

RSA - GRANDES EMPRESAS Y EMPRESAS PUBLICAS

Empresa evaluada

TURISMO DE ARAGÓN

CIF:B50902345

AvdA. Ranillas 3 A.

50018 - Zaragoza

Zaragoza

01 DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Turismo de Aragón

02 - Dirección - CP - Población

Avenida Ranillas, 3 - A. Planta tercera, oficina 3D. 50018 Zaragoza

03 - Sector. Actividad

Empresa Pública del Gobierno de Aragón cuya actividad se circunscribe al sector turístico

04 - Año comienzo actividad.

Decreto de creación a finales del 2001. La actividad de la empresa comienza en el año 2002.

05 - Número de personas empleadas

33

06 - Persona contacto

Patricia Sierra Cibirriain

07 - E-mail persona contacto

psierrac@aragon.es

08.- Página web

www.turismoaragon.com

@aragonturismo

1 GENERAL

1.a Tendencias Globales

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

- **Económicos (creación de empleo, generación de riqueza, cumplimiento de la legalidad...**
- **Políticos (cambios de gobierno, alianzas con Administraciones Públicas,)**
- **Medioambientales (cambio climático, consumo de recursos: agua, energía eléctrica,**

....)

- **Tecnológicos (comunicaciones, redes sociales)**

- **Sociales (igualdad de género, conciliación de la vida personal y profesional, educación, formación....)**

Estos temas son importantes para la empresa y se tienen en cuenta poniendo en marcha acciones que aseguren el negocio de la empresa a largo plazo., así como los impactos y resultados obtenidos

1.1, Información adicional

Turismo de Aragón planifica, desde la puesta en marcha del Plan RSA en la empresa, sus acciones desde un punto de vista medioambiental y social consciente. Cuestión que antes se realizaba de manera más intuitiva que planificada. Su reflejo principal está en las acciones vinculadas a Poryectos europeos en los que participa.

Puntuación sección 100,00 %

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

3.- Al planificar la actividad de su empresa, ¿se diferencian los planes a corto y a largo plazo?

Se diferencian sin existir metodología sólo en caso de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

3.1. Información adicional

Sin respuesta

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

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

4.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

1.c Impulso del diálogo con los grupos de interés/stakeholders

5.- Tiene identificados su empresa 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 empresa y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

5.1. Información adicional

Principalmente trabajamos mediante metodología específica con personal, sector turísticos, empresas, profesionales y sectores, y territorio.

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

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de sus grupos de interés y se analizan de forma individualizada

6.1. Información adicional

Tras el proceso de participación para la elaboración del Plan de Estrategia Turística 16-19, Turismo de Aragón ha sistematizado los procedimientos de evaluación en las actividades derivadas de la Cooperación transfronteriza como experiencia de devolución de resultados por parte de todos los agentes implicados en ellas con informes finales a reportar.

Puntuación sección 87,50 %

1.d Gobierno de la empresa

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

Se comenta la forma de trabajar en la empresa al iniciar la relación laboral

7.1.. Información adicional.

Sin respuesta

8.- ¿Existen vías o canales para comunicar posibles incumplimientos del código ético?

Sí, pero no de manera formal

8.1. Información adicional

Sin respuesta

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

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

9.1 Información adicional

Sin respuesta

10.- ¿Existe un manual de prevención de riesgos penales y canales adecuados para comunicar la existencia de comportamientos no éticos dentro de la organización?

Existe un manual de riesgos penales con sus procedimientos, con un canal de comunicación adecuado, que se audita periódicamente para mantener su vigencia.

10.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 125,00 %

1.e Plan de Responsabilidad Social

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

Nos encontramos inmersos en el desarrollo de distintas actuaciones de Responsabilidad Social

11.1. Información adicional.

Sin respuesta

12.- En caso de existir un plan de Responsabilidad Social, ¿se establecieron los objetivos e indicadores de seguimiento del plan?

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

12.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

2 CLIENTES

2.a Satisfacción de cliente

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

Conocemos la satisfacción de los clientes de manera informal por la relación cercana que tenemos con ellos

13.1. Información adicional

Sin respuesta

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

Se identifican mejoras y se implantan en los procesos de la empresa

14.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 37,50 %

2.b Innovación en los productos y servicios

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

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación

15.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 75,00 %

2.c Calidad del servicio

16.- ¿Cómo realiza su empresa la puesta en el mercado del producto o servicio?

Se comercializa el producto/servicio y se ofrece de manera proactiva al cliente información transparente.

16.1. Información adicional.

Sin respuesta

17.- ¿Cuales son las características del servicio post venta o seguimiento del servicio de su empresa?

Sin respuesta

17.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

2.d Transparencia informativa sobre el producto o servicio

18.- ¿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

18.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 100,00 %

3 PERSONAS EMPLEADAS

3.a Satisfacción de las personas empleadas

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

Sí, formalmente alguna vez hemos realizado alguna iniciativa puntual (reuniones específicas, encuestas, etc...)

