Entorno social
-  Sector
-  Administraciones públicas

12.2. Grupos de interés - Consejo Rector

12.2.1. Descripción del colectivo

Fruits de Ponent es una cooperativa de segundo grado y, como tal, su órgano de gobierno es el Consejo Rector. Su estructura y sus funciones están definidas en los estatutos de la entidad.

12.2.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Respeto
-  Liderazgo
-  Servicio
-  Responsabilidad
-  Diálogo



12.2.3. Interlocutores

Los interlocutores del colectivo con la Cooperativa son:

-  Presidente
-  Dirección General

12.2.4. Canales de comunicación

Los canales de comunicación básicos definidos son:

Reuniones mensuales de Consejo Rector

Mensualmente, se reúne el Consejo Rector con el objetivo de analizar el avance de la cooperativa, así como para tomar las decisiones para el funcionamiento de la misma, etc. También tiene como función asesorar a la Dirección General y ser la vía de transmisión con el socio de base.

Cada reunión dispone de su acta correspondiente.

Boletín mensual

Cada mes, la Cooperativa edita un boletín con las informaciones más destacadas de su funcionamiento.

Reuniones sectoriales

Mensualmente, diferentes grupos del Consejo Rector, identificados por sectores de producción distintos, se reúnen con el mismo objetivo que el propio Consejo Rector. Su función es ser un *input* para el propio Consejo Rector.

Cada reunión dispone de su acta correspondiente.

Atención personalizada

Cualquier miembro del Consejo Rector puede acceder a la presidencia y a la Dirección General. No existen actas de estas reuniones a pequeño comité.

12.2.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados de la relación con el Consejo Rector son:

-  Transparencia con su entorno
-  Sostenibilidad económica
-  Cultivos éticos y sostenibles

12.2.6. Planes de acción

El Consejo Rector de Fruits de Ponent ha participado y participa activamente con el objetivo de estar siempre actualizados en la definición de:

-  La misión y visión de la Cooperativa
-  Los valores de la organización
-  El plan estratégico

Asimismo, el Consejo Rector, al ser una entidad con una dimensión reducida, tiene como una de sus funciones el apoyo al personal a todos los niveles. Sus miembros son plenamente accesibles.

12.2.7. Objetivos

Los miembros de un Consejo Rector de una Cooperativa son agricultores y, además, se van renovando periódicamente. Es imprescindible, para una buena toma de decisiones, que dispongan de un conocimiento adecuado la entidad.

Objetivo estratégico: mejorar el conocimiento del Consejo Rector respecto a la realidad empresarial de la Cooperativa.

Este objetivo a nivel operativo para este 2012 se traduce en:

Realizar jornadas de trabajo en las que se dará una información relativa al funcionamiento de la Cooperativa.

12.3. Grupos de interés - Clientes

12.3.1. Descripción del colectivo

Empresas a las que Fruits de Ponent suministra fruta. Distinguimos entre los clientes finales y los intermediarios.

12.3.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Calidad
-  Respeto al medio ambiente
-  Trazabilidad
-  Eficacia y eficiencia
-  Atención
-  Comunicación
-  Diálogo



12.3.3. Interlocutores

Los interlocutores del colectivo con la Cooperativa son:

-  Presidente
-  Director general
-  Director comercial
-  Toda el área comercial
-  Responsable de calidad y medio ambiente
-  Director de producción

12.3.4. Canales de comunicación

Los canales de comunicación básicos definidos son:

Página web

La página web de la Cooperativa está en cuatro idiomas: catalán, castellano, inglés y francés. De ese modo, pretende ser un canal de comunicación válido para las distintas empresas, independientemente de su ubicación. Dispone de los siguientes apartados:

-  Productos que se ofrecen, con los distintos calendarios de recogida.
-  Calidad. Donde se informa de las distintas certificaciones que se dispone.
-  R+D. Se detallan las diferentes colaboraciones y proyectos en los que la entidad participa con distintos centros de investigación.
-  Promoción. Noticias de las actividades que se van realizando: campañas, asistencia a ferias, etc.

Correo electrónico

Evidentemente, no deja de ser el canal más utilizado con todo tipo de clientes, tanto a nivel de las comunicaciones operativas diarias como de cualquier otro tipo.

Boletín mensual

El boletín mensual con todas las noticias de Fruits de Ponent también es enviado a los clientes, pero solamente a los ubicados en España.

Medios de comunicación

Fruits de Ponent es una entidad de referencia en la zona de Lleida y, por tanto, suele ser noticia en los medios de comunicación local, de la misma forma que, cuando existen noticias genéricas del sector, los medios de comunicación buscan la opinión de la entidad.

Atención personalizada

Todos los departamentos de Fruits de Ponent están enfocados a los clientes, por tanto, son habituales los viajes del departamento comercial a las instalaciones de los clientes y de los clientes a las instalaciones de la empresa. De esta forma, se puede acceder a un trato mucho más directo.

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

12.3.5. Impactos sociales

El *output* esperado de la relación con nuestros clientes es:

-  Generación de sinergias positivas y responsables

Fruits de Ponent pretende llegar a un buen nivel de colaboración con los clientes, que la relación no sea puramente comercial. Piensa que si se incorporan sus sugerencias es un buen canal de mejora.

12.3.6. Planes de acción

Para ir acercándonos a las expectativas de nuestros clientes, Fruits de Ponent tiene los siguientes planes de acción:

Nuestro código ético: una empresa socialmente responsable

No solamente producimos con calidad, sino que además somos muy conscientes de nuestro papel respecto al entorno socioeconómico en el que estamos ubicados. Nuestra personalidad jurídica de cooperativa también nos obliga a un código ético.

Política anticorrupción

Fruits de Ponent dispone de una política anticorrupción aprobada por el Consejo Rector y conocida por todo el personal.

Sistema de gestión: ISO 9001, ISO 140001, GlobalGap, Producción Integrada

Calidad demostrable, uno de los principios básicos para nuestros clientes. Nos obliga a un nivel de autoexigencia que repercute en la calidad del producto y del servicio.

Participación activa en centros de investigación

Innovación. Fruits de Ponent está trabajando con los centros de investigación de más prestigio del sector del sur de Europa.

12.3.7. Objetivos

Pensamos que nuestros clientes no deben únicamente identificar a Fruits de Ponent por la fruta que ésta le vende, sino que hemos de comunicarle mucho más.

Objetivo estratégico: mejorar la estrategia de acercamiento del cliente a Fruits de Ponent.

Este objetivo a nivel operativo para este 2012 se traduce en:

-  Continuar promocionando la web para que sea un canal de comunicación más personalizado con el cliente, recogiendo sus sugerencias y, además, filtrando las noticias que son de su interés
-  El boletín mensual debe llegar a más clientes y dar más información de los valores de la empresa
-  Revisar las encuestas de satisfacción que se envían a los clientes para que aporten mayor valor añadido
-  Aumentar las visitas de clientes a nuestras instalaciones con un plan de comunicación bien definido

12.4. Grupos de interés - Proveedores

12.4.1. Descripción del colectivo

Empresas a las que Fruits de Ponent proporciona bienes o servicios a la entidad. Hemos de señalar que los proveedores de fruta considerados los más críticos son nuestros socios. Al ser una cooperativa, éstos tienen sus propios canales y, además, están considerados como un grupo de interés. El resto de proveedores de bienes sí influyen en la calidad, pero no tan directamente. Son más críticos los proveedores de servicios como el transporte.

Normalmente se trabaja siempre con los mismos proveedores, ya que sus servicios están contrastados con los años. Cabe señalar que la mayoría de los proveedores son de ámbito

casi local, por tanto, el nivel de interacción y de conocimiento de los mismos es muy elevado.

12.4.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Calidad
-  Transparencia
-  Servicio
-  Eficacia y eficiencia
-  Diálogo

12.4.3. Interlocutores

Los interlocutores del colectivo con la Cooperativa son:

-  Responsable de compras
-  Responsable de calidad y medio ambiente

12.4.4. Canales de comunicación

Los canales de comunicación básicos definidos son:

Página web

La página web de la cooperativa está en cuatro idiomas: catalán, castellano, inglés y francés. De ese modo, pretende ser un canal de comunicación válido para las distintas empresas, independientemente de su ubicación.

Al ser locales, la comunicación que se realiza a través de web es genérica. El proveedor puede estar informado de los distintos eventos a los que asiste la empresa, las líneas de calidad con las que está trabajando, etc.

Correo electrónico

Evidentemente, no deja de ser el canal más utilizado con todo tipo de proveedores, tanto a nivel de las comunicaciones operativas diarias como de cualquier otro tipo.

Boletín mensual

El boletín mensual con todas las noticias de Fruits de Ponent también es enviado a los proveedores.

Medios de comunicación

Fruits de Ponent es una entidad de referencia en la zona de Lleida y, por tanto, suele ser noticia en los medios de comunicación local, de la misma forma que, cuando existen noticias genéricas del sector, los medios de comunicación buscan la opinión de la entidad.

Atención personalizada

Los departamentos de compras y calidad y medio ambiente trabajan constantemente con los proveedores, ya que forman parte de la cadena de valor.

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

12.4.5. Impactos sociales

El *output* esperado de la relación con nuestros proveedores es:

-  Comportamientos éticos y responsables

No podemos pretender ser una empresa éticamente responsable y comprometida con su entorno si nuestros proveedores no lo son.

12.4.6. Planes de acción

Para ir acercándonos a las expectativas de nuestros proveedores, Fruits de Ponent tiene los siguientes planes de acción:

Nuestro código ético: una empresa socialmente responsable

El código ético de la empresa es conocido por los proveedores.

Política anticorrupción

Fruits de Ponent dispone de una política anticorrupción aprobada por el Consejo Rector y conocida por todo el personal y que se comunica también a los proveedores.

