

RSA - PYMES

Empresa evaluada

SOBRARBE, S.L.

CIF:B50150499

C/Santa Cruz nº:8.-

50003 - Zaragoza

Zaragoza

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

SOBRARBE SL

02 - Dirección - CP - Población

C/ Santa Cruz, 8 local

50003 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Turismo

04 - Año comienzo actividad.

1986

05 - Número de personas empleadas

24

06 - Persona contacto

Juan Bizcarrondo Lacruz - Director Financiero

Jesús Montaña Remacha - Director Ejecutivo

07 - E-mail contacto

admin@morillodetou.com

08.- Página web

www.morillodetou.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

Todas las empresas se ven afectadas por las tendencias globales y además cada vez en mayor medida.

Además, nuestra empresa desde su creación ha tenido una especial sensibilidad por aspectos económicos y sociales (fijación de población en una zona despoblada), manteniendo un estricto cumplimiento de la legalidad vigente. También los aspectos medioambientales (recuperación del patrimonio cultural, utilización de energías renovables,...) y sociales (igualdad de género, conciliación de la vida laboral y familiar) están en el ADN de SOBRARBE SL (Morillo de Tou).

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

2.1. Información adicional

Ninguna persona ni entidad puede enfrentarse individualmente a ningún reto de este tipo. El asociacionismo es fundamental en cualquier aspecto, en este caso serían las asociaciones empresariales. Pero por encima de ello, en las tendencias globales debe existir un consenso más allá del asociacionismo. Organizaciones empresariales, sindicales, partidos políticos, asociaciones, ONGs y el resto de instituciones deben afrontar conjuntamente estas tendencias globales.

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

Aunque a día de hoy está pendiente desarrollar una planificación formal que tenga en cuenta los aspectos sociales y medioambientales en cada una de las actuaciones que la organización lleva a cabo en su actividad cotidiana, sí que son aspectos que se toman en consideración en alguna de las decisiones importantes de inversión. Por ejemplo, la implantación de energías renovables en Morillo de Tou es una constante desde hace años. Actualmente hay en marcha un proyecto de generación fotovoltaica para autoabastecimiento que esperamos tener en funcionamiento antes de final de 2023.

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

4.1. Información adicional

El objetivo mismo de la empresa es la fijación de población en una zona despoblada. Nunca ha habido reparto de dividendos en la empresa. Todos los beneficios se han reinvertido en el proyecto.

En los aspectos medioambientales, siempre se ha apostado por la implementación de energías renovables, pese a que en muchas ocasiones la inversión no fuese rentable económicamente a corto plazo.

Además, todos los años se emprenden acciones sociales y culturales, tanto de forma individual como en colaboración con otras entidades.

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 todos los grupos de interés con los nos relacionamos. Se mantiene una relación fluida con todos ellos y se trabaja activamente con muchos de ellos.

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

6.1. Información adicional

La relación fluida que se mantiene con los grupos de interés nos permite detectar las necesidades y expectativas de los mismos. Se analiza caso por caso, así como las posibles afinidades o contradicciones entre los intereses de unos grupos y otros.

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

Está pendiente la elaboración de un código de conducta en la empresa.

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

Pese a que todas las personas que trabajan en la empresa conocen la cultura de la misma, queda pendiente la preparación de un plan específico.

Plan de Responsabilidad Social

9.- Respecto a la Responsabilidad Social ¿En qué situación se encuentra su

organización en este momento?

9.1. Información adicional

Creemos que nuestra empresa realiza muchas acciones con responsabilidad social, pero no existe un plan como tal. Hemos empezado a trabajar para que estas actuaciones estén bien planificadas y reflejadas en un documento revisable y evaluable.

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 se han planteado. Son los dos elementos fundamentales a la hora de crear el plan RSA

CLIENTES

Satisfacción de cliente

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

11.1. Información adicional

Se envía un cuestionario online a todos los clientes tras su estancia. Se analiza de forma periódica tanto los datos globales como las sugerencias de mejora más frecuentes. Se actualizan las preguntas para ir mejorando la evaluación.

Asimismo se revisan diariamente las opiniones de Google Business y semanalmente Tripadvisor y Booking.

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

12.1. Información adicional

En los cuestionarios de evaluación dirigidos a los clientes se pregunta por las sugerencias de mejora. Las más frecuentes se realizan dentro de nuestras posibilidades. Sobre el resto se pregunta a otros clientes por dicha cuestión.

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

Dentro del plan comercial que se revisa anualmente se analizan nuevos mercados y productos a ofrecer, a quién ofrecerse y mediante qué canales de distribución.

Posteriormente se estudia si la propuesta ha sido exitosa comercialmente y en ese caso el grado de satisfacción del cliente.

Calidad de los productos y servicios

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

14.1. Información adicional

En el Centro de Vacaciones Morillo de Tou se ofrece un servicio turístico integral de alojamiento, manutención y actividades diversas (excursiones, animación, visitas...). En todo el proceso de prestación del servicio se tienen en cuenta diversos aspectos relacionados con la calidad y con el respeto al entorno de la organización, tanto físico como personal.

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

15.1. Información adicional

Se trata de una empresa turística. Siempre estamos a disposición de nuestros clientes tras su estancia.

Transparencia informativa sobre el producto o servicio

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

16.1. Información adicional

Absoluta transparencia hacia el cliente durante la contratación, durante su estancia y ante cualquier reclamación. Además estamos adheridos al Sistema Arbitral de Consumo del Gobierno de Aragón.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

17.1. Información adicional

No deja de ser una empresa casi familiar y se tiene contacto estrecho con todo el personal para saber su grado de satisfacción, estado de ánimo, proyectos, ... Se valorará la implementación de algún tipo de sistema periódico, ya sea 360º o similar.