19.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

3.b Igualdad de oportunidades y no discriminación

20.- ¿Cómo se garantiza en su empresa 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.....)?

Se realizan iniciativas que promueven la igualdad de oportunidades, a modo de ejemplo: se comunican los puestos de trabajo vacantes, se promueve la promoción interna, existe una política de retribución salarial

20.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

3.c Conciliación de la vida personal, familiar y laboral

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

Existen actuaciones planificadas y exitosas para facilitar medidas de conciliación para todas las personas que trabajan en la empresa

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

Se utiliza como herramienta en la toma de decisiones y en la posibilidad de petición por parte de la plantilla el Plan Concilia del Gobierno de Aragón. El sistema de control horario y su flexibilidad horaria puesta en marcha en este periodo permite una autogestión mayor del tiempo laboral y por lo tanto facilita la conciliación de la vida personal y laboral.

Puntuación sección 100,00 %

3.d Formación y fomento de la empleabilidad

22.- ¿Cómo identifica su empresa las necesidades de formación de las personas empleadas?

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

22.1. Información adicional.

Sin respuesta

23.- ¿Cómo se gestiona la formación en su empresa?

Se define un Plan de Formación

23.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 87,50 %

3.e Seguridad y salud.

24.- ¿Tiene implantado en su empresa mecanismos de salud y seguridad laboral?

Existe un sistema de prevención de riesgos laborales implantado y conocido por las

personas empleadas

24. 1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 100,00 %

4 PROVEEDORES

4.a Compras responsables

25.- En terminos de criterios de compra responsable, ¿cómo realiza su empresa la selección de proveedores?

Se selecciona el proveedor en función de la calidad del producto / servicio, el precio y la procedencia del proveedor para fomentar el desarrollo local

25.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

4.b Clasificación y evaluación de proveedores

26.- ¿Se evalúa y clasifica a los proveedores en función de su riesgo (esta es una posible clasificación) o de otra forma?

Se clasifican y valoran considerando aspectos sociales, medioambientales, requisitos legales, fiscales y mejores prácticas

26.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 100,00 %

4.c Homologación de proveedores

27.- ¿Existe en su empresa un proceso de Homologación de Proveedores?

No existe un sistema de Homologación de Proveedores alineado a requisitos o buenas prácticas de Responsabilidad Social

27.1. Información adicional

Sin respuesta

4.d Interacción con los proveedores

28.- ¿Tienen establecidos mecanismos para relacionarse con los Proveedores y conocer su opinión ?

Se mantienen reuniones de manera informal con algunos proveedores

28.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

5 SOCIAL

5.a Acción Social, evaluación y seguimiento de impactos

29.- En cuanto a la implicación en la Comunidad en la que desarrolla la actividad su empresa, ¿en qué tipo de proyectos sociales colabora?

No se realizan proyectos en colaboración con la sociedad

29.1. Información adicional.

Sin respuesta

5.b Alineación de los proyectos sociales con la estrategia de negocio

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

Se planifican e implantan proyectos que están unidos con el negocio

30.1. Información adicional.

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

5.c Transparencia con el entorno

31.- En el caso de desarrollar actuaciones en materia social ¿en qué medida se comparten con las personas empleadas animándoles a su participación, y con otros grupos de interés?

Se comunican a las personas empleadas pero no de manera formal

31.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

5.d Comunicación y fomento de buenas prácticas

32.- ¿Existe una comunicación proactiva en la Comunidad Local de las actividades en materia social desarrolladas por la empresa?

Se comunican actuaciones de forma aislada de los proyectos realizados y colaboraciones en curso

32.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

6 MEDIOAMBIENTAL

6.a Identificación de actividades de gestión ambiental

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

Se tienen en cuenta los impactos medioambientales ocasionados por la actividad de la empresa estableciendo medidas de actuación específicas

33.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 50,00 %

6.b Estrategia frente al cambio climático

34.- ¿Se ponen en marcha medidas que evidencien el compromiso público de la empresa con los impactos ambientales que pueda ocasionar?

Existen algunas iniciativas en curso pero no se comunican

Puntuación sección 25,00 %

6.c Plan de gestión ambiental

35.- ¿Se realizan actividades con el objetivo de reducir los consumos de energía, materiales y residuos?

Existen iniciativas de reducción de costes de energía de manera informal

35.1. Información adicional

Sin respuesta

Puntuación sección 25,00 %

6.d Comunicación ambiental

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

No de una manera formal

36.1. Información adicional.

Sin respuesta

7 VALORACIÓN GLOBAL DE LA GESTIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE

7.a Priorización de temas

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

7.b Valoración Global

38.- ¿En qué nivel de 0 a 10 siendo 10 muy alto valora su satisfacción con la gestión socialmente responsable que actualmente realiza?

6

7.c Puntos fuertes y áreas de Mejora

39.- ¿Podría enunciar un punto fuerte?

Comunicación interna y externa de los hechos socialmente responsables que tenemos en marcha.

40.- ¿Podría enunciar un área de mejora?

Incorporación de colaboración y proyectos con sector social.

Puntuación encuesta 55,30 %