

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**HOTEL BALNEARIO DE ARIÑO, S.L.**

CIF:B98367105

Catra. Ariño Albalate Km 2,-

44547 - Ariño

Teruel

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Hotel Balneario de Ariño S.L.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Carretera Ariño Albalate Km 2, 44547 Ariño

#### 03 - Sector. Actividad

Turismo y salud

#### 04 - Año comienzo actividad.

2014

#### 05 - Número de personas empleadas

Un total de 62 personas a lo largo de toda la temporada. Plantilla media anual 48 personas

#### 06 - Persona contacto

Sandra Alonso

[rsc@balneariodearino.com](mailto:rsc@balneariodearino.com)

Tlf. 690959537

#### 07 - E-mail contacto

[rsc@balneariodearino.com](mailto:rsc@balneariodearino.com)

#### 08.- Página web

[www.balneariodearino.com](http://www.balneariodearino.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)**

Existe un análisis estructurado de estos temas, que son claves para la organización, y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la organización a largo plazo, así como los impactos y resultados obtenidos

### **1.1 Información adicional**

Es fundamental para una organización desarrollar una táctica y una estrategia, siendo ésta última relacionada directamente con tendencias globales que inevitablemente afectan al funcionamiento de la empresa, independientemente del lugar en el que realizamos nuestra actividad, nuestra dimensión y el sector en que trabajamos. A través del análisis de estas mismas es cuando se detectan oportunidades y amenazas, que una vez detectadas permiten adoptar acciones.

Es fundamental por tanto tener una visión global que permita enmarcar la filosofía de la empresa en el mundo globalizado y cambiante en el que nos movemos.

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

Si

#### **2.1. Información adicional**

El tejido empresarial de nuestra región está constituido mayoritariamente por Pymes, por lo que cada una tenemos mucho que aportar en el desarrollo sostenible de nuestras comunidades, y contribuir día a día en la implementación de los ODS de la Agenda 2030 y el cumplimiento de los Principios del Pacto Mundial, asumir que los cambios nos afectan y enfrentarlos desde la propia filosofía y estrategia de empresa.

Si bien, para influir de manera relevante en las tendencias globales es fundamental crear alianzas estratégicas para lograr un mayor impacto. Consideramos de gran relevancia lograr las metas marcadas en el ODS 17 en este mundo interconectado en el que es necesario trabajar en común para prosperar.

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

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

Se plantean y planifican de forma voluntaria aspectos sociales y ambientales en el corto, medio y el largo plazo de la organización

#### **3.1. Información adicional**

Todos estos aspectos se integran en la Estrategia de Sostenibilidad y Responsabilidad Social que se revisa y actualiza anualmente

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

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y además se analizan los resultados del importe destinado a proyectos sociales y/o medioambientales

#### 4.1. Información adicional

Nuestro Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa incorpora un presupuesto específico que incluye fondos propios y también la búsqueda de financiación a través de colaboraciones y ayudas económicas de terceros, con los que establecemos proyectos de cooperación.

Además, contempla la elaboración de una Informe de Sostenibilidad para evaluar anualmente los resultados obtenidos. Los datos recogidos en el informe mostrarán las medidas que no han funcionado para su posterior rectificación, o desarrollar otras medidas que nos habíamos dejado en el camino y las correspondientes medidas a aplicar en el futuro. Para nuestros Informes de Sostenibilidad seguiremos el modelo propuesto por RSA del Gobierno de Aragón.

### Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

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

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### 5.1. Información adicional

Nuestra estrategia empresarial de desarrollo sostenible se propone generar buenas prácticas con los diversos agentes socioeconómicos con los que tenemos relación, somos conscientes de la importancia que ello tiene para la viabilidad del proyecto, y para lograr los objetivos marcados a corto y largo plazo.

Cada uno de los departamentos de la organización ha participado en la identificación de nuestros stakeholders y seguimos el modelo GRI para la integración de la relación con los grupos de interés de la empresa.

Mantenemos relación directa y bidireccional con los grupos prioritarios de acción identificados para generar y mantener alianzas valiosas: personas empleadas y familias; clientes; proveedores de proximidad; administración pública local, regional y nacional; entidades financieras; asociaciones y otras entidades del entorno con objetivos comunes; y medios de comunicación locales y regionales.