Sistema de Gestión: ISO 9001, ISO 14001, GlobalGap, Producción Integrada

El estándar de calidad que nos exigen estas certificaciones influyen directamente en el grado de exigencia de nuestros proveedores.

Participación activa en centros de investigación

Innovación. Fruits de Ponent está trabajando con los centros de investigación del sector de más prestigio del sur de Europa.

Evaluación de los proveedores con criterios de calidad, ambientales, de seguridad y de cumplimiento de los requisitos en materia de derechos humanos y laborales.

No solamente tenemos en cuenta la calidad de los productos y servicios de nuestros proveedores, sino también su comportamiento ético y responsable.

12.4.7. Objetivos

Nuestros proveedores pueden aportarnos ideas de mejora. Además, Fruits de Ponent debe prestar más atención a aquellos proveedores que entran en contacto directo.

Objetivos estratégicos:

-  Disponer de un mejor conocimiento de nuestros proveedores con la finalidad de crear sinergias que mejoren la colaboración
-  Mejorar la calidad del trabajo del colectivo de chóferes

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

-  Mejorar las encuestas de evaluación de los proveedores para poder tener un conocimiento más exhaustivo de cada proveedor y así disponer de información que nos permita colaborar de forma más efectiva
-  Mejorar las condiciones de trabajo de los chóferes, mejorando las instalaciones.

12.5. Grupos de interés - Empleados

12.5.1. Descripción del colectivo

Para analizar el colectivo de trabajadores de Fruits de Ponent debemos diferenciar dos realidades totalmente distintas: fuera de campaña y campaña.

-  Fuera de campaña
-  Campaña. El aumento de más del 500% de trabajadores y el componente añadido de la inmigración hacen que, durante la campaña, Fruits de Ponent sea otra empresa, con otra realidad

12.5.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Respeto
-  Humildad
-  Eficacia
-  Responsabilidad
-  Diversidad
-  Confianza
-  Calidad
-  Implicación
-  Compromiso
-  Comunicación
-  Productividad

12.5.3. Interlocutores

El buen funcionamiento del día a día de la empresa implica que el organigrama esté implantado correctamente y, por tanto, todo trabajador sepa que su interlocutor es su jefe superior.

12.5.4. Canales de comunicación

Los canales de comunicación básicos definidos son:

Jefes directos

Es la comunicación más directa y utilizada. Se utilizan para transmitir no sólo órdenes, sino también comunicaciones de todo tipo.

Paneles de anuncios

Están ubicados por toda la empresa. Sirven como canal de comunicación tanto de temas concretos como de eslóganes.

Revistas

Publicaciones periódicas

Redes Sociales



Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

12.5.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados son:

-  Fomento de la profesionalización por medio de la formación
-  Inmigración sostenible
-  Motivación
-  Información
-  Productividad

Nuestra empresa, además de los *outputs* esperados de cualquier empresa estándar, como puede ser la motivación, la productividad y la profesionalidad de sus empleados, trabaja directamente con la inmigración. Implica programas paralelos a toda la actividad de la empresa y el objetivo final siempre es que esta inmigración, que conlleva un impacto muy relevante en la vida cotidiana tanto de la empresa como de la población, sea realmente sostenible, si no, ese coste es inasumible.

12.5.6. Planes de acción

Distinguimos dos líneas diferentes:

-  Global para todos los empleados
-  Inmigración

Global

Formación en políticas, valores y principios del código ético

Todo el personal que se incorpora a Fruits de Ponent, o bien si hay algún cambio al respecto, es formado en la política, los valores y el Código Ético. Este aspecto es el gran enlace entre la empresa y los trabajadores.

Formación relacionada con el lugar de trabajo

Fruits de Ponent dispone cada año de un plan de formación para todos los trabajadores de la empresa cuyo objetivo es la adquisición y mantenimiento de las competencias adecuadas para desarrollar su puesto de trabajo.

Formación de interés propio

No tan sólo nos centramos en las competencias del puesto de trabajo, sino que hay una sensibilidad por todos aquellos focos de interés que pueden mejorar aspectos aunque no estén relacionados con el puesto de trabajo.

Convivencias con los socios

Los socios son los propietarios de la empresa, conocerlos, que estos interactúen directamente con los trabajadores, hace que la comunicación de los valores de la misma sea mucho más directa y efectiva.

Gestión responsable de la plantilla

Plan de igualdad

Estos aspectos deben irse concretando poco a poco.

Inmigración

Programación de contratación en origen

Programa de beneficios sociales para los contratados en origen

Proveer a personal colombiano de ciertos productos (material de limpieza)

12.5.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

Mejorar las sinergias trabajadores-empresas

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

-  Formación más especializada. Analizar de forma más exhaustiva la formación que se está ofreciendo y llegar así a plantear una formación más especializada y, por tanto, de mayor interés.
-  Encuestas de clima laboral. Mejorar la extracción de conclusiones
-  Mejorar la comunicación interna. En el período de plena campaña, con la incorporación de tanto personal, la comunicación se resiente. Es necesario revisar su funcionamiento
-  Visitas a diferentes instalaciones. Hay personal de la empresa que no conoce la totalidad de las instalaciones de Fruits de Ponent. Solamente se han centrado en su área de trabajo y no ha habido la oportunidad de conocer más
-  Excursiones, jornadas deportivas y otras actividades de ocio. Pensamos que mejorarán las relaciones a todos los niveles
-  Reuniones para debatir propuestas

 Plan de igualdad

12.6. Grupos de interés - Socios activos

12.6.1. Descripción del colectivo

Se considera un socio activo aquel que utiliza los servicios de Fruits de Ponent, es decir, que produce fruta y la comercializa a través de la entidad.

12.6.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Rentabilidad económica
-  Información
-  Transparencia
-  Imagen positiva
-  Proximidad
-  Vinculación con la empresa

12.6.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

-  Presidente
-  Director general
-  Directora área social

12.6.4. Canales de comunicación

Los canales de comunicación básicos definidos son:

 **SMS**

Es el canal más rápido y se utiliza para mensajes concretos, tanto de convocatoria de reuniones como de avisos a nivel técnico.

 **Boletines bimensuales**

Dan una visión mucho más global de la Cooperativa, sus actuaciones, sus líneas estratégicas e información, tanto social como económica, pero siempre a grandes rasgos.

Notas informativas

Se utilizan también para informaciones de carácter general.

Asambleas generales

Es el gran canal formal de una cooperativa. En ellas se comunican y se debaten con los socios informaciones de todos los niveles, como:

-  Elecciones
-  Aprobaciones de cuentas
-  Definición y aprobación de estrategias
-  ...

Correo electrónico

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

Tablón de anuncios

Los socios utilizan las instalaciones de Fruits de Ponent. Por tanto, el tablón de anuncios es un buen mecanismo.

12.6.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados son:

-  Pueblo
-  Fomento conocimiento de la empresa
-  Cohesión

Una cooperativa es un tipo de sociedad asamblearia con un fuerte carácter social y económico. Todos los impactos que se esperan implican la supervivencia de una zona, de una serie de familias vinculadas a ese territorio.

12.6.6. Planes de acción

Distinguimos dos líneas de trabajo:

-  Profesional

 Social**A nivel profesional, se trabaja:**

-  El aumento de los servicios y la mejora de los mismos
-  El fondo de tierras

Existe un número determinado de socios que van dejando su actividad, o bien por edad o bien por cambio de profesión. La Cooperativa no puede permitirse el abandono de estas producciones. El fondo de tierras permite que los socios que han dejado la actividad continúen con la propiedad de sus explotaciones y que otros socios se puedan hacer cargo de las mismas con un aumento de sus producciones, con la repercusión directa que tiene en la propia cooperativa.

 Mallas antigranizo

La Cooperativa participa activamente financiando estas infraestructuras, que tienen como objetivo proteger la producción de los efectos del granizo, riesgo muy real en esta zona.

 Formación

Los programas de formación para socios, tanto a nivel técnico como de gestión, son una constante en esta entidad.

A **nivel social**, se realizan actividades lúdicas que permiten trabajar la cohesión social. Las más destacables son:

-  Final de campaña
-  Día del Socio

12.6.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

-  Mejorar la visión estratégica de nuestros socios

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

-  Realización de viajes técnicos a otros países u otras zonas para que puedan ver distintas formas de enfoques o de técnicas

12.7. Grupos de interés - Socios mujeres

12.7.1. Descripción del colectivo

Este colectivo tiene unas especiales connotaciones, ya que conlleva dos roles diferentes:

-  Socio
-  Mujer

Tradicionalmente, la mujer siempre ha tenido un papel secundario en el campo y, por tanto, es necesario valorar su rol.

12.7.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Reconocimiento
-  Apoyar al socio
-  Formación

12.7.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

-  Director general
-  Directora área social

12.7.4. Canales de comunicación

Los canales son los mismos que para los socios activos.

SMS

Es el canal más rápido y se utiliza para mensajes concretos, tanto de convocatoria de reuniones como de avisos a nivel técnico.

Boletines bimensuales

Dan una visión mucho más global de la Cooperativa, sus actuaciones, sus líneas estratégicas e información, tanto social como económica, pero siempre a grandes rasgos.

Notas informativas

Se utilizan también para informaciones de carácter general.

Asambleas generales

Es el gran canal formal de una cooperativa. En ellas se comunica y se debate con los socios informaciones de todos los ámbitos, como:

-  Elecciones
-  Aprobaciones de cuentas
-  Definición y aprobación de estrategias
-  ...

Correo electrónico

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

Tablón de anuncios

Los socios utilizan las instalaciones de Fruits de Ponent. Por tanto, el tablón de anuncios es un buen mecanismo.