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.

La igualdad de oportunidades y la no discriminación de ningún tipo es una señal de identidad de nuestra empresa. En nuestra empresa ha habido, hay y habrá personas de distintas etnias, culturas, países, religiones, orientación sexual, etc. Ni por parte de la empresa, de ningún trabajador, de ningún proveedor ni de ningún cliente va a existir ni se va a permitir discriminación alguna. No hay ningún plan concreto ni creemos que sea necesario.

Respecto a los salarios se ajustan al Convenio de Hostelería de Huesca sin discriminar por ninguno de los motivos antes descritos.

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.

La conciliación de la vida familiar y laboral es otra de las constantes de nuestra empresa. Con la dificultad que supone trabajar en este sector en el que hay más trabajo cuando más fiestas escolares hay, en todos los departamentos se tienen en cuenta las necesidades personales y familiares de los trabajadores. Lo plannings de trabajo se realizan dentro de cada departamento con el consenso de todas y cada una de las personas que trabajan en el mismo.. Los empleados con hijos menores tienen preferencia a la hora de elegir vacaciones. Se cumple escrupulosamente con la normativa respecto de la maternidad y lactancia. Se colabora activamente en los casos en los que se considere que hay riesgo de embarazo. Hasta la fecha se han concedido todos los permisos, excedencias y reducciones de jornada que se han solicitado por motivo de maternidad.

Formación y desarrollo profesional

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

20.1. Información adicional.

Se pregunta a todos los trabajadores por sus necesidades e intereses en formación. Se está muy pendiente de la formación existente y se ofrece dicha información a los trabajadores. Si esta formación está directamente relacionada con el desempeño de la persona empleada, se asume el coste de la formación. En caso de que haya alguna formación obligatoria para la empresa o por parte de la empresa, las horas de formación se

consideran horas trabajadas.

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

21.1. Información adicional.

En la temporada 2023 se ha realizado un curso para parte de la plantilla en soporte vital básico y manejo del desfibrilador semiautomático.

Seguridad y Salud

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

22.1. Información adicional.

Si bien se han realizado formaciones que podrían encuadrarse en un plan de mejor de la prevención, no se ha tenido en cuenta una participación activa de las personas empleadas ni se han realizado acciones de concienciación.

PROVEEDORES

Compras responsables

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

23.1. Información adicional.

En la medida de lo posible se busca la colaboración con los proveedores locales (Comarca de Sobrarbe) para poder ofrecer una restauración Km.0 en nuestro restaurante.

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.

En la selección de proveedores, sobre todo -pero no solamente- los correspondientes a las compras de producto para el bar-restaurant y el servicio de supermercado en verano, se tiene muy en cuenta que sean proveedores locales. Sin embargo, no se han establecido por el momento criterios sociales o medioambientales para dicha selección.

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.

Se colabora de forma asidua y continuada en proyectos sociales y culturales de nuestra comunidad. Entre otros en Morillo de Tou nació el Museo de Alfarería Tradicional Aragonesa, el Certamen de Cuentos y Relatos Breves Junto al Fogaril o el Pirineos Jazz Festival.

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.

Aunque en todos los casos el apoyo a estos proyectos supone un coste económico, dichos proyectos están alineados con la estrategia de negocio. No sólo son compatibles, sino que aportan un distintivo de calidad a nuestra oferta turística. Es la forma que este apoyo sea sostenible en el tiempo.

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

Se difunden a través de todos los canales posibles, trabajadores, clientes, socios, grupos de interés. Asimismo se promueve de forma activa la colaboración entre personas e instituciones participantes en proyectos distintos, contribuyendo a la creación de redes cada vez más amplias.

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

Queda pendiente de definir una estrategia de comunicación de buenas prácticas marcando sus objetivos, sus medios y evaluando la consecución de los objetivos marcados.

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.

Se tiene muy en cuenta el impacto de nuestra actividad y la de nuestros clientes. Se promueven actuaciones encaminadas a minimizar dicho impacto. En cambio todavía no existe un plan como tal. Creemos que sí debería existir y nos emplazamos para ello.

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.

Existe la sensibilidad en la empresa frente al cambio climático, pero no existe un plan concreto ni una estrategia de comunicación.

Economía circular

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

31.1. Información adicional

En el Centro de Vacaciones se dispone de contenedores diferenciados para los distintos tipos de desecho. Los productos de desecho del bar-restaurante se clasifican igualmente en vidrio, envases, papel-cartón y resto orgánico. Desde hace años hay diferentes sistemas de calefacción y refrigeración alimentados por energías renovables (biomasa). A finales del año 2023 se espera tener en funcionamiento una instalación fotovoltaica que suministre aproximadamente un 50% de toda la energía eléctrica consumida en el pueblo recuperado de Morillo de Tou.

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

Se comunica a todos los trabajadores y a los clientes. También a los grupos de interés en torno a la empresa. Como en los casos anteriores, todavía no forma parte de una estrategia o plan integral.

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?

El objetivo principal de nuestra empresa es un objetivo social (fijar población) y no económico (obtener un beneficio para los accionistas). Esto marca desde un principio el ADN de la empresa.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Definición y concreción de la estrategia. Se realizan muchas acciones, pero no hay un plan redactado con fines, medios y evaluación de objetivos.

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?