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

Existen mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés que se analizan e integran en el negocio de la organización

#### 6.1. Información adicional

Hemos establecido canales de comunicación bidireccional con los grupos de interés internos y externos de la empresa, que nos permiten conocer necesidades y expectativas. Contamos con comités de participación, buzones de sugerencias, informes, encuestas de satisfacción, reuniones, colaboración en proyectos de interés común, y otros.

Elaboramos informes con los resultados obtenidos gracias a esta comunicación, se analizan y se integran en la estrategia de desarrollo de la empresa.

### Gobierno de la organización

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

Existe un código de conducta a disposición de todas las personas de la organización

**7.1. Información adicional**

Como estrategia de gestión y modelo de negocio sostenible, hemos desarrollado el decálogo de valores y acciones BiBlu que marcan nuestra forma de relacionarnos con nuestros clientes internos y externos, compromiso con el entorno más próximo y el respeto al medio ambiente, la cultura y las tradiciones. Este código es revisado por el personal de diversos departamentos, y es conocido por todas las personas que trabajan en la empresa. Además, existe una comunicación plena y directa de dirección con todas y cada una de las personas que trabajan en la empresa. El equipo tiene acceso a los procedimientos dentro del sistema de gestión de calidad.

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

Sí, es conocido por todas las personas empleadas y se establecen planes específicos para su conocimiento

**8.1. Información adicional**

En nuestro Plan de RSC hemos incluido acciones específicas de comunicación para dar a conocer la cultura de empresa y sus objetivos. Desde el comienzo de la actividad, la gerencia ha transmitido de manera directa en numerosas ocasiones la filosofía de la organización.

Inicialmente se ha elaborado un dossier de acogida que recibe el personal que se incorpora y que recoge esta filosofía, se imparte formación inicial que incluye la cultura de la empresa. También se realizan reuniones interdepartamentales para compartir determinados objetivos y acciones. Desde 2021 contamos con una aplicación móvil propia de comunicación interna en la que se incluyen contenidos para dar a conocer y fomentar nuestra cultura de empresa.

**Plan de Responsabilidad Social**

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

Existe un plan de actuaciones en materia de Responsabilidad Social consolidado y en constante revisión

**9.1. Información adicional**

En 2021 se elabora el primer Plan Estratégico de Responsabilidad Social Corporativa. Se desarrollan acciones implementadas con éxito en otras unidades de negocio, pero este año se establecerá una estrategia propia y adaptada a las necesidades del equipo y el entorno. Con este Plan de RSC nos comprometeremos y actuaremos para desarrollar de manera coordinada el enfoque estratégico empresarial orientado al bienestar social del conjunto de recursos humanos, clientes y grupos de interés recogido en el Decálogo Biblu.

Todo ello con el objetivo principal de favorecer una cultura de calidad en todos los ámbitos, que consolide el bienestar de las personas, así como fomentar la cultura del

reconocimiento para lograr el compromiso y orgullo del equipo de trabajo y clientes, para un crecimiento sostenible.

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

Se establecen objetivos con indicadores específicos para los objetivos

**10.1. Información adicional**

La estrategia de desarrollo sostenible tiene por objeto generar buenas prácticas en:

Gestión: buen gobierno y transparencia

Recursos humanos

Clientes externos

Proveedores

Medio ambiente

Cultura y tradiciones

Alianzas estratégicas

Dentro de cada una de estas áreas hemos fijado unos objetivos específicos e indicadores de medición que nos facilitarán información para realizar la evaluación del Plan de RSC, y su impacto en la organización y en el entorno.

**CLIENTES**

**Satisfacción de cliente**

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

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los clientes

**11.1. Información adicional**

Disponemos de los siguientes métodos:

Encuesta de satisfacción segmentadas por tipo de cliente (Privado/IMSERSO)

Buzón de sugerencias

Gestión de reclamaciones

Una persona de la plantilla dedicada a la Atención al Cliente diaria, incluyendo charlas y seguimiento independiente para nuestros clientes. En este caso, principalmente IMSERSO. Atención online, a través de la Web corporativa y RRSS.

Estamos en proceso de elaboración de un sistema de "calidad percibida": Tenemos previsto implementar un piloto antes de finalizar el 2024, para implantar el modelo definitivo en 2025.