12.7.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados son:

-  Cohesión
-  Refuerzo del papel de la mujer en el mundo agrario
-  Participación en la preparación de actividades

12.7.6. Planes de acción

Distinguimos también dos líneas de trabajo:

-  Profesional
-  Social

En el ámbito profesional se trabaja:

-  Formación

Los programas de formación para socios, tanto a nivel técnico como de gestión, son una constante en esta entidad.

Conocer la empresa

La empresa ha sido tradicionalmente un espacio más masculino. La integración de la mujer socio implica que ésta ha de conocer su empresa.

A **nivel social**, se realizan actividades que tienen tanto interés lúdico como de cohesión e integración social:

Recuperación de tradiciones

Al tener la Cooperativa un valor social evidente, consideramos que la recuperación de tradiciones a todos los niveles fomenta la cohesión y permite fijar valores sociales.

12.7.7. Objetivos

Objetivo estratégicos:

-  Mejorar la visión estratégica de nuestros socios
-  Recuperar tradiciones

Estos objetivos a nivel operativo se traducen para este 2012 en:

-  Realización de viajes técnicos a otros países u otras zonas para que puedan ver distintas formas de enfoques o de técnicas
-  Elaboración de un libro, con la participación de este colectivo, en el que se van a recoger tradiciones y recetas de cocina fuera de uso

12.8. Grupos de interés - Socios jóvenes

12.8.1. Descripción del colectivo

El colectivo de socios jóvenes se considera crítico, ya que de ellos depende el futuro de la entidad. Se considera socios jóvenes aquellos comprendidos entre los 16 y 30 años. La evolución de este colectivo en cuanto a número y producción es la siguiente.

12.8.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Formación
-  Reconocimiento
-  Profesionalidad
-  Implicación





-  Dedicación
-  Responsabilidad
-  Equipo
-  Esfuerzo
-  Calidad
-  Eficacia

12.8.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

-  Director general
-  Directora área social

12.8.4. Canales de comunicación

Los canales son los mismos que para los socios activos.

SMS

Es el canal más rápido y se utiliza para mensajes concretos, tanto de convocatoria de reuniones como de avisos a nivel técnico.

Boletines bimensuales

Dan una visión mucho más global de la Cooperativa, sus actuaciones, sus líneas estratégicas e información, tanto social como económica, pero siempre a grandes rasgos.

Notas informativas

Se utilizan también para informaciones de carácter general.

Asambleas generales

Es el gran canal formal de una cooperativa. En ellas se comunican y se debaten con los socios informaciones de todos los niveles como:

-  Elecciones
-  Aprobaciones de cuentas
-  Definición y aprobación de estrategias
-  ...



Correo electrónico

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

Tablón de anuncios

Los socios utilizan las instalaciones de Fruits de Ponent. Por tanto, el tablón de anuncios es un buen mecanismo.

12.8.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados son:

En el ámbito de valores

-  Cohesión, integración, cooperativismo y sentirse apoyado por la empresa.

Uno de los principales *handicaps* de las cooperativas es la implicación de la juventud con la entidad en todos los aspectos; los valores no están alineados actualmente. Este no es un problema de esta empresa en general, es un problema generacional.

-  Implicación en proyectos reales

Este colectivo requiere mucho más pragmatismo. En relación con el tema de los valores comentado anteriormente, si no se compagina con proyectos tangibles, es imposible conseguir su implicación.

-  Programas informáticos

Es una generación tecnológica y, por tanto, la Cooperativa debe dar respuesta a sus necesidades teniendo en cuenta este componente.

-  Visión empresarial

12.8.6. Planes de acción

Son los mismos que para el resto de socios, personalizando los objetivos a conseguir. Distinguimos también dos líneas de trabajo:

-  Profesional
-  Social

En el ámbito profesional, se trabaja:



Formación

Los programas de formación para socios tanto a nivel técnico como de gestión son una constante en esta entidad.

Conocer la empresa

El colectivo más joven, curiosamente, no suele participar en las actividades de la Cooperativa. No siente la empresa como suya y, por tanto, el hecho de familiarizarse con ella pensamos que va a repercutir en esta relación.

En el ámbito social, se realizan actividades que tienen tanto interés lúdico como de cohesión e integración social:

Recuperación de tradiciones

Al tener la Cooperativa un valor social evidente, consideramos que la recuperación de tradiciones a todos los niveles fomenta la cohesión y permite fijar valores sociales.

12.8.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

Mejorar la visión estratégica de nuestros socios

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

Realización de viajes técnicos a otros países u otras zonas para que puedan ver distintas formas de enfoques o técnicas

12.9. Grupos de interés - Socios mayores

12.9.1. Descripción del colectivo

Dentro de las cooperativas existe el colectivo de socios que ya no son activos pero que continúan conservando la condición de socios. Este es un colectivo tradicionalmente ignorado, ya que no participa en el concepto “productividad”. La evolución de este colectivo en cuanto a números es la siguiente.

12.9.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

Comunicación



- Integración con la empresa
- Sentirse valorado
- Atención
- Respeto
- Servicio
- Diálogo
- Bienestar
- Calidad
- Independencia
- Ocio

12.9.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

- Director general
- Directora área social

12.9.4. Canales de comunicación

Los canales son los mismos que para los socios activos.

Boletines bimensuales

Dan una visión mucho más global de la Cooperativa, sus actuaciones, sus líneas estratégicas e información, tanto social como económica, pero siempre a grandes rasgos.

Notas informativas

Se utilizan también para informaciones de carácter general.

Asambleas generales

Es el gran canal formal de una cooperativa. En ellas se comunican y se debaten con los socios informaciones de todos los niveles como:

- Elecciones
- Aprobaciones de cuentas
- Definición y aprobación de estrategias
- ...

Tablón de anuncios

Los socios mayores visitan las instalaciones de Fruits de Ponent, por tanto, el tablón de anuncios es un buen mecanismo.

Redes Sociales

Fruits de Ponent emite noticias a través de las redes sociales, en especial en Facebook.

12.9.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados son:

A nivel de valores:

Cohesión

Se considera que la participación de este tipo de colectivo puede ayudar a la cohesión de la totalidad de los socios. Aportan experiencia y otra visión de la empresa.

Preparación de actos, excursiones, fiestas, etc.

Su disponibilidad de tiempo implica que pueden participar ayudando a la programación de actos sociales.

12.9.6. Planes de acción

Están más focalizados a temas sociales:

Recuperación de tradiciones

Al tener la Cooperativa un valor social evidente, consideramos que la recuperación de tradiciones a todos los niveles fomenta la cohesión y permite fijar valores sociales.

Dar servicio a la empresa después de dejar la actividad productiva

Implica la participación activa en la organización de todo tipo de eventos.

Apartamentos sociales

Es la misma idea que una residencia, tutelada por la propia Cooperativa pero con el componente de implicación en la actividad de la Cooperativa. Falta analizar el modelo y ver su viabilidad.



12.9.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

-  Dar asistencia al colectivo

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

-  Analizar qué tipo de modelo precisan para dar cobertura a sus necesidades y ver su viabilidad económica.

12.10. Grupos de interés - Entorno social

12.10.1. Descripción del colectivo

Consideramos entorno social las distintas localidades donde está ubicada la Cooperativa Fruits de Ponent:

-  Alcarràs
-  Benavent
-  Binaced

Todos los socios de Fruits de Ponent pertenecen a una de estas localidades, pero como entorno entendemos la totalidad de la población, sean o no socios.

12.10.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Implicación
-  Participación

12.10.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

-  Presidente
-  Dirección general



12.10.4. Canales de Comunicación

No existen unos canales específicos de comunicación. Son los mismos que con los socios. Destacamos, al ser su mensaje de carácter más social:

-  Boletines informativos y medios de comunicación

12.10.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados a nivel de valores son:

-  Reconocimiento de la empresa

Se espera, por una parte, que conozcan la Cooperativa, no sólo como un ente económico, sino también como un ente social.

12.10.6. Planes de acción

-  Asistencia a ferias

Fruits de Ponent participa en las actividades de las poblaciones y se destaca la asistencia a las ferias locales, presentando no sólo productos, sino también la propia entidad: su funcionamiento, sus valores.

-  Participación en actividades de la biblioteca y colegios

Participación en jornadas que realiza la propia biblioteca, difundiendo así los valores de la Cooperativa.

-  Promociones de fruta

En las actividades organizadas o a través del ayuntamiento u otras entidades locales, se participa haciendo promociones de fruta, ya que se considera una fórmula para conocer la Cooperativa y sus valores.

12.10.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

-  Dar a conocer la Cooperativa y sus valores.

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

- ☒ Participar en eventos de las poblaciones locales.

12.11. Grupos de interés - Sector

12.11.1. Descripción del colectivo

Por sector entendemos:

- ☒ Sector cooperativo. Fruits de Ponent, al ser una cooperativa, forma parte de este colectivo representado a nivel de comunidad autónoma, estatal y europea. Implica relaciones con la Cooperativa en todos estos niveles.
- ☒ Sector frutícola. Su actividad principal es la fruta y, por tanto, está representada en las diferentes asociaciones que hay al respecto, incluidos los centros de investigación relacionados.

12.11.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

- ☒ Implicación
- ☒ Participación

12.11.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

- ☒ Presidente
- ☒ Dirección general
- ☒ Director comercial
- ☒ Toda el área comercial
- ☒ Director de producción

12.11.4. Canales de comunicación

Además de los canales habituales de comunicación, destacamos:

- ☒ Reuniones sectoriales, tanto a nivel cooperativo como de sector, donde asiste la competencia. El objetivo es la búsqueda de diferentes canales de cooperación y su materialización.
- ☒ Proyectos de innovación. Los diferentes proyectos de innovación que se están llevando a cabo con centros de innovación no dejan de ser otro canal, tanto de cooperación como de innovación interna.



