

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**Miguel M<sup>a</sup> DELGADO BOLDÚ - PIRINEOS  
BLANCOS, GUÍAS DE BARRANCOS Y  
MONTAÑA**

CIF:52501232Y

C/Coli Escalona nº:42 Entlo. Dcha.

22600 - Sabiñánigo

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

PIRINEOS BLANCOS, GUÍAS DE MONTAÑA Y ESQUÍ S.C.P.

#### 02 - Dirección - CP - Población

C/ COLI ESCALONA 42 ENT DER SABIÑÁNIGO 22600 HUESCA

#### 03 - Sector. Actividad

TURISMO, GUÍAS DE BARRANCOS Y MONTAÑA

#### 04 - Año comienzo actividad.

2016

#### 05 - Número de personas empleadas

2

#### 06 - Persona contacto

MIGUEL MARÍA DELGADO BOLDÚ

#### 07 - E-mail contacto

miguel@pirineosblancos.es

#### 08.- Página web

www.pirineosblancos.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)**

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**

las regulaciones medioambientales así como los cambios medioambientales nos afectan directamente,

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

No

#### **2.1. Información adicional**

Es imposible enfrentarse a estos cambios de manera individual, se necesita de colaboración, así como de cambios culturales, en los que todos los grupos de interés deben trabajar juntos y en la misma línea.

## **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**

Los aspectos ambientales son fundamentales en nuestra actividad, por lo que la integración en las actividades de la empresa es fundamental.

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

Existe un presupuesto específico anual para el desarrollo de proyectos sociales y/o medioambientales.

#### **4.1. Información adicional**

Si, invertimos en proyectos medioambientales, alguno desarrollados por nosotros mismos.

## **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**

Clientes, entorno social distribuidores, turismo activo, otras empresas

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

Conocemos las necesidades y expectativas de los grupos de interés de manera informal.

### **6.1. Información adicional**

Con el trato cercano accedemos a esta información, nos faltaria procedimentar esta punto.

## **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 conocido por todas las personas de la organización que se revisa periódicamente

### **7.1. Información adicional**

existe un código ético de la empresa, en el que la profesionalidad y la transparencia es el valor principal

### **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**

Es un documento de libre disposición de todos las personas que tienen contacto con la empresa, trabajadores, clientes, distribuidores, etc...

## **Plan de Responsabilidad Social**

### **9.- 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.

### **9.1. Información adicional**

Nos faltaría desarrollar un plan donde se recojan todas las actuaciones a nivel anual, estamos trabajando en ello.

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

Se plantean objetivos e indicadores a nivel general

### **10.1. Información adicional**

Se desarrollará en el Plan que estamos elaborando de temporalidad anual

## **CLIENTES**

### **Satisfacción de cliente**

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

Sí, conocemos la satisfacción de clientes a través de una metodología y de forma periódica

##### **11.1. Información adicional**

disponemos la información que nos proporciona nuestra web y los comentarios en google my bussines

#### **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**

evitamos las encuestas para molestar al cliente con correos innecesarios, ya que tenemos un feedback directo al terminar la actividad con ellos. evitamos abusar del uso de la base de datos para información que conseguimos en caliente.

### **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**

Buscamos productos que amplifiquen y engloben las actividades de turismo activo, combinandolas y haciendolas más atractivas, trabajamos en nuevas en nuevas fórmulas para evitar grupos masificados y centrarnos en la calidad del servicio ofrecido.

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

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

Se incorporan aspectos ambientales y/o sociales en la producción y prestación del servicio y se analizan sistemáticamente estos aspectos en la gestión.

##### **14.1. Información adicional**

La calidad del servicio que ofrecemos esta basada en criterios medio ambientales, desde la compra de los equipos a productores cercanos, que usan materiales sostenibles, hasta el desarrollo de la propia actividad, donde el respeto al medio ambiente, flora y fauna es fundamental. En cuanto el desarrollo de la actividad tanto para clientes como para los guías esta basada en planes de seguridad y salud en el trabajo y protocolos de análisis y evaluación de los riesgos específicos de cada actividad desarrollada.

