

RSA - PYMES

Empresa evaluada

MUR NOVALES, S.C. - Albergue Río Aragón

CIF:J22270185

C/Única s/n

22370 - OTO

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

MUR NOVALES S.C.

02 - Dirección - CP - Población

C/ UNICA S7N

22370

OTO

03 - Sector. Actividad

HOSTELERÍA: ALBERGUE TURÍSTICO

ALOJAMIENTO ACTIVIDADES JUVENILES DE OCIO Y TIEMPO LIBRE. COLONIAS DE VERANO

04 - Año comienzo actividad.

2003

05 - Número de personas empleadas

2 AUTÓNOMOS

2 TRABAJADORES INDEFINIDOS

06 - Persona contacto

ROSA ANA NOVALES ESTALLO

07 - E-mail contacto

info@alberguerioaragon.com

08.- Página web

www.alberguerioaragon.com

GENERAL

Tendencias Globales

1.- Considera que su organización tiene en cuenta o se ve afectada, directa o indirectamente, por temas globales y generales como, por ejemplo:

- Económicos (por ejemplo, creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad)

- **Políticos (por ejemplo, cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica, etc)**
- **Tecnológicos (por ejemplo, comunicaciones, redes sociales)**
- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación, etc)**

1.1 Información adicional

NIVEL ECONÓMICO:

.Creación de empleo: Nuestros dos negocios se encuentran en dos valles distintos del Pirineo. Tenemos un empleado fijo en cada uno de ellos. Como en el Pirineo es difícil encontrar personal de la zona, proporcionamos alojamiento gratuito si así lo desean, dadas las dificultades actuales para alquilar. Respetamos siempre el convenio de hostelería vigente. externalizamos el servicio de lavandería, con una empresa ubicada en Sabiñánigo.

.Generación de riqueza: Siempre que la relación calidad-precio sea la apropiada, nos suministramos de proveedores de nuestra zona. También aconsejamos a nuestros clientes para que consuman en los comercios y realicen sus actividades con empresas de nuestros valles. En recepción tenemos un expositor con publicidad de todas las empresas de nuestros valles que lo desean (comercios, peluquería, restaurantes, actividades de aventura....). Recomendamos especialmente aquellas que se esfuerzan por sacar adelante sus negocios como por ejemplo la carnicería, que elabora productos propios.,

NIVEL SOCIAL: No tenemos en cuenta el género a la hora de elegir a nuestros empleados aún cuando se trate de tareas de limpieza (socialmente más destinadas al género femenino). Al tratarse de una pyme, hay un contacto muy estrecho entre nuestros trabajadores y nosotros. Siempre encontramos la forma de que concilien su vida personal con la profesional. En cuanto a formación, realizan el curso de prevención de riesgos laborales y se les da la opción de que realicen el reconocimiento médico. También realizan los cursos de formación correspondientes gratuitos, a los que la empresa tiene opción.

NIVEL TECNOLÓGICO: Al tratarse de negocios relacionados con la hostelería, los actuales portales de internet dan la opción a que los clientes opinen sobre nosotros en todos los aspectos, con lo cual si estamos altamente afectados por este aspecto. Por nuestra parte tenemos página de facebook e instagram.

Legalidad: Contribuimos puntualmente con nuestros impuestos municipales, autonómicos y estatales.

NIVEL POLÍTICO: No lo tenemos mucho en cuenta y su aficción se refleja predominantemente en modificaciones en los impuestos.

NIVEL MEDIOAMBIENTAL: Ponemos nuestro pequeño granito de arena: reciclamos los residuos en contenedores específicos; utilizamos bombillas led. Intentamos no desperdiciar agua; imprimimos en papel lo menos posible. Utilizamos lo menos posible productos altamente contaminantes como la lejía y el amoníaco, Y empleamos productos naturales como el vinagre, limón y bicarbonato para muchas de nuestras limpiezas

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

2.1. Información adicional

Es indispensable la colaboración en algunos aspectos y la delegación en otros. Los aspectos fiscales, laborales y tecnológicos, en nuestro caso están delegados en empresas especializadas en ello. Todas pertenecen a la provincia. También es importante estar asociado a patronales y organizaciones empresariales relacionadas con el sector en el que se trabaja. Es la manera de estar actualizado, y también de estar en contacto con otros empresarios. En nuestro caso somos socios de :) Asociación de Mujeres Empresarias de Huesca (AMEPHU) y ACOMSEJA (Asociación de empresas de la Jacetania)

Integración en la estrategia de los retos económicos, sociales y ambientales

3.- Al planificar la actividad de su organización, ¿se incluyen los aspectos sociales y ambientales?