12.11.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados a nivel de valores son:

 Cooperación

Líneas de actuación nuevas que sean beneficiosas para todo el sector en general.

12.11.6. Planes de acción

 Ferias nacionales e internacionales

Se asiste a varias ferias nacionales e internacionales del sector, como la Feria de Sant Miquel de Lleida, la Fruit Logistica de Berlín, Medfel de Perpiñán. No deja de ser un escaparate del sector y otra vía de establecer relaciones a todos los niveles.

 Participación en misiones comerciales

A través de las cámaras de comercio, y junto a otras empresas del sector, y, por tanto, competencia, se visitan clientes con objetivos no sólo comerciales, sino como posibles vías de interacción con el sector.

 Proyectos conjuntos (Programa de obtención de nuevas variedades de melocotones y nectarinas ASF-IRTA con el apoyo y participación de FRUIT FUTUR)

Realización de proyectos de investigación conjuntamente con la competencia.

 Participación en diversas entidades: Afrucatl, Indulleida, Funde, etc.

Es una de las características del sector frutícola cooperativo, la creación de entidades con finalidades distintas: comerciales, de investigación, sociales, representativas, etc.

12.11.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

 Innovación a distintos niveles

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

 Crear un nuevo modelo de funcionamiento reduciendo costes y optimizando recursos.

12.12. Grupos de interés - Administraciones públicas

12.12.1. Descripción del colectivo

Diferenciamos dos tipologías de administraciones:

-  Autonómica, nacional y europea. Fruits de Ponent, al ser una cooperativa, ya está representada sectorialmente en todos estos ámbitos. Por tanto, este apartado lo englobamos en Sector.
-  Local. Ayuntamientos de los distintos pueblos integrados en Fruits de Ponent.

El tema del cumplimiento de la legislación vigente, junto con la relación que implica con la administración, se da por supuesto y, por tanto, no es un aspecto a desarrollar en este punto.

12.12.2. Expectativas

Las expectativas que definió el grupo respecto a la Cooperativa fueron las siguientes:

-  Implicación
-  Participación

12.12.3. Interlocutores

Los interlocutores formales de este colectivo con la empresa son:

-  Presidente
-  Dirección general
-  Directora del área social

12.12.4. Canales de Comunicación

Además de los canales habituales de comunicación, destacamos:

-  Reuniones con el alcalde y regidores

12.12.5. Impactos sociales

Los *outputs* esperados a nivel de valores son:

-  Cooperación
-  Colaboración entre entidades

12.12.6. Planes de acción

Visitas sociales

La Cooperativa forma parte de la dinámica socioeconómica de la zona. Por tanto, es necesario que esté abierta a los diferentes representantes políticos y que sea partícipe de su evolución.

Representación en diferentes ámbitos

Dentro de los propios ayuntamientos, Fruits de Ponent actúa en diferentes áreas: cultural, económica, educacional, deportiva, etc.

Promoción de productos locales

La Cooperativa tiene en sus instalaciones una tienda abierta al público en general. A parte de vender los productos de la Cooperativa, también tiene a la venta productos locales.

12.12.7. Objetivos

Objetivo estratégico:

Involucración con el entorno

Este objetivo a nivel operativo se traduce para este 2012 en:

Colaborar con el ayuntamiento con patrocinios y promoción de una alimentación saludable



13. PERSPECTIVAS, OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL 2013

13.1 Proyectos de futuro

PROGRAMA DE OBTENCIÓN DE NUEVAS VARIEDADES DE MELOCOTONES Y NECTARINAS ASF-IRTA CON EL APOYO Y PARTICIPACIÓN DE FRUIT FUTUR, Agrupación de Interés Económico

Empresa con la participación del sector (FdP, Actel, Nufri, Poma Girona) para la obtención de nuevas variedades de fruta de hueso y semilla mediante selección de cruzamientos genéticos con criterios adaptados a nuestras condiciones de clima y suelos de la zona.

FRUIT Futur AIE

IRTA



nufri



PROGRAMA DE MILLORA GENETICA DE POMERA, PERERA I PRESSEGUER

OBJECTIU:
Obtenció de noves varietats adaptades a les nostres condicions climàtiques.



NOVEMBRE 2010

| ESPECIE | ANY / Nº LLAVORS | LLAVORS GERMINADES | PRE - SELLECCIÓ | SELECCIÓ AVANÇADA | ELITE | REGISTRE |
|---------|------------------|--------------------|-----------------|-------------------|-------|----------|
| POMA | 2002 / 144.000 | 100.000 | 33.000 | 42 | | |
| PERA | 2002 | | | 43 | | |
| PINYOL | 2004 / 48.252 | | 17.336 | 141 | 24 | 8 |

Redistribución de las zonas de paso y construcción de una pasarela de acceso del personal

La nueva pasarela evitará la confluencia del personal que va a pie con las carretillas que circulan por el almacén, reduciendo así el riesgo de atropellos.

Ampliación de la nave de confección

Se está estudiando ampliar las instalaciones de Fruis de Ponent para adaptarlas a los aumentos de producción de nuestros socios.

Climatización de la zona de producción

Se estudiará la implantación de sistemas de climatización en el almacén para mejorar el confort térmico de nuestros trabajadores.



Pantallas electrónicas

Se implantarán pantallas electrónicas en diferentes zonas del almacén para facilitar el acceso del personal a informaciones de utilidad.

13.2 Acuerdos de comercialización

Giropoma + Albatàrrec + FdP

Giropoma = Costa Brava + Fructícola de l'Empordà

Dos sociedades de Girona, Costa Brava y Fructícola de l'Empordà, ambas sociedades limitadas dedicadas a la producción, confección y comercialización de fruta, y en gran cantidad de manzanas, se fusionaron hace un año en una sola entidad que pasó a llamarse Giropoma. Giropoma continúa con los mismos objetivos que sus empresas madre antes de fusionarse.

Giropoma, Cooperativa d'Albatàrrec y Fruits de Ponent decidieron iniciar un camino de comercialización en común en el año 2010, aunque ha sido durante el 2011 cuando se ha iniciado físicamente la comercialización conjunta, ya que el año anterior Giropoma tuvo una afección de granizo importante que lo imposibilitó.

Este acuerdo es posible dada la diversidad de sus productos y la especialización de cada una ellas:

-  Giropoma: manzana y, en menor cantidad, pera y fruta de hueso
-  Cooperativa d'Albatàrrec: pera y, en menor medida, fruta de hueso
-  Fruits de Ponent: fruta de hueso y, en menor cuantía, pera y manzana

A raíz de este acuerdo, se dispone de:

-  3 equipos comerciales a disponer: Fruits de Ponent, Giropoma y Albatàrrec.
-  4 centros de confección a disponer para lo que convenga: Albatàrrec, Girona (Ullà y Sant Pere Pescador) y Alcarràs.
-  8 centros de cámaras de conservación: Albatàrrec, Alcarràs I, Alcarràs II, Benavent de Segrià, Binaced, Ullà, Sant Pere Pescador y Armentera.

La clave del éxito de este proyecto es el trabajo en equipo. De cara a los próximos años, una vez consolidada la idea inicial, se promoverán otro tipo de proyectos conjuntos, como las compras de material auxiliar de forma centralizada, etc.

| | | |
|------------------------------|----------------------|-------------------------------------|
| Manzana | 45.000.000 kg | EN TOTAL UNOS 120.000.000 KG |
| Pera | 20.000.000 kg | |
| Melocotón y nectarina | 55.000.000 kg | |



13.3 Otros proyectos

-  *Participación en el proyecto OPTIDOSA (general) y para fruta DOSAFRUT. Optimización del volumen de caldo para tratamientos*
Sistema para ajuste óptimo de la dosis de las aplicaciones de los productos fitosanitarios en los tratamientos químicos para asegurar la sanidad alimentaria y reducir las deposiciones de residuos sobre el fruto sin minimizar la efectividad del tratamiento.
-  *Participación en el proyecto de riego REG-CONTROL. Control y optimización del riego a distancia. IRTA + AGBAR + FRUITS DE PONENT*
Optimización en línea del consumo de agua para riego según necesidades y requerimientos técnico-agronómicos, con programación de la dosificación y control de consumos a distancia que permite verificar el buen funcionamiento y la detección y localización inmediata de anomalías y averías en el sistema y en las instalaciones.
-  *FRUIT.net. Proyecto de minimización de los residuos en la fruta*
Proyecto de control de la producción de fruta minimizando los tratamientos y las aplicaciones con objeto de reducir la presencia de residuos de fitosanitarios en los frutos, salvaguardando la sanidad y la seguridad alimentaria.
-  *Confusión sexual en anarsia, grafolita y carpocapsa*
Sistema alternativo a la utilización de productos fitosanitarios para el control de plagas consistente en una técnica de difusión de feromonas sexuales en la zona de cultivo, eliminando la utilización de productos químicos fitosanitarios.
-  *Captura masiva en mosca del Mediterráneo*
Sistema alternativo a la utilización de productos fitosanitarios para el control de mosca *Ceratitis capitata*, consistente en una distribución de mosqueros en la zona de cultivo para capturar individuos reduciendo al máximo la población de plaga y evitar daños en la cosecha.
-  *Participación en el proyecto: prueba piloto para recoger otros residuos agrícolas. UdL + FCAC + CAMP D'ALCARRÀS*
Procedimiento de recogida de todo tipo de residuos excedentarios en el proceso agrícola, no sólo envases, y su posterior reciclado para su aprovechamiento en usos alternativos.