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

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

**12.1. Información adicional**

Realizamos seguimiento exhaustivo de las sugerencias y comentarios proporcionados por

nuestros clientes, y aplicamos las mejoras oportunas en el momento en que es posible. dentro del sistema de gestión de calidad 9001.  
Además, contamos con un CRM

## **Innovación en los productos y servicios**

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

Se planifica y se evalúa el resultado en la innovación de forma responsable y sostenible en el tiempo

#### **13.1. Información adicional**

La estrategia empresarial incluye la elaboración un Plan de Marketing anual, que contempla acciones de I+D+i que incorpora novedades tanto en productos y servicios, como en tecnología, y metodología de prestación de servicios, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes actuales y buscando diversificar la tipología de clientes.

Buscamos las mejores prácticas a nivel internacional y tenemos nuestro propio laboratorio de salud, donde profesionales médicos y fisioterapeutas, buscan mejorar la atención al paciente con nuevas técnicas y aparatología de última generación.

Además, hemos desarrollado una línea propia de cosmética para la salud de la piel, Azulthermal, que aprovecha las aguas mineromedicinales del manantial de Ariño y los recursos propios del territorio (cereza, trufa, oliva).

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

#### **14.1. Información adicional**

La calidad de los productos y servicios ofrecidos a nuestros clientes se supervisa y evalúa siguiendo las directrices de Plan de RSC y la ISO 9001.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

#### **15.1. Información adicional**

Disponemos de un programa de seguimiento y fidelización terapéutico, que nos permite estar en continuo contacto con nuestros clientes aún después de haber finalizado su estancia.

## **Transparencia informativa sobre el producto o servicio**

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

De la totalidad de los productos de la oferta comercial se proporciona información detallada de las características, propiedades y riesgos del producto o servicio

#### **16.1. Información adicional**

La información que ofrecemos a nuestros potenciales clientes es clara y precisa, para mantener una buena calidad en la oferta del servicio.

## **PERSONAS EMPLEADAS**

### **Satisfacción de las personas empleadas**

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

Sí, se evalúa la satisfacción con metodología y de forma periódica, se identifican mejoras y se implantan.

#### **17.1. Información adicional**

Se realizan encuestas varias veces al año y, además, los equipos se reúnen regularmente para tratar asuntos relacionados y se planifican las medidas de mejora necesarias.. Hemos elaborado e implementado un Plan de Comunicación Interna que identifica los puntos críticos, buenas prácticas y necesidades para mejorar los procesos de comunicación con el equipo de trabajo y el clima laboral. El plan incluye diversas medidas, entre nuevas tecnologías que permiten comunicar acciones de la empresa, pero que también funciona como un canal de comunicación interno, que permite a las personas empleadas interactuar de una manera rápida y directa.

### **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)?**

Disponemos e implementamos un Plan de Igualdad de Oportunidades y/o un Plan de Igualdad y Diversidad con objetivos, medidas, indicadores y sistema de evaluación, que contempla medidas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación en la organización.

#### **18.1. Información adicional.**

En la actualidad, las mujeres representan más del 70% del personal de Hotel Balneario de Ariño, con presencia en la mayoría de las áreas, en las que además ocupan puestos de responsabilidad y de toma de decisiones. Existen 9 puestos directivos y predirectivos, ocupados por 5 mujeres y 4 hombres. El puesto de Dirección Operativa está ocupado actualmente por una mujer.

Hotel Balneario de Ariño ha elaborado su Plan de Igualdad desde 2018, Se garantiza la

incorporación de las mujeres de forma plena y activa en condiciones de igualdad en la empresa. El Plan incluye la implementación de medidas sobre:

Procedimientos de reclutamiento, selección y contratación de personal basado en los principios de mérito y capacidad y de adecuación persona-puesto.

Capacitación

Equidad salarial

Ordenación del tiempo de trabajo y conciliación

Medidas para fomentar la estabilidad, promoción y el ascenso en el puesto de trabajo.

Acceso a puestos de dirección y toma de decisiones

Salud laboral

Comunicación y lenguaje no sexista

## **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?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

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

La conciliación de vida personal y laboral es un pilar fundamental que se ha implantado de manera activa desde la creación de la empresa con diversas medidas. Además, el Plan de Igualdad de Hotel Balneario de Ariño recoge un área específica sobre conciliación.

Junto con la aplicación real de las medidas establecidas por las leyes estatales y autonómicas, los aspectos en los que se han implementado más acciones para fomentar y facilitar la conciliación de vida laboral, familiar y personal, son:

Mejoras respecto a la normativa legal vigente en materia de conciliación, como es el compromiso de no crear complementos salariales vinculados a los días de presencia en el centro de trabajo que penalicen al personal que haya de cuidar de familia o personas dependientes.