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

Se ofrece un servicio postventa integral y de manera proactiva, en el que la organización informa a sus clientes de posibles defectos o errores en el producto o su comercialización

#### **15.1. Información adicional**

Estamos inscritos en Arbitraje de Consumo en Aragón

### **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**

toda la publicidad no solo va con la imagen de marketing si no con todas las cuestiones que afectan a las actividades en el medio natural, informamos de los riesgos, posibilidades de cancelación, comportamiento medio ambiental de los clientes, y de las condiciones o limitaciones de las personas participantes.

### **PERSONAS EMPLEADAS**

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

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

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

#### **17.1. Información adicional**

la relación cordial permite la crítica constructiva directa con los colaboradores

#### **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)?**

Se realizan acciones formales de sensibilización y formación dirigidas al departamento de personas, y se dispone de herramientas específicas para garantizar la equidad y el principio de no discriminación (protocolos de selección de personal, protocolos de promoción interna, política retributiva, ?) que se comunican a todos los trabajadores.

#### **18.1. Información adicional.**

Se realizan acciones concretas enfocadas a la igualdad de oportunidades. poniendo en valor a las personas por su participación y actitud y nunca por su género.

#### **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.**

El Trabajo como Autónomo es difícil la conciliación,

**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.**

Todos los años invertimos en reciclajes de Aguas vivas y Autorescate, que redundan en la calidad del servicio que le ofrecemos al cliente,  
También en formación de atención al cliente y marketing para ofrecer productos más transparentes

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

Además de realizar acciones formativas para mejorar las competencias técnicas, se realiza formación en competencias personales y formación orientada a la promoción y desarrollo profesional y personal de las personas empleadas

**21.1. Información adicional.**

Los miembros de la empresa, participan de manera habitual en cursos y reciclajes ofertados por la AEGM, y el Inaem, buscando no solo el desarrollo profesional , si no también personal.

**Seguridad y Salud**

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

Además de desarrollar el sistema de prevención de riesgos laborales y de seguimiento de la siniestralidad y enfermedad laboral, se han introducido medidas adicionales para favorecer la salud laboral de las personas trabajadoras (por ejemplo, espacios de esparcimiento, salud psicológica, educación postural, medidas de apoyo a las víctimas de violencia de género, etc.)

**22.1. Información adicional.**

Además de existir un plan de seguridad y salud en el trabajo, la empresa realiza acciones de esparcimiento donde participan los socios, para mejorar los procedimientos y protocolos de seguridad.

**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.**

Los criterios de compra buscan la sostenibilidad medioambiental y que se cumplan con criterios de RSE

## **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.**

Los principales criterios son de proximidad, materiales y procesos medioambientalmente sostenibles,

## **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 con una planificación formal

#### **25.1. Información adicional.**

Desarrollamos todos los años acciones del Limpieza de los entornos naturales en los que desarrollamos nuestra actividad, algunos de ellos son atractivos turísticos de primer orden. Realizamos el Canyoning Cleaning Day en el que se realiza la limpieza de un barranco a cambio del guiado gratuito del Barranco descendido o excursión realizada.

### **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 y con planes de acción específicos

#### **26.1. Información adicional.**

Participamos de manera gratuita en la organización de Congresos Nacionales sobre seguridad en montaña, aportando nuestro trabajo para la organización de los mismos.

## **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 comparten con las personas empleadas y los grupos de interés, fomentando la colaboración activa en todas sus fases, incluida la evaluación y medición de impacto y la comunicación sistematizada

### **27.1. Información adicional**

La empresa está abierta a la comunicación con todos los grupos de interés social del entorno próximo, en la comunicación de sus actividades así como las acciones de responsabilidad social que se realizan. buscando unas sinergias que ayuden a una mejora de la transparencia.

## **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**

Toda información que sale a las redes sociales está bajo un procedimiento desarrollado

## **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 ha desarrollado un plan de acciones en materia ambiental global para toda la organización, que cuenta con objetivos e indicadores en seguimiento cuyo resultado se mide periódicamente.

### **29.1. Información adicional.**

Se evitan al máximo la generación de residuos, con medidas como compartir vehículos, marchas de aproximación evitando el coche, limpieza y desinfección con productos que puedan ser tratados en los EDAR, evitar horas de limpieza nocturna para minimizar gastos de luz, Consumo mínimo de agua mediante pulverizado del agua en la limpieza de los neoprenos, etc..

## **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.**

acciones de reducción de consumos de agua en la limpieza, calculo de la huella de co2 con la herramienta Scope Co2

## **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**