☞ *Participación en el proyecto FEM+Fruit.*

Aprovechamiento y aplicación en frutales de los purines generados por la actividad ganadera porcina. Se pretende dar respuesta técnica a las cuestiones de que época es la mejor o peor para poder aplicarlos, en cuántas veces, dónde aplicarlo, en qué cantidad, se puede aplicar directamente o hace falta compostarlo. El sector presenta una necesidad de eliminar estos subproductos y el cultivo predominante en la zona es el frutícola.

☞ *Colaboración con la asociación Una Sonrisa para Aitana.*

Se recogen tapones de plástico para ayudar a una asociación que los recoge para reciclarlos y obtener fondos para ayudar a niños con enfermedades raras y pocos recursos económicos.



HALCON VIAJES

FUNDACIÓN SEUR

La vida de AITANA de TARAZONA depende de tu SOLIDARIDAD

RECOGIDA DE TAPONES DE PLÁSTICO PARA SALVAR LA VIDA DE AITANA

AYÚDALE

SANTARDER 0049-8832-58-2998836144

www.unasonrisaparaaitana.org

luisgarcia@live.com

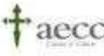
acteco



Colaboración con la Asociación Española contra el Cáncer en el programa Salud y Empresa.

Mensualmente se difunden entre todos los trabajadores y socios unos mensajes de salud con aspectos relacionados con el cáncer.

Si no puedes ver correctamente este e-mail, ponte en contacto con ayuda@aecc.es



Solidaridad en la Empresa

abril 2012



Cáncer de cérvix

El cáncer de cérvix se puede prevenir y diagnosticar a tiempo.

El cáncer de cérvix o de cuello de útero no es hereditario. El principal motivo por el que se produce son algunos tipos de virus del papiloma humano (VPH).

Hay factores que aumentan la posibilidad de desarrollar cáncer de cérvix en mujeres que ya son portadoras del VPH:

- El uso prolongado de anticonceptivos orales.
- Mujeres con herpes genital.
- En fumadoras se duplica el riesgo.
- La mayoría de los casos se diagnostican entre los 35 y los 50 años.

→ **Prevención: actuar sobre el VPH**



Al tratarse de una enfermedad que se transmite por vía sexual, se recomienda el uso de preservativo durante las relaciones sexuales. Aunque no protege al 100%, sí que reduce el riesgo de contagio.

No es un virus de "a mí no me va a tocar". Se calcula que 8 de cada 10 mujeres sexualmente activas estarán expuestas al virus durante su vida y no son conscientes de cuando se expusieron. Por este motivo es importante no correr riesgos y evitar la infección por VPH mediante una vacuna que nos protege del 70% de los virus que provocan el cáncer de cérvix.

→ **Citología vaginal. La prueba más eficaz para detectarlo a tiempo**



Las revisiones ginecológicas mediante la citología cervical o test de Papanicolaou, son las medidas más eficaces para detectar a tiempo un cáncer de cérvix.

En España predominan los programas de cribado de cáncer de cérvix. Se trata de un servicio de revisión ginecológica mediante citología para todas las mujeres de las diferentes comunidades. La Comunidad Europea recomienda establecer las revisiones entre los 25 y los 65 años.

PROTECCIÓN MÁS SEGURA FRENTE AL CÁNCER DE CÉRVIX

Uso de preservativo + Vacunación + Revisión ginecológica periódica

→ **Recuerda:**



- Utiliza preservativo si no disfrutas de una relación estable y segura.
- Cumple el calendario de vacunación. Si tiene hijas o hermanas entre 9 y 26 años, infórmalas de la importancia de prevenir el VPH.
- No descuides la revisión ginecológica periódica que establece tu médico, te hayas puesto o no la vacuna.
- Consulta con tu ginecólogo cualquier duda que tengas.

[Más información sobre cáncer](#)
[Ver toda la información](#)

Programa "Solidaridad en la Empresa" financiado por:



HAZTESOCIO 902 886 226

WWW.AECC.ES

Asociación Española Contra el Cáncer
 Alameda de San Diego, 5 - 28010 Madrid - Tel. 91 319 41 38 - Fax 91 319 09 66 - www.aecc.es

La aecc cumple todos los requisitos que la Fundación Lusha exige para otorgar el "Certificado de Transparencia y Buenas Prácticas" de las ONG.




14 SISTEMA DE GESTIÓN - CERTIFICADOS

Durante la campaña 2011-2012 se realizaron 18 auditorías, entre las realizadas por clientes, organismos oficiales de certificación y las auditorías internas.

Entre ellas destacan:



CERTIFICADO Nº 150/11

FORÉTICA certifica que el **SISTEMA DE GESTIÓN ÉTICA Y SOCIALMENTE RESPONSABLE** implantado por

FRUITS DE PONENT SCCL.
Carretera de Valmanya KM. 1, - 25180 Alcarribàs (LLEIDA)

Para las actividades
La compra, distribución y provisión a los socios de materias primas, medios de producción, bienes y servicios que sean necesarios para sus explotaciones o para las de sus respectivos socios, y en especial, en forma enumerativa pero no limitadora, abonos, insecticidas, herbicidas, productos fitosanitarios, semillas, útiles para la recolección, tratamientos y transporte. Mejora del proceso de producción agrario mediante la aplicación y el uso colectivo de técnicas, equipos y medios de producción, así como la ejecución de obras de interés agrario. Industrializar, producir y comercializar productos agrarios y sus derivados, así como su clasificación y conservación. La recepción, conservación, manipulación y comercialización de la fruta, y demás productos agrarios aportados por sus socios, por terceros y, si fuera el caso, por los producidos por la propia Cooperativa. Prestación de servicios y fomento de actividades encaminadas a la promoción y mejora de la población agraria y del medio rural. Adquisición de maquinaria en común, así como su utilización. El arrendamiento, gestión y explotación de tierras y de bienes susceptibles del uso y de explotación agrícola. Fomento y gestión de los seguros agrarios.

Según los requisitos establecidos en la norma de empresa **SGE 21:2008**

Ha sido evaluado por la Certificadora

DET NORSKE VERITAS BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L.U.

Este certificado es válido desde el 30 de diciembre de 2011 hasta el 30 de diciembre de 2014.

Y para que conste, firman el presente certificado en Madrid, a 30 de diciembre de 2011.

Por Forética: **Juan Pedro Gallano Serrano**, Presidente

Por DET NORSKE VERITAS BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L.U.: **Lars Appel**, Director de Certificación



Della Serrilla, 11 • 31100 Landa
30244 Muro de Noya
Teléfono/Fax: 81 922 75 46/55 36 0 27 66
forética@forética.es
www.forética.org
www.sge21.forética.org

Cualquier aclaración relativa al alcance del certificado y a la aplicación de los requisitos de la norma SGE 21:2008 puede obtenerse consultando a la organización





DNV BUSINESS ASSURANCE

CERTIFICADO DEL SISTEMA DE GESTIÓN

(MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE)

Certificado nº 123100-2012-AQ-IBE-ENAC

*Se certifica que el sistema de gestión de la compañía
(This is to certify that the management system of the company)*

FRUITS DE PONENTS SCCL

Camí de les Planes, s/n. Alcarràs., 25180, Alcarràs Lleida, Spain

*es conforme a la norma
(complies with the standard)*

ISO 14001:2004

*Este certificado es válido para el siguiente campo de aplicación
(This certificate is valid for the following scope)*

MANIPULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTA DULCE HANDLING AND SALE OF SWEET FRUIT

*Fecha certificación inicial:
(Initial Certification date)*
17.09.2010

*Este certificado es válido hasta:
(This certificate is valid until)*
06.10.2015

*La auditoría ha sido realizada bajo la
supervisión de
(The audit has been performed under the
supervision of)*

Núria Solanas
Auditor Jefe

*Lugar y fecha:
(Place and date)*
Barcelona, 26.09.2012

*Unidad acreditada
(Accredited Unit)*
DNV BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L.



Albert Canadell
Country Manager



El incumplimiento de las condiciones establecidas en el Contrato puede dar lugar a la cancelación del certificado.
(Lack of fulfilment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this certificate invalid.)

ACCREDITED UNIT: DNV BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L., C/ GARROTXA, 6-8, PL. 3 Orl, 08820, EL PRAT DE LLIBREGAT, BARCELONA, SPAIN, TEL: +34 93 479 2600
www.dnvba.es





DNV BUSINESS ASSURANCE

CERTIFICADO DEL SISTEMA DE GESTIÓN

(MANAGEMENT SYSTEM CERTIFICATE)

Certificado nº 122533-2012-AQ-IBE-ENAC

*Se certifica que el sistema de gestión de la compañía
(This is to certify that the management system of the company)*

FRUITS DE PONENTS SCCL

Camí de les Planes, s/n. Alcarràs., 25180, Alcarràs Lleida, Spain

*es conforme a la norma
(complies with the standard)*

ISO 9001:2008

*Este certificado es válido para el siguiente campo de aplicación
(This certificate is valid for the following scope)*

**MANIPULACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE FRUTA DULCE
HANDLING AND SALE OF SWEET FRUIT**

*Fecha certificación inicial:
(Initial Certification date)*
18.09.2003

*Este certificado es válido hasta:
(This certificate is valid until)*
06.10.2015

*La auditoría ha sido realizada bajo la
supervisión de
(The audit has been performed under the
supervision of)*

Teresa Garces
Auditor Jefe

*Lugar y fecha
(Place and date)*
Barcelona, 26.09.2012

*Unidad acreditada
(Accredited Unit)*
DNV BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L.



