

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**ALBERGUE CASA FUMENAL**

CIF:40885268P

Calle Única

22451 - Padarniu

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Albergue Casa Fumenal

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle única s/n

22451 Padarniu (Valle de Lierp)

#### 03 - Sector. Actividad

Agropecuario, apícola y senderismo.

#### 04 - Año comienzo actividad.

12 de julio de 2011

#### 05 - Número de personas empleadas

1

#### 06 - Persona contacto

Carmen Castany Calvet

#### 07 - E-mail contacto

[casafumenal@casafumenal.es](mailto:casafumenal@casafumenal.es)

#### 08.- Página web

[www.casafumenal.es](http://www.casafumenal.es)

### 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)**

Se consideran importantes si bien no existe un análisis estructurado de los mismos

**1.1 Información adicional**

Nos preocupan todos los puntos anteriores, aunque unos más que otros.

A nivel económico queremos consolidar el establecimiento para fijar población ya que estamos situados en una zona con problemas de despoblación.

También, en el aspecto medioambiental, procuramos reducir todo tipo de consumos preparando planes que ejecutamos a corto plazo.

Utilizamos las tecnologías como herramientas para estar al día, sobretodo en redes sociales y actualizando la página web, todo ello antes de acabar el año.

No nos olvidamos de la parte formativa, ya sea por parte interna del albergue como por parte de nuestros clientes, mediante talleres, charlas, etc ....

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

Si

**2.1. Información adicional**

Por supuesto, los pequeños negocios pueden aportar "granitos de arena" que juntandolos todos en sincronía, pueden "mover montañas".

**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**

Cada año revisamos los precios para ajustarlos al público lo máximo posible sin que haya pérdidas de cara al establecimiento. De esta manera, no solo representa un reto económico sino también social, ya que damos posibilidad a que más gente con menos recursos pueda venir.

En cuanto el tema ambiental, estamos ya preparando la instalación de placas solares, que aunque de momento sean una ayuda, ya repercute en un ahorro energético considerable, y como consecuencia también ambiental.

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

Se destina una cantidad, en su caso, en función de los planes que se pongan en marcha.

**4.1. Información adicional**

La cantidad que se destina no es en forma de dinero, sino en forma de tiempo y colaboración con otras personas (voluntariado) que están interesadas en éstos temas.

## **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.**

Conocemos los grupos de interés con los que interactuamos en la actividad de la organización

### **5.1. Información adicional**

Tenemos alianzas con asociaciones, como ATONPA.

Colaboramos con Montaña Segura.

A nivel de voluntariado estamos en asociaciones internacionales como Wwoof y Helpex.

De vez en cuando también colaboramos con medios como la radio y la televisión.

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

Disponemos de mecanismos formales (encuestas, reuniones ad hoc, etc..) para conocer la opinión de los principales grupos de interés

### **6.1. Información adicional**

Recopilamos información de las encuestas realizadas directamente por nosotros mismos y por los diversos portales de internet donde nos publicitamos. Conocemos nuestro perfil de clientes, familias con niños pequeños, y también sus necesidades, las cuales intentamos complementarlas con más servicios y talleres específicos para edades infantiles, así como también, un pequeño parque infantil y animales domésticos muy dóciles.

## **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?**

Se comenta verbalmente la forma de trabajar en la organización al iniciar la relación laboral

### **7.1. Información adicional**

Las dos personas que estamos implicadas en el albergue somos las que hemos montado el albergue

**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, si bien exclusivamente los más implicados

### **8.1. Información adicional**

Las dos personas que estamos implicadas en el albergue somos las que hemos montado el albergue. Nuestro objetivo inicial cambio ligeramente ya que se trataba de realizar actividades para los escolares durante la semana. Ahora también se realizan actividades pero va más enfocado a familias con niños pequeños o a reuniones y encuentros grupales durante fines de semana y festivos. Lo que no ha variado es el valor de base que es proporcionar a nuestros visitantes el contacto con la naturaleza y el medio rural ya que normalmente no tienen la ocasión de experimentar al vivir en las ciudades.

## **Plan de Responsabilidad Social**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **9.1. Información adicional**

Aún no tenemos un plan bien definido de Responsabilidad Social, pero estamos en ello.

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

No existe Plan de RS ni acciones concretas, por tanto, no se plantean objetivos ni indicadores

#### **10.1. Información adicional**

Aún estamos dándole forma a los objetivos y los indicadores.

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Alguna vez hemos realizado alguna encuesta a clientes

##### **11.1. Información adicional**

Tenemos un buzón de sugerencias a la disposición de los huéspedes. Por otro lado, tenemos diversos portales de internet donde la gente opina sobre el establecimiento de forma periódica.

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

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

##### **12.1. Información adicional**

Según las sugerencias de la gente o que creamos nosotros que hace falta algún servicio, realizamos mejoras anualmente.

### **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 investiga y se desarrollan mejoras en el producto/servicio de forma no planificada

##### **13.1. Información adicional**

Hemos investigado un poco y hemos llegado a la conclusión de que ser más repetuosos con el medioambiente y tener un comportamiento coherente con ello (utilizar leds, reciclaje en la cocina, ....) nos da un valor que posiblemente sea apreciado por futuros clientes. Nos

hemos dado cuenta, también, que conocer idiomas nos abre más posibilidades de tener huéspedes.

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

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

Se tienen en cuenta aspectos sociales y/o ambientales para ofrecer a los clientes un producto o servicio responsable

##### **14.1. Información adicional**

Promocionamos el reciclaje, sobre todo en la cocina. Damos valor a los desechos orgánicos, en particular, a los que tienen por destino las aves de corral, ya que algunas veces son los propios clientes que ejecutan dicho destino.