3.1. Información adicional

Cada año y teniendo en cuenta la experiencia de años anteriores, se plantean la permanencia o no de las nuevas prácticas, así como el establecimiento de nuevas prácticas y nuevos objetivos.

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

4.1. Información adicional

El volumen de nuestra facturación es pequeño para destinar una presupuesto específico para ello. No obstante si tenemos pequeñas aportaciones fijas anuales: Médicos del Mundo y Cruz Roja.

Al gestionar un centro de actividades de tiempo libre, muchos de nuestros clientes son colegios y organizaciones sin ánimo de lucro. Siempre les hemos dado facilidades y, en épocas de crisis, por petición de dichos centros, hemos colaborado, dando alojamiento y manutención gratuita a niños que, por la situación económica de su familia no podían permitirse realizar la actividad.

Este año en nuestro negocio "Albergue Río Aragón", hemos colaborado con vecinos del pueblo de Canfranc, alojando gratuitamente a un chico refugiado afgano, durante la época de primavera.

También colaboramos, dando nuestro aceite de cocinar usado a la empresa RECIKLA que se dedica a realizar jabón en un centro de personas discapacitadas psíquicas.

Nuestro objetivo del año 2024 de colaborar con el CEIP Pío XII y organizar una pequeña estancia gratuita para parte de los alumnos. no ha sido posible por falta de interés y respuesta del centro.

Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su organización los grupos de interés/colectivos con los que se relaciona: empleados, clientes, proveedores, posibles inversores, apoyos y alianzas con asociaciones, organismos públicos, medios de comunicación, otros.

5.1. Información adicional

Tenemos identificados a empleados, clientes y proveedores.

Hasta ahora reconocemos que no habíamos dedicado tiempo a contactar e identificar a otros grupos que también serían de gran interés para nuestra actividad como organismos públicos y medios de comunicación. Durante el año 2024 hemos participado en el desayuno ofrecido por Amephu sobre medidas a adoptar por la dga para la dinamización económica a partir del otoño de 2024

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

6.1. Información adicional

En cuanto a los empleados, al tratarse de una pyme de pequeño tamaño, el contacto es muy cercano y no hemos considerado necesario el elaborar un documento escrito para saber sus necesidades y expectativas, puesto que hay la suficiente confianza para hacerlo verbalmente.

En lo que respecta a los clientes, en uno de nuestro negocios "Albergue Río Aragón" donde tratamos prioritariamente con clientes particulares, sí que tenemos estudiado el perfil de nuestra clientela mayoritaria e intentamos adecuar nuestro servicios e instalaciones a ellos.

No tenemos ningún tipo de encuesta para saber su satisfacción, pero sabemos de ella muchas veces en las opiniones expresadas en los diferentes portales de internet y en google.

En el "Campamento Virgen del Camino" donde siempre recibimos grupos, elaboramos un documento interno en el momento de hacer la reserva, donde ambas partes acordamos nuestros derechos y obligaciones.

Por último, nuestro proveedores son pocos y al igual que con los empleados hay un trato bastante cercano y personal, por lo cual la comunicación suele realizarse verbalmente, aunque reconozco que es un aspecto que hay que mejorar

Gobierno de la organización

7.- En cuanto a normas de actuación, ¿conocen los gestores de la organización y los responsables de personas las pautas o normas de actuación de la organización?

7.1. Información adicional

En nuestro caso, los gestores de la empresa somos nosotros mismos (los propietarios). Realizamos de manera verbal los códigos de conducta en el trabajo, cambiando impresiones de forma personal.

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

8.1. Información adicional

Siempre que hemos contratado a un empleado, le hemos explicado quienes somos, en que consiste el trabajo y como queremos hacerlo. Les exponemos cuales son los aspectos prioritarios. En nuestro caso priorizamos la amabilidad con nuestros clientes y proveedores y la limpieza. Ellos saben desde el primer momento que deben esforzarse especialmente en estos dos aspectos. Durante este año nuestros trabajadores han realizado varios cursos de formación para ayudarle a cumplir los objetivos de la empresa

Plan de Responsabilidad Social

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

9.1. Información adicional

A raíz de nuestro interés en obtener el sello de responsabilidad social, hemos sido conscientes de la importancia de elaborar un plan específico para ello.