Política retribuida, flexible y personalizada, adaptada a las necesidades de cada trabajador y trabajadora.

Formación en horario laboral, presencial y online.

Información, sensibilización y formación sobre medidas para mejorar la conciliación tanto de mujeres como hombres, y fomentar la corresponsabilidad para el ejercicio conjunto de las responsabilidades, tareas domésticas, familiares: permiso de paternidad, licencias, permisos de maternidad, paternidad, excedencias y vacaciones. Desde la propia dirección se ha disfrutado del permiso de paternidad.

Medidas que facilitan la flexibilidad laboral: adaptación o reducción de jornada en función de las necesidades personales y familiares del personal; jornada continua; posibilidad de teletrabajo, asistencia a reuniones por videoconferencia. Aspecto especialmente sensible en un sector como el de la hostelería y el turismo

Medidas sociales:

Implantado el programa de Empresa Saludable con acciones gratuitas para personal (control del estrés, asesoramiento sobre nutrición, encuesta de clima laboral, etc.) o reducción 50% en tarifa para servicios de la Unidad de Medicina Termal.



Programa de voluntariado corporativo con asociaciones del territorio y de cooperación internacional

## **Formación y desarrollo profesional**

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

Existe un canal formal por el que se recogen las necesidades de formación de las personas empleadas y se analizan las propuestas

#### **20.1. Información adicional.**

Hasta el momento ofrecemos formación a la carta, a demanda de las personas que trabajan en el balneario.

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

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

#### **21.1. Información adicional.**

La empresa estudia las necesidades formativas de cada puesto de trabajo, fomentando y facilitando el acceso a cursos específicos del área en cuestión. Además, dentro del sistema de calidad, se establece la necesidad de los trabajadores y trabajadoras en función de los conocimientos óptimos por el puesto de trabajo y las capacidades de la persona.

## **Seguridad y Salud**

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

Se dispone de un Plan de Empresa Saludable o similar, en el que se incorporan todas las medidas de prevención de riesgos laborales y las medidas adicionales para favorecer la salud de las personas empleadas, con planificación, indicadores y sistema de evaluación.

#### **22.1. Información adicional.**

Además de todo lo exigido por ley, el compromiso de Hotel Balneario de Ariño con la salud, seguridad y bienestar, es integral y continuo. Es por ello que desde sus inicios ha estado coexistiendo paralelamente, el desarrollo tanto en lo que refiere a la oferta de salud para clientes y pacientes, así como para los integrantes de sus equipos y departamentos, siendo un pilar básico de las propuestas de valor a su personal.

Formamos parte de la Red Aragonesa de Empresas Saludables.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Existen unos criterios de compra concretos que integran aspectos ambientales y sociales

específicos para la mayoría de los productos, bienes y servicios que adquiere la organización.

#### **23.1. Información adicional.**

El Plan Estratégico de RSC incluye medidas específicas para la gestión de proveedores y compras responsables.

### **Clasificación y evaluación de proveedores**

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

Los criterios de clasificación y selección de proveedores valoran el desarrollo de la responsabilidad social en el proveedor y su actividad integrando aspectos ambientales, prácticas comerciales éticas, diversidad e inclusión, cumplimiento legal, y aspectos sociales.

#### **24.1. Información adicional.**

La premisa para la selección de proveedores es que sean locales. El 80% de nuestros proveedores son del territorio, tras esta premisa la selección se realiza siguiendo los criterios de compras responsables marcado en el Plan Estratégico de RSC para que cumplan nuestros criterios de responsabilidad social y sostenibilidad.

### **SOCIAL**

#### **Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos**

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

Existe un plan de colaboración en proyectos sociales con una metodología, objetivos e indicadores establecidos que permiten a la organización medir su impacto social.

#### **25.1. Información adicional.**

La estrategia de RSC marca los objetivos generales en el área de acción social, y marca las directrices en las que estamos trabajando para establecer los objetivos, acciones, recursos necesarios, indicadores de seguimiento y evaluación, y calendario de ejecución de todas las actividades que realicemos para desarrollar nuestra estrategia de RSC.

Desde Hotel Balneario de Ariño potenciamos y apoyamos la actividad de diversas entidades, a través de varios proyectos de cooperación con entidades públicas y privadas. Entre ellos:

- Proyecto Endógena? subvencionado por el LEADER ADIBAMA, en colaboración con la Asociación Apadrina un Olivo. Nace con el fin de promocionar y poner en valor desde un marco innovador los recursos endógenos del territorio. Teniendo como pilares la educación, sensibilización y el ocio responsable.
- Proyecto Entre mandiles y apaños para para la recuperación y revitalización del patrimonio gastronómico de la comarca de Andorra-Sierra de Arcos, en colaboración con las Amas de Casa de Ariño, para el que también hemos contado con la ayuda del LEADER ADIBAMA.