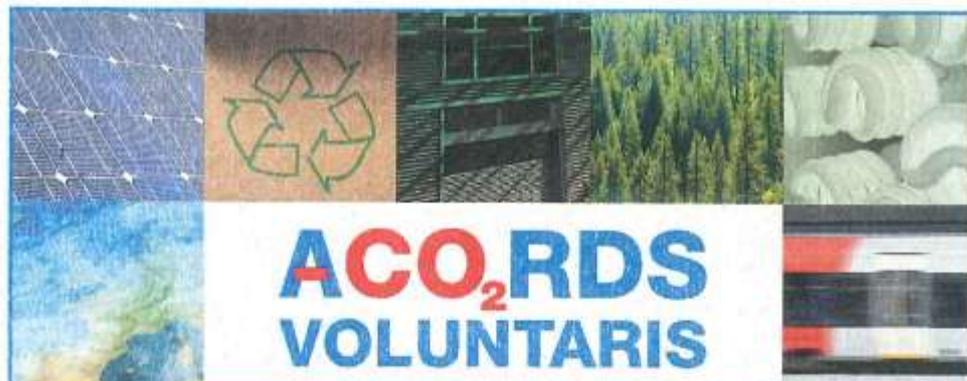
Albert Canadell
Country Manager



El incumplimiento de las condiciones establecidas en el Contrato puede dar lugar a la cancelación del certificado.
(Lack of fulfilment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this certificate invalid.)

ACCREDITED UNIT DNV BUSINESS ASSURANCE ESPAÑA, S.L., C/ GUARDIOLA, 6-8, PL. 3 CR. I, 08820, EL PRAT DE LLOBREGAT, BARCELONA, SPAIN, TEL. +34 93 4792600
www.dnvba.es





ACO₂RDS VOLUNTARIS

**PER A LA REDUCCIÓ
DE LES EMISSIONS DE GASOS
AMB EFECTE D'HIVERNACLE
A CATALUNYA**

L'Oficina Catalana del Canvi Climàtic
del Departament de Territori i Sostenibilitat
de la Generalitat de Catalunya,

ACREDITA:
Que l'organització

Magatzem de confecció de Fruits de Ponent, SCCL

s'ha adherit al Programa d'acords voluntaris amb l'objectiu de reduir les seves emissions de gasos amb efecte d'hivernacle des del compromís, la voluntarietat, el rigor i la transparència.

Aquesta organització expressa així la seva voluntat de realitzar i validar anualment l'inventari d'emissions, i portar a terme accions per minimitzar-les.

Barcelona, 26 de març de 2012



Lluís Recoder i Miralles
Conseller de Territori i Sostenibilitat



Applus⁺

CERTIFICADO

Núm.

CC-IFS-02/08

EMPRESA: FRUITS DE PONENT, S.C.C.L.

Ctra. Vallmanya, Km. 1
25180, Alcarrás-Lleida
Nº Registro Sanitario: 21.14580/L

Categorías de producto 5**Alcance: Elaboración de fruta de hueso (melocotón y nectarina) y fruta de pepita (manzana y pera)****Scope: Elaboration of stone fruit (peaches and nectarine) and pome fruit (apple and pear)**

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A. (Applus+ Agroalimentario-Certificación) certifica, como organismo de certificación acreditado según la norma EN 45011 y habiendo firmado el contrato con los propietarios del estándar IFS, que el centro auditado para el alcance y las categorías mencionadas en el presente certificado cumple con los requisitos establecidos en el documento normativo:

- **International Food Standard (v.5 Agosto 2007)**
- **A Nivel SUPERIOR**

La certificación otorgada se fundamenta en la evaluación de los requisitos del estándar mediante visitas de inspección a los centros de producción, revisión del sistema de gestión de calidad y seguridad alimentaria y registros del control interno.

Fecha de la auditoría: 03 y 04/10/2011
Fecha de emisión del certificado: 11/11/2011

Certificado válido hasta el: 10/11/2012
Próxima auditoría antes del: 04/10/2012

Y para que así conste, se suscribe el presente Certificado de Conformidad, que se expide en Madrid, el 15 de noviembre de 2011.

Este certificado anula y sustituye al certificado
Nº. CC-IFS-02/08 expedido con fecha 22/12/2010
Fecha de modificación: 11/11/2011



Fdo: Jordi Brufau Redondo
Director General

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A. (Applus+ Agroalimentario-Certificación) certifies, as an EN 45011-accredited certification body for IFS certification, and having signed an agreement with the IFS owner, that the production for the scope and product categories included in this certificate, meets the requirements set out in the:

- **International Food Standard (v.5 August 2007)**
- **At HIGHER LEVEL**

The certification is based on the evaluation of the standard requirements through inspection visits to the production centre, review of the quality management and food safety systems and review of the internal control records.

Audit date: 03 y 04/10/2011
Date of issue of certificate: 11/11/2011

Certificate valid until: 10/11/2012
Next audit to be performed before: 04/10/2012

And for the record, the present Approval Certificate is drawn up and signed in Madrid on 15th November, 2011.

This certificate cancels and replaces the certificate
Nº. CC-IFS-02/08 issued on 22/12/2010
Modified on: 11/11/2011



Fdo: Dña. Sierra Pajares Ortiz
Responsable Departamento Certificación



LGAI TECHNOLOGICAL CENTER S.A.

Campus de la UAB, s/n Ap. de correos 16. 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès). A-63207452

Anexo 1 (CS154221)
Ed. 04 (11/12/08)



Certificate of Conformity

Registration No:
34/NC20/1344/06

Date of Certification:
13/10/11

Expiry Date:
12/10/12

Awarded to:
**FRUITS DE PONENT SCCL
CTRA. VALLMANYA, km 1
ALCARRAS
CATALUNYA
25180
Spain**

Standard:
Tesco NURTURE v. Apr 10 Conventional
(Option 2 - See appendix pages 1 to 3)

Scope: Fruit & Vegetables

Crops: Nectarines, Peaches

Produce Handling: Yes

Signed on behalf of NSF-CMI Certification Ltd

JULIAN BOTT
Produce Schemes Manager



This certificate is the property of NSF-CMI Certification Ltd and must be returned immediately on request. To check its validity write to NSF-CMI Certification Ltd, Manborough Business Park, Long Hanborough, Oxford OX29 8SJ, UK. E-mail: enquiries@nsf-cmicertification.com





DNV BUSINESS ASSURANCE

BRC FOOD CERTIFICATE

Certificate No. **CERT-234-2004-ABRC-MIL-SINCERT**

This certifies that

FRUITS DE PONENT S.C.C.L.

Camí de les Planes s/n. 25180 Alcarràs, Lleida - Spain

BRC Registration number: 1702373

Has been evaluated by Det Norske Veritas Italia S.r.l. and found to meet the requirements of:

Global Standard for Food Safety Issue 6: July 2011

Scope:

Post harvest treatment, sorting, grading and packing in wood, plastic and cardboard boxes and plastic baskets of sweet fruit

Product Categories: 05 - Fruits, vegetables and nuts

Exclusion from scope: None

Achieved grade

GRADE A

| | |
|------------------------|-------------------------------|
| Initial Audit Date | 08-10-2004 |
| Evaluation Date | 05-09-2012 |
| Re-evaluation due date | from 10-08-2013 to 07-09-2013 |
| Certificate expiry | 19-10-2013 |

Place and date

Agrate Brianza (MB), 2012-10-02

Teresa Garces

Lead Auditor
Auditor number: 011



ISO 9001 & ISO 14001
SGS 17025 & ISO 17020
SGS 17063 & FIM 17023.1

Permitta di PLA SA per gli schemi di accreditamento ISO, SGS, ISO, IAF, IAF e IAF di PLA SA per gli schemi di accreditamento ISO, SGS, IAF, IAF e IAF e di PLA SA per gli schemi di accreditamento IAF.

for the Accredited Unit

Det Norske Veritas Italia S.r.l.

Zeno Beltrami
Management Representative



Lack of fulfilment of conditions as set out in the Certification Agreement may render this Certificate invalid. Any changes in the product shall immediately be reported to Det Norske Veritas Italia S.r.l. in order to verify whether this Certificate remains valid. The BRC logo belongs to the British Retail Consortium, who grants the use under licence.

DET NORSKE VERITAS ITALIA S.R.L. - CENTRO DEDICAZIONE COLLEZIONI - PALAZZO SERRI - VIA COLLEONI, 9 - 20064 AGRATE BRIANZA (MB) - ITALY - TEL. 039/899925 - WWW.DNV.COM/ITALY





“Certificat de Conformitat de Producte”

Productor: FRUITS DE PONENT SCCL

CTRA. VALLMANYA KM 1
25180, ALCARRAS-LLEIDA

Producte: PERA DE LLEIDA
Activitat: Producció i Manipulació

LGAJ TECHNOLOGICAL CENTER S.A. (Applus+ Agroalimentario Certificación) certifica que la producció de pera de Lleida, inclosa a l'abast que es descriu en l'annex tècnic que s'adjunta a aquest document, és conforme als requisits especificats en el document normatiu.

LGAJ TECHNOLOGICAL CENTER S.A. (Applus+ Agroalimentario Certificación) certifica que la producció de pera de Lleida, inclosa en el alcance que se detalla en el anexo técnico que se adjunta a este documento, es conforme a los requisitos especificados en el documento normativo.



ORDRE AAR/317/2008, de 23 de juny, per la qual s'aprova el Reglament de la Denominació d'Origen Protegida Pera de Lleida

ORDEN AAR/317/2008, de 23 de Junio, por la cual se aprueba el Reglamento de la Denominación de Origen Protegida Pera de Lleida

Data d'auditoria: 13/12/2010; 10/03/2011

Fecha de auditoria: 13/12/2010; 10/03/2011

Aquest certificat té validesa fins al 25 de març, 2012. La certificació atorgada i el seu seguiment durant el període de vigència es fonamenten en l'avaluació de la qualitat mitjançant visites d'inspecció als centres de producció i revisió de registres del control intern i per a que així consti, se subscriu el present Certificat de Conformitat, que s'expedeix a Madrid, el 30 de març de 2011. Aquest certificat anul·la i substitueix el certificat N° CC-DOP-07/07 expedido con fecha 27/07/2010.
Data de modificació: 25/03/2011.