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

No ofrecemos servicio postventa

##### **15.1. Información adicional**

No hay servicio postventa.

### **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 de las características del producto o servicio.

##### **16.1. Información adicional**

A todos los clientes se les envía por email un documento detallado del servicio de alojamiento que quieren contratar. Una vez contratado se sigue haciendo el seguimiento vía email hasta que llega al alojamiento.

### **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

No se evalúa

##### **17.1. Información adicional**

No hay personas empleadas. De todas maneras tenemos voluntarios que pueden dejar su impresión a través de la asociación mediadora.

### **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)?**

No se han desarrollado actividades en esta materia

**18.1. Información adicional.**

No hay personas empleadas. Hemos seleccionado voluntarios de diferentes culturas e ideologías.

**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?**

No se han desarrollado actividades en esta materia

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

No tenemos empleados. Muchos voluntarios han venido con sus parejas, con sus hijos y con sus perros. No ha habido ningún problema.

**Formación y desarrollo profesional**

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

La organización programa acciones formativas y las comunica a la plantilla. Las personas empleadas solicitan la formación necesaria a requerimiento de la organización

**20.1. Información adicional.**

No tenemos empleados., pero nosotros nos formamos para dar mejor servicio a los clientes.

**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.**

Cada año se realiza formación para mejorar las aptitudes en el sitio de trabajo y de esta manera estar al corriente de todas las novedades que tienen lugar.

**Seguridad y Salud**

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

Se ha realizado la evaluación de riesgos laborales y planificado la acción preventiva

**22.1. Información adicional.**

Tenemos un plan de seguridad en el trabajo. Al ser muy pocas personas no tenemos problemas de organizarlo.

**PROVEEDORES**

## Compras responsables

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

Existen unas indicaciones de compra de índole general para considerar los aspectos ambientales y sociales en la selección de los productos, bienes y servicios.

#### 23.1. Información adicional.

Siempre tenemos en cuenta que el origen del producto sea lo más cercano posible y que los residuos que pueda generar sean mínimos.

## Clasificación y evaluación de proveedores

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

Existen unos criterios para la clasificación y evaluación de proveedores, en algunos casos, se han considerado aspectos ambientales o sociales como por ejemplo, favorecer la compra local.

#### 24.1. Información adicional.

Siempre trabajamos con proveedores locales.

## 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?

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización sin planificación específica

#### 25.1. Información adicional.

Colaboramos con ONG económicamente como Greenpace y Cruz Roja.  
Realizamos intercambio de servicios con voluntariado de las asociaciones Wwoof y Helpex.  
Asistimos a romerías locales.  
Mantenimiento de algunos senderos PR (Pequeño Recorrido) que pasan por nuestra zona.  
Realizamos talleres de apicultura, aves de corral, información de sendero etnobotánico, ...  
Ocasionalmente se imparten y/o organizamos cursos de interés local como curso de iniciación a la apicultura, curso de huerto de alta montaña y curso de guía de la naturaleza.

## 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 realizan algunas iniciativas sociales relacionadas con algún aspecto de la organización o de las personas que trabajan en ella

#### 26.1. Información adicional.

Los talleres que se realizan quizá sea lo que más visibilidad le da al alojamiento.

### **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 comunican formalmente y se fomenta la participación, como puede ser en proyectos de voluntariado corporativo, colaboración con campañas, participación en actividades de asociaciones, etc.

#### **27.1. Información adicional**

Formamos parte de la asociación ATONPA, (turismo de naturaleza y ornitológico) dónde cooperamos en la realización de talleres entre varias poblaciones locales, entre otras cosas.

### **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?**

Se informa únicamente cuando se demanda

#### **28.1. Información adicional**

Se comunican a la COMARCA DE LA RIBAGORZA y al AYUNTAMIENTO.

## **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 tiene en cuenta el impacto ambiental ocasionado por la actividad de la organización y se ha llevado a cabo alguna iniciativa de forma puntual e informal.

#### **29.1. Información adicional.**

Las actuaciones que hemos realizado són:

- la sustitución de bombillas de bajo consumo por leds,
- instalación de programadores automáticos de encendido y apagado de las calderas para reducir su consumo,
- recogida de agua de lluvia para el riego de los espacios ajardinados de los alrededores,
- reciclaje de plásticos, metales, vidrios, papel, y orgánico para compostaje.

### **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 a nivel interno para prevenir la contaminación y se desarrollan



acciones que se comunican internamente.

### **30.1. Información adicional.**

Los planes son la instalación de placas solares para la calefacción y así no depender de los combustibles fósiles.

## **Economía circular**

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

Existen iniciativas asentadas para integrar en las operaciones materiales reciclados, reutilizar los productos, reciclar los residuos, y consumir energía no contaminante.

#### **31.1. Información adicional**

Se utiliza rellenado de envases para no generar más envases, reciclaje en general y sobre todo en la cocina, reparar en lugar de tirar, y estamos preparando el uso de placas solares como ahorro energético combinado con el uso de bombillas led en todas las estancias.

## **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 comunican, pero no de manera sistemática u organizada

#### **32.1. Información adicional**

Se comunica verbalmente.

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

6

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

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

Nuestra actitud y predisposición a actualizarnos y adaptarnos a unas necesidades sociales y ambientales demandadas. Por el momento creo que sería el reciclaje y la colaboración con diversos voluntarios internacionales.

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

Nuestra area de mejora serían el cambio de consumos de suministros fosiles y nucleares, que aún dependemos, por otros de origen sostenible.y sin repercusiones medioambientales (o almenos mínimas).

#### **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 pero no ha establecido ningún compromiso 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 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.