- Hemos puesto en marcha el Programa de salud dirigido a colectivos del entorno. trabajamos para que los habitantes de Ariño y de otras poblaciones del entorno aprovechen este recurso de salud.
  - Hemos colaborado con ATADES (Asociación Tutelar Aragonesa de discapacidad Intelectual) para servicio de jardinería.
  - Hemos firmado un convenio con la Asociación Finca Lavandanna para la recuperación de plantas aromáticas y árboles del entorno, y la sensibilización de los clientes del balneario hacia el descubrimiento del ecosistema vegetal del entorno.
  - Participamos en varios proyectos, propios y en colaboración con entidades públicas y privadas, de ámbito nacional y regional, para investigar, detectar e intervenir frente a la Soledad No Deseada en las personas mayores
- Entre otros, hemos tenido convenios con el Club de Fútbol Sala Ariño, con la Asociación de Jubilados Ariño, con las Amas de Casa ?Santa Bárbara? de Ariño, de precios especiales para todos los vecinos de la localidad.
- Desarrollamos acciones de voluntariado corporativo con la Asociación de Familias y Mujeres del Medio Rural-AFAMMER y Fundación Asindown.
- Durante todo el año patrocinamos de diversas actividades culturales en la Comarca de Andorra- Sierra de Arcos.
- Hemos puesto en marcha convenios de cooperación nacional e internacional para desarrollar acciones de formación para el empleo de colectivos en riesgo de exclusión; salud y bienestar.

## **Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio**

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

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

#### **26.1. Información adicional.**

La propuesta de RSC de la organización está vinculada a nuestra actividad productiva, para establecer y favorecer un mayor impacto social en el entorno, y alineada con los ODS de la Agenda 2030 sobre los que impacta directamente nuestro modelo de gestión sostenible.

Nuestro objetivo es mantener el crecimiento económico de la empresa, vinculado al compromiso social adquirido y buscando el balance medioambiental.

Nos hemos implicado en:

- La creación de trabajo decente: desarrollo profesional y personal
- Desarrollo de un proyecto de turismo sostenible, comprometido con el territorio
- Contribuir y fomentar a la conciencia ambiental
- Colaboración con el tejido económico y social
- Apoyo a la cultura y tradiciones locales

## **Transparencia con el entorno social de la organización**

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

Sí, se difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

#### **27.1. Información adicional**

Las actuaciones se comunican a los trabajadores, así como a los grupos de interés, como a la sociedad en general a través de medios propios y de comunicación para dar mayor visibilidad y divulgación. Recurrimos a web y RRSS corporativas; reuniones informativas; participación en jornadas y congresos; medios de comunicación locales y regionales. Estamos en proceso de remodelación de la web que incluirá un espacio de difusión para nuestro Plan y acciones de RSC.

### **Comunicación y fomento de buenas prácticas**

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

Existe un plan de comunicación de las actividades que se desarrollan y se evalúan los impactos en medios de comunicación y redes sociales

##### **28.1. Información adicional**

Elaboramos un Plan de Comunicación Interna anual que identifica los puntos críticos, buenas prácticas y necesidades para mejorar los procesos de comunicación con el equipo de trabajo y el clima laboral. La implementación del plan, que incluye diversas medidas, entre ellas un aplicación móvil corporativa que permite comunicar acciones de la empresa, pero que también funciona como una red social propia, que permite a las personas empleadas interactuar de una manera rápida y directa.

Para la comunicación externa, el Balneario dispone de un equipo de comunicación y relaciones externas que ejecuta su Plan de Comunicación. En la actualidad gestiona la información que se difunde a través de la web y RRSS corporativas, notas de prensa propias, gestión de entrevistas, y otras acciones de relación con los medios de comunicación.

### **AMBIENTAL**

#### **Impacto ambiental**

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

Se evalúa el impacto ambiental y se llevan a cabo acciones para segregar y reciclar residuos y para reducir el consumo de recursos naturales.