También nos hemos dado cuenta de que por "cultura de empresa" y por nuestra propia formación y carácter somos responsables socialmente en muchos aspectos, como hemos expresado en la primera pregunta de este cuestionario, pero nos falta plasmarlo de forma escrita.

Durante estos años hemos ido llevando a cabo pequeñas actuaciones como ajustar toda la iluminación de nuestros negocios con bombillas led y suprimir todos los productos de limpieza nocivos

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

10.1. Información adicional

No hay plan escrito

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

La conocemos bien a través de portales de internet y google, o bien por las conversaciones que mantenemos con ellos.

En lo referente a los clientes particulares, pienso que es mejor que nosotros conozcamos como propietarios las demandas y prioridades de cada grupo de clientes de nuestro negocio (montañeros, peregrinos, familias...) e intentar satisfacerlas de manera general, completando con las opiniones de estos, ya como individuos particulares, bien en conversación con nosotros, bien en portales de internet.

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

12.1. Información adicional

Nosotros siempre dedicamos un porcentaje de nuestro beneficio a realizar mejoras. Estas siempre van a estar basadas en mejorar la estancia de nuestros clientes en nuestras instalaciones en todos los sentidos. Para decidir que mejoras hacemos cada año, nos basamos precisamente en los que hemos explicado en la cuestión anterior: las opiniones de nuestros clientes y la observación (nuestra y de nuestros empleados)

Innovación en los productos y servicios

13.- ¿Se llevan a cabo labores de investigación para ajustar los productos y servicios a las expectativas y necesidades de los clientes y el mercado?

13.1. Información adicional

Siempre que realizamos una mejora y tenemos que adquirir un nuevo producto o dar un nuevo servicio, hacemos una planificación, muy sencilla, pero sí que planificamos. Consultamos varios proveedores y comparamos aspectos como relación calidad-precio, nivel de satisfacción del mismo producto en otras empresas....

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

:Como he dicho en apartados anteriores, se tienen en cuenta los productos de limpieza en las habitaciones, no se imprimen en papel las facturas....Controlamos el consumo energético.

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

15.1. Información adicional

Dado que se trata de negocio de hostelería. (alojamiento y alimentación) en la instalación, no es necesario ofrecer este servicio

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

16.- ¿Se proporciona información sobre los productos y/o servicios ofertados?

16.1. Información adicional

Como he dicho anteriormente, el cliente recibe a su llegada toda la información y asesoramiento necesario y relativo a su estancia. Así mismo, poseemos un libro de reclamaciones oficial.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

Al contar solamente con dos trabajadores, nuestro trato es muy directo y suele haber buena comunicación entre nosotros. Tenemos conversaciones con ellos al terminar cada temporada para valorar los aspectos positivos y negativos en cuanto a trabajo por ambas partes.

Igualdad de oportunidades y no discriminación

18.- ¿Cómo se garantiza en su organización el Principio de Igualdad de Oportunidades (acceso a los puestos de trabajo, la formación, el desarrollo profesional y la retribución) y la no discriminación (circunstancias de género, origen racial o étnico, religión o convicciones, discapacidad, edad u orientación sexual o cultura)?

18.1. Información adicional.

Dado el tamaño de la empresa, no hay un plan específico para esto, pero nosotros por cultura y educación personal, nunca tenemos en cuenta el sexo ni la raza a la hora de contratar a un trabajador, de hecho, en la actualidad tenemos un empleado masculino para tareas de limpieza, que socialmente siempre se atribuyen al género femenino.

Nuestro criterio siempre a la hora de contratar, es elegir a la persona que consideramos más adecuada para esa tarea, sin tener en cuenta aspectos de este tipo.

Corresponsabilidad en los cuidados y conciliación de la vida personal, familiar y laboral

19.- En cuanto la conciliación entre vida personal, familiar y laboral, ¿cuenta su organización con medidas que faciliten su equilibrio?

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

Como el contacto es tan directo se hace de forma verbal. En el momento de la contratación, ya se tratan cuestiones de este tipo (por ejemplo en el caso de empleados con hijos) adaptando los horarios a ello. Si en un momento determinado surge una necesidad especial, el empleado nos lo comunica y hacemos lo posible por adaptarnos.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Nuestra Asesoría, nos pone en contacto con una empresa que nos comunica todas las formaciones a las que podemos optar

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

21.1. Información adicional.

Además de la formación que deben recibir obligatoriamente por la ley de Prevención de Riesgos laborales, tienen opción a realizar anualmente un curso de formación que la empresa tiene subvencionado. Son ellos los que eligen cual hacer entre todos los que ofrecen. En nuestro caso les completamos la formación con cursos para mejorar el servicio a nuestros clientes, como idiomas y cursos de montaña impartidos por "Montaña Segura" ya que formamos parte de la red de informadores.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Tenemos contratada una empresa que periódicamente hace una evaluación del centro así como se ocupa de la formación de los nuevos trabajadores y de los reconocimientos médicos

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

En la compra de productos de limpieza sí se tienen en cuenta comprando productos no contaminantes.