Este certificado tiene validez hasta el 25 de marzo de 2012. La certificación otorgada y su seguimiento durante el periodo de vigencia se fundamentan en la evaluación de la calidad mediante visitas de inspección a los centros de producción y revisión de registros del control interno. Y para que así conste, se suscribe el presente Certificado de Conformidad, que se expide en Madrid, el 30 de marzo de 2011. Este certificado anula y sustituye al certificado N° CC-DOP-07/07 expedido con fecha 27/07/2010.
Fecha de modificación: 25/03/2011.



LGAJ TECHNOLOGICAL CENTER S.A. inscrita en el Registro Mercantil de Barcelona, Tomo 35.803, inscripción 1ª, Folio 1, Full B-206.627-CIF A-63.207.492

Rev. 01 (10/03/10)

OFICINAS AGROALIMENTARIO: Parque Empresarial Las Mercedes, C/ Campezo 1 Edif 3 1ª Planta. CP 28022 Madrid

Tel. 912000800 Fax: 912000803





CERTIFICADO

Núm.

CC-PE-14/06

“Certificado de Conformidad de producto”

EMPRESA: FRUITS DE PONENT, S.C.C.L.

Dirección: Ctra. Vallmanya, Km. 1 CP: 25180 Ciudad: Alcarrás- Lleida
País de Producción: España

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER S.A. declara que la producción de los productos incluidos en este certificado son conformes con el estándar:

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER S.A. declares that the production of the products mentioned on this certificate has been found to be compliant in accordance with the standard :

GLOBALG.A.P.

General Regulations Integrated Farm Assurance Version 3.1 Nov.09 - Op II
GLOBALG.A.P. Control Points and Compliance Criteria Version 3.0 Sep. 07
Module: Fruits & Vegetables

GlobalG.A.P. Registration: LGAI PEU74305 GLOBALG.A.P Number (GGN):4049929258747

| Product | GLOBALGAP Certificate N° | Produce Handling | Harvest included | N° Producers |
|-----------|--------------------------|------------------|------------------|--------------|
| MANZANA | 00020-NTPVC-0002 | SI | SI | 15 |
| PERA | 00020-NTPVV-0002 | SI | SI | 104 |
| MELOCOTÓN | 00020-NTPXC-0002 | SI | SI | 113 |
| PARAGUAYO | 00020-NTPVH-0002 | SI | SI | 77 |
| NECTARINA | 00020-NTPVP-0002 | SI | SI | 116 |
| PLATERINA | 00020-NTPVL-0002 | SI | SI | 42 |

Certificado válido desde / Valid From: 31/12/2011

Validez del certificado/ Valid To: 30/12/2012

Fecha de decisión / Date of certification decision:

Expedición del certificado: Madrid, a 31 de octubre de 2011

Este certificado anula y sustituye al certificado N°. CC-PE-14/06 expedido con fecha 02/11/2010

Fecha de modificación: 07/10/2011

The actual status of this certificate is always displayed at: <https://database.globalgap.org>

La certificación otorgada se basa en visitas de inspección a los centros de producción, revisión de registros del control interno y ensayos analíticos/ The certification granted are based on inspection visits to the production centres, the checking of the internal control registers, and analytic tests.



Fdo: Jordi Brufau Redondo
Director General



Agroalimentario Certificación
Fdo. Sierra Pajares

Directora Técnica Dpto. Certificación

Anexo III (CS154113)
Ed. 5 (07/04/11)

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER S.A.

Campus de la UAB, s/n-Ap. De correos 18- 08193 Bellaterra (Cordoneta del Vallès) Tef 34 567 20 00 fax 34 93 567 20 01-www.applusctc.com

OFICINAS AGROALIMENTARIO: Parque Empresarial Las Mercedes, C/Campezo 1 Edif 3, 1ª Planta. CP 28022 Madrid Tef: 912080900 Fax: 912080903

Este certificado no tiene validez sin su anexo técnico correspondiente



Applus⁺

CERTIFICAT

Núm.

CC-PI-118/08

"Certificat de Conformitat de producte"**Productor: FRUITS DE PONENT, S.C.C.L.**CTRA. VALLMANYA, KM 1,5
25180, ALCARRÀS-LLEIDA**Producte / Producto: FRUITA DE LLAVOR/FRUTA DE PEPITA
(POMA, PERA I CODONY/MANZANA, PERA Y MEMBRILLO),
FRUITA DE PINYOL/FRUTA DE HUESO (CIRERA, PRÉSSEC,
NECTARINA, ALBERCOC I PRUNA/CEREZA, MELOCOTÓN,
NECTARINA, ALBARICOQUE Y CIRUELA)**

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A certifica que la producció de l'empresa, inclosa a l'abast que es descriu en l'annex tècnic que s'adjunta a aquest document és conforme als requisits especificats en el document normatiu:

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER, S.A certifica que la producción de la empresa, incluida en el alcance que se detalla en el anexo técnico que se adjunta a este documento es conforme a los requisitos especificados en el documento normativo:

**DECRET 413/2006, DE 31 D'OCTUBRE, PEL QUAL S'ESTABLEIXEN
LES NORMES GENERALS DE PRODUCCIÓ INTEGRADA A CATALUNYA****NORMA TÈCNICA PER A LA PRODUCCIÓ INTEGRADA DE FRUITA DE
PINYOL I FRUITA DE LLAVOR**

Aquest certificat té validesa fins al 2 de desembre de 2012.

La certificació atorgada i el seu seguiment durant el període de vigència es fonamenten en l'avaluació de la qualitat mitjançant visites d'inspecció als centres de producció, revisió de registres del control intern i assaigs analítics sobre mostres representatives de la producció certificada.

I per a que així consti, se subscriu el present Certificat de Conformitat, que s'expedeix a Madrid, el 7 de desembre de 2011. Aquest certificat anul·la i substitueix al certificat Nº. CC-PI-118/08 expedit amb data 05/11/2010
Data de modificació: 02/12/2011

Este certificado tiene validez hasta el 2 de diciembre de 2012.

La certificación otorgada y su seguimiento durante el período de vigencia se fundamentan en la evaluación de la calidad mediante visitas de inspección a los centros de producción, revisión de registros del control interno y ensayos analíticos sobre muestras representativas de la producción certificada.

Y para que así conste, se suscribe el presente Certificado de Conformidad, que se expide en Madrid, el 7 de diciembre de 2011.

Este certificado anula y sustituye al certificado Nº. CC-PI-118/08 expedido con fecha 05/11/2010
Fecha de modificación: 02/12/2011

Signat: Jordi Brufau
Director GeneralAgroalimentario Certificación
Signat: Sierra Pajares
Directora Técnica Dep. CertificaciónAnexo I (CS155507)
Ed. 04 (23/07/10)

LGAI TECHNOLOGICAL CENTER S.A.

Campus de la UAB, s/n-Ag. De correus 18- 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès) Tel 34 937 20 00 fax 34 93 567 20 01-www.appluscic.com)
Este certificado no tiene validez sin su anexo técnico/ Aquest certificat no té validesa sense el seu annex tècnic

15 TABLA DE INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Relación de indicadores GRI para cada uno de los vectores: económico, ambiental y social.

| Indicador GRI | Descripción | Localización en Memoria RS |
|-------------------------------------|---|--|
| 1. Estrategia y análisis | | |
| 1.1 | Declaración de máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (Presidente y Director General) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia..... | en la página 3 en la página 4 |
| 1.2 | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. | en la página 135 |
| 2. Perfil de la organización | | |
| 2.1 | Nombre de la organización. | en la página 6 |
| 2.2 | Principales marcas, productos y/o servicios. | en la página 12 |
| 2.3 | Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos. | en la página 17 |
| 2.4 | Localización de la sede principal de la organización. | en la página 6 |
| 2.5 | Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria. | ¡Error! Marcador no definido. |
| 2.6 | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica. | en la página 6 |
| 2.7 | Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes / beneficiarios. | ¡Error! Marcador no definido. ¡Error! Marcador no definido. |
| 2.8 | Dimensiones de la organización informante | en la página 6 |
| 2.8.1 | Número de empleados | en la página 68 |
| 2.8.2 | Ventas netas | ¡Error! Marcador no definido. |
| 2.8.3 | Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto | en la página 62 |
| 2.8.4 | Cantidad de productos o servicios prestados. | en la página 12 |
| 2.8.5 | Activos totales | en la página 62 |
| 2.8.6 | Propietario efectivo (incluida su identidad y porcentaje de propiedad de los principales accionistas) | en la página 12 |
| 2.8.7 | Desglose por país de lo siguiente: | en la página 12 |
| 2.8.7.1 | Ventas/ingresos por países que constituyan un 5% o más de los ingresos totales. | en la página 12 |
| 2.8.7.2 | Costes por países que constituyan un 5% o más de los ingresos totales. | en la página 12 |
| 2.8.7.3 | Empleados. | en la página 68 |
| 2.9 | Cambios significativos durante el período cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos: | en la página 5 |
| 2.9.1 | La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones | en la página 6 |
| 2.9.2 | Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital | en la página 6 |
| 2.10 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo. | en la página 140 |
| 3. Parámetros de la memoria | | |
| Perfil de la memoria | | |
| 3.1 | Período cubierto por la información contenida en la memoria | en la página 5 |
| 3.2 | Fecha de la memoria anterior más reciente | en la página 5 |
| 3.3 | Ciclo de la presentación | en la página 5 |
| 3.4 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido | en la página 5 |





| | | |
|---|---|------------------------------------|
| 3.5 | Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido: | en la página 5 |
| 3.5.1 | Determinación de la materialidad | en la página 5 |
| 3.5.2 | Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria | en la página 5 |
| 3.5.3 | Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria. | en la página 106 |
| 3.6 | Cobertura de la memoria. | en la página 5 |
| 3.7 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria | en la página 5 |
| 3.8 | La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones | en la página 68 |
| 3.9 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. | en la página 68 |
| 3.10 | Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión. | en la página 5 |
| 3.11 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria Índice de contenidos del GRI | en la página 5 |
| 3.12 | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria Verificación | en la página 150 |
| 3.13 | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. | en la página 5 |
| 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés. | | |
| Gobierno | | |
| 4.1 | La estructura del gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización | en la página 17 |
| 4.2 | Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo. | en la página 17 |
| 4.3 | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos. | en la página 17 |
| 4.4 | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno. | en la página 17 |
| 4.5 | Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental). | en la página 17 |
| 4.6 | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno. | en la página 17 |
| 4.7 | Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos. | en la página 17 |
| 4.8 | Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación. | en la página 97 |
| 4.9 | Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios. | en la página 17 |
| 4.10 | Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social. Compromisos con iniciativas externas | en la página 12 |
| 4.11 | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución. | en la página 10 |
| 4.12 | Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, | en la página 67 en la página 77 |



| | | |
|---|---|--------------------------------------|
| | así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe. | |
| 4.13 | Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. | en la página 34 |
| Participación de los grupos de interés | | |
| 4.14 | Relación de grupos de interés que la organización ha incluido. | en la página 106 |
| 4.15 | Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete. | en la página 106 |
| 4.16 | Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés. | en la página 106 |
| 4.17 | Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria. | en la página 106 |
| Desempeño económico | | |
| EC1 | <i>Principal:</i> Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos | en la página 62 |
| EC2 | <i>Principal:</i> Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático. | en la página 62 en la página 67 |
| EC3 | <i>Principal:</i> Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales. | en la página 62 en la página 77 |
| EC4 | <i>Principal:</i> Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos. | en la página 62 |
| EC5 | <i>Adicional:</i> Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | en la página 62 |
| EC6 | <i>Principal:</i> Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | en la página 62 |
| EC7 | <i>Principal:</i> Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | ¡Error! Marcador no definido. |
| EC8 | <i>Principal:</i> Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono o en especie. | ¡Error! Marcador no definido. |
| EC9 | <i>Adicional:</i> Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos. | en la página 62 |
| Desempeño Ambiental | | |
| EN1 | <i>Principal:</i> Materiales utilizados, por peso o volumen. | en la página 9 |
| EN2 | <i>Principal:</i> Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados. | en la página 68 |
| EN3 | <i>Principal:</i> Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias. | en la página 68 |
| EN4 | <i>Principal:</i> Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias. | en la página 68 |
| EN5 | <i>Adicional:</i> Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia. | en la página 68 |
| EN6 | <i>Adicional:</i> Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas. | en la página 135 |
| EN7 | <i>Adicional:</i> Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas. | en la página 135 |
| EN8 | <i>Principal:</i> Captación total de agua por fuentes. | en la página 68 |
| EN9 | Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua. | en la página 68 |
| EN10 | <i>Adicional:</i> Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada. | en la página 68 |
| EN11 | <i>Principal:</i> Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados gestionados. | en la página 6 |
| EN12 | <i>Principal:</i> Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas. | en la página 67 |
| EN13 | <i>Adicional:</i> Hábitats protegidos o restaurados. | en la página 137 |
| EN14 | <i>Adicional:</i> Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad. | en la página 137 |



| | | |
|-------------------------|--|---|
| EN15 | <i>Adicional:</i> Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie. | No existen ninguna especie de estas características en la zona. |
| EN16 | <i>Principal:</i> Emisiones totales, directas e indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | en la página 68 |
| EN17 | <i>Principal:</i> Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso. | en la página 68 |
| EN18 | <i>Adicional:</i> Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas. | en la página 137 |
| EN19 | <i>Principal:</i> Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso. | en la página 67 |
| EN20 | <i>Principal:</i> NO ₂ , SO ₂ y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso. | en la página 67 |
| EN21 | <i>Principal:</i> Vertido total de aguas residuales, según naturaleza y destino. | en la página 68 |
| EN22 | <i>Principal:</i> Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento. | en la página 68 |
| EN23 | <i>Principal:</i> Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos. | en la página 67 |
| EN24 | <i>Adicional:</i> Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I,II,III, VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente. | No se generan residuos peligrosos |
| EN25 | <i>Adicional:</i> Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante. | No se afecta a la biodiversidad |
| EN26 | <i>Principal:</i> Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto. | en la página 137 |
| EN27 | <i>Principal:</i> Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos. | ¡Error! Marcador no definido. |
| EN28 | <i>Principal:</i> Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental. | en la página 67 |
| EN29 | <i>Adicional:</i> Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal. | en la página 67 |
| EN30 | <i>Adicional:</i> Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales. | en la página 62 |
| Desempeño social | | |
| LA1 | <i>Principal:</i> Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región. | en la página 77 |
| LA2 | <i>Principal:</i> Número total de empleados y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región. | en la página 77 |
| LA3 | <i>Adicional:</i> Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal. | en la página 77 |
| LA4 | <i>Principal:</i> Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo | en la página 77 |
| LA5 | <i>Principal:</i> Período mínimo de preaviso relativo a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | en la página 77 |
| LA6 | <i>Adicional:</i> Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo. | en la página 77 |
| LA7 | <i>Principal:</i> Tasa de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionados con el trabajo por región. | en la página 77 |
| LA8 | <i>Principal:</i> Programas de educación, formación asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves. | en la página 77 |
| LA9 | <i>Adicional:</i> Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos. | en la página 77 |
| LA10 | <i>Principal:</i> Promedio de horas de formación al año empleado, desglosado por categoría de empleado. | en la página 68 |
| LA11 | <i>Adicional:</i> Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales | en la página 77 |
| LA12 | <i>Adicional:</i> Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional. | en la página 77 |
| LA13 | <i>Principal:</i> Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad. | en la página 17 |



| | | |
|--|--|--------------------------------------|
| LA14 | <i>Principal:</i> “Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional. | en la página 77 |
| Derechos humanos | | |
| HR1 | <i>Principal:</i> Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos. | ¡Error! Marcador no definido. |
| HR2 | <i>Principal:</i> Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia. | ¡Error! Marcador no definido. |
| HR3 | <i>Adicional:</i> Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados. | en la página 77 |
| HR4 | <i>Principal:</i> Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas. | en la página 77 |
| HR5 | <i>Principal:</i> Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | en la página 77 |
| HR6 | <i>Principal:</i> Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | No existen estas actividades |
| HR7 | <i>Principal:</i> Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación. | en la página 77 |
| HR8 | <i>Adicional:</i> Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades. | en la página 77 |
| HR9 | <i>Adicional:</i> Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. | en la página 77 |
| Sociedad | | |
| SO1 | <i>Principal:</i> Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa. | en la página 77 |
| SO2 | <i>Principal:</i> Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. | ¡Error! Marcador no definido. |
| SO3 | <i>Principal:</i> Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización. | en la página 77 |
| SO4 | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción. | No ha habido incidentes |
| SO5 | <i>Principal:</i> Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de las actividades de “lobbying”. | en la página 96 |
| SO6 | <i>Adicional:</i> Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. | en la página 77 |
| SO7 | <i>Adicional:</i> Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. | No han existido |
| SO8 | <i>Principal:</i> Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. | No ha habido sanciones |
| Responsabilidad sobre productos | | |
| PR1 | <i>Principal:</i> Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y satisfacción de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación. | en la página 92 |
| PR2 | <i>Adicional:</i> Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No ha habido incumplimientos |
| PR3 | <i>Principal:</i> Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. | en la página 92 |
| PR4 | <i>Adicional:</i> Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No ha habido incumplimientos |
| PR5 | <i>Adicional:</i> Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de | ¡Error! Marcador no definido. |



| | | |
|-----|--|-------------------------------|
| | los estudios de satisfacción al cliente. | no definido. |
| PR6 | <i>Principal:</i> Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios. | en la página 92 |
| PR7 | <i>Adicional:</i> Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. | No ha habido incumplimientos |
| PR8 | <i>Adicional:</i> Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes. | No ha habido incumplimientos |
| PR9 | <i>Principal:</i> Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización. | No ha habido incumplimientos. |

Técnicas de medición

La presente Memoria de Sostenibilidad ha sido elaborada por el Comité de RSE de la Cooperativa, en el que están representados cada uno de los departamentos, que trabajan y aportan los indicadores correspondientes. Las técnicas de media para obtener los indicadores de desarrollo se corresponden con las fijadas por los protocolos de Global Reporting Initiative G3. Asimismo, la información que facilitamos es comparable con la memoria de sostenibilidad anterior, ya que básicamente no ha habido cambios en la metodología de información ni en el cálculo de indicadores.

Informe de verificación

La presente Memoria de Sostenibilidad de Fruits de Ponent, SCCL, ha sido elaborada de acuerdo con las directrices de la Guía de Elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI G3. Consume cubre en su informe de Responsabilidad Social Empresarial los requisitos asociados al Nivel A de aplicación de G3, el cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al Nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoque de gestión e Indicadores de desarrollo.

Fruits de Ponent cubre en su informe de Responsabilidad Social Empresarial los requisitos asociados al Nivel 1, ya que informamos de un 100% de los indicadores de la Economía Social definidos, incorporando como mínimo un indicador de cada principio. La cooperativa ha decidido auditar este informe por un agente externo, porque tenemos el convencimiento de que comunicar con transparencia nos ayuda a crecer de manera sostenible, de manera que los datos incluidos en el presente documento han sido validados por una entidad independiente (DNV).