##### **29.1. Información adicional.**

En nuestra filosofía está ser una empresa social y medio ambientalmente responsable. Para ello nuestro plan de actuaciones en materia medio ambiental incluye acciones medidas en diversos campos de actuación:

? Uso y consumo responsable de agua, papel, envases y embalajes.

? Prioridad a la utilización de productos kilómetro 0

- ? Uso de productos de limpieza ecológicos
- ? Recogida selectiva de residuos
- ? Reciclaje de cartuchos de tóner
- ? Materiales de construcción ecológicos
- ? Medidas para la compensación de CO2: plantación de árboles y arbustos autóctonos en los terrenos del balneario
- ? Reducción de emisiones y ahorro de energía con la renovación e inversión en maquinaria eficiente, placas termosolares.
- ? Tenemos un proyecto de instalación de una central de energía sostenible para autoabastecimiento.
- ? Formación al personal con pautas de actuación y responsabilidad en el cuidado ambiental
- ? Sensibilización a clientes sobre cuidado del medio ambiente: uso racional de toallas y otros textiles en hotel y centro termal; ?nevera ecológica? de uso compartido; actividad ?huerto ecológico?.

## **Compromiso frente al cambio climático**

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

Existe un compromiso público junto con un plan de acciones que se comunica interna y externamente y que periódicamente es evaluado. Se publican los resultados del plan y la contribución al logro de los compromisos adquiridos.

#### **30.1. Información adicional.**

Algunas de nuestras medidas frente al cambio climático y a los daños medioambientales, están públicamente indicadas para todos nuestros clientes, de manera que se conozca nuestro compromiso con el medio ambiente, y se pueda implicar en ello a todos los clientes que nos visiten.

Algunas de las medidas, la ampliación de energías renovables del edificio, los estudios de eficiencia energética y mejora de los aislamientos. La selección de proveedores locales, instalación de sistemas de osmosis para reducir residuos y energía de transportes, concienciación de los equipos en el ahorro de energía.

## **Economía circular**

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

Existe alguna iniciativa puntual en uso de productos reciclados, reutilización de materiales y reciclaje de los residuos generados.

#### **31.1. Información adicional**

Realizamos algunas acciones de reducción, recogida selectiva y reciclaje:

- Instalación de papeleras de reciclaje en zona de oficinas
- Recogida selectiva de papel en habitaciones de hotel y zonas comunes
- Instalación de una prensa de cartón para preparar el material y optimizar el reciclaje de cajas y otros embalajes de cartón.

- El uso de agua osmotizada para consumo de clientes y de personal reduce el uso de envases de plástico, ya que se sirve en botellas de vidrio reutilizables.
- Programa de recogida selectiva y reciclaje de residuos que incluye los cartuchos de tóner y otro material de oficina

## **Comunicación ambiental**

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

Se comunica a todos los grupos de interés, con planes de comunicación específicos y por diversos canales (web, RRSS, newsletter, etc.) y existe una medición y seguimiento periódico.

#### **32.1. Información adicional**

Comunicamos la mayoría de nuestras actuaciones tanto a nuestros clientes, empleados, y cualquier grupo de interés que se vea oportuno en determinadas ocasiones. Para ello, existe un plan de actuación que se revisa constantemente para asegurarnos de que esta información llega al objetivo final. Por ejemplo, carteles informativos de nuestras actuaciones medioambientales en todas las habitaciones, revisando diariamente que no falte en ninguna de ellas, así como en otros puntos de información.

## **VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE**

### **Priorización de temas**

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

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

### **Valoración Global**

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

8

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

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

No estamos hablando de un proyecto que tenga un plazo de finalización, es una estrategia de desarrollo empresarial integral de enfoque 360°. Aportamos por el modelo de negocio emprendido y con nuestro compromiso para la generación de beneficios económicos y sociales con el entorno, que cuenta con el compromiso y apoyo de la dirección de las personas que trabajan en el Balneario, clientes y stakeholders.

### **36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?**

Hemos de mejorar en el análisis y evaluación más detallado de las acciones emprendidas en los últimos años en materia de Responsabilidad Social. Para obtener resultados cuantitativos, no solo cualitativos que nos permita mejorar la calidad y el alcance de los proyectos y acciones que desarrollamos dentro de esta área.

## **Agenda 2030 y Objetivos de Desarrollo Sostenible**

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

Sí, mi organización conoce la Agenda 2030 y tiene un compromiso público con la consecución de los ODS.

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

Si

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

- ODS 3. Salud y bienestar.
- ODS 4. Educación de calidad.
- ODS 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.