En el caso de alimentos, se intenta comprar siempre que es posible productos nacionales a proveedores de la zona. Especialmente, el pan y las frutas y verduras.

Clasificación y evaluación de proveedores

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

24.1. Información adicional.

Sabemos que proveedores tienen productos nacionales y locales y cuales no.

También tenemos en cuenta el servicio personal del comercial, ya que consideramos importante su asesoramiento y valoramos su visita regularmente.

SOCIAL

Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

25.- En cuanto a la implicación en la comunidad en la que desarrolla la actividad su organización, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

25.1. Información adicional.

Colaboramos a nivel municipal, participando económicamente en la organización de las fiestas patronales.

También en eventos que organiza el ayuntamiento que requieren alojamiento, ofrecemos gratuidades y así obtenemos un beneficio mútuo

Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

26.- ¿Considera que los proyectos sociales desarrollados están integrados con el negocio de su organización?

26.1. Información adicional.

He respondido en la cuestión anterior

Transparencia con el entorno social de la organización

27.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas y otros grupos de interés, fomentando su participación e implicación activa?

27.1. Información adicional

Las colaboraciones que nosotros desarrollamos, las comunicamos a los empleados de manera informal, puesto que se trata de aportaciones económicas por nuestra parte.

Comunicación y fomento de buenas prácticas

28.- ¿En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se realiza una comunicación proactiva en la Comunidad Local?

28.1. Información adicional

Es el ayuntamiento principalmente, el que comunica las colaboraciones de los establecimientos

AMBIENTAL

Impacto ambiental

29.- Respecto a los temas medioambientales, ¿cómo tiene en cuenta su organización el impacto ambiental en el desarrollo de la actividad?

29.1. Información adicional.

Somos una empresa pequeña y dedicada a actividades de alojamiento y alimentación. Tenemos cubos específicos para reciclado , usamos bombillas led. Utilizamos el menor papel posible y en productos de limpieza, intentamos que sean lo menos contaminantes posible.

Compromiso frente al cambio climático

30.- ¿Se participa o se ponen en marcha acciones que evidencien el compromiso público de la organización para prevenir la contaminación?

30.1. Información adicional.

Creo que la respuesta anterior sirve para esta también

Economía circular

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

31.1. Información adicional

Ya nos han colocado un contenedor municipal para el orgánico que puede ir al compost y paralelamente nosotros en el albergue hemos colocado un cubo nuevo para el reciclaje del mismo.

Comunicación ambiental

32.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia ambiental ¿en qué medida se comunica a los empleados y a otros grupos de interés?

32.1. Información adicional

Los empleados son conscientes de que deben reciclar y dosificar los consumos energéticos.

Los clientes son informados también de la existencia de cubos de reciclaje en la cocina.

VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

Priorización de temas

33.- Priorice la importancia que le otorga a los siguientes aspectos para lograr el éxito en la gestión socialmente responsable. (1 más importante - 10 menos importante)

-

Valoración Global

34.- ¿En qué nivel de 1 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

Puntos fuertes y áreas de Mejora

35.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Creo que en la actualidad nuestro punto fuerte es el contexto de la palabra "albergue" . Fomentar la convivencia , la aceptación, y concienciar a todos nuestros diversos clientes de lo que supone alojarse aquí y hacerles respetar nuestras normas. Ejemplos: Utilizar la cocina reciclando los residuos y utilizando poca agua, no excederse en la temperatura de la calefacción, o respetar al otro dejando los espacios comunes limpios.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Principalmente a nivel tecnológico y también de relaciones con instituciones gubernamentales.

También podríamos mejorar bastante a nivel social cooperando con nuestro entorno cercano y organizaciones nos gubernamentales

Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible

¿Conoce su organización la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?

En caso afirmativo, ¿su organización tiene identificados los ODS prioritarios sobre los que más impacta?

Si la respuesta a la anterior pregunta es afirmativa, ¿Cuales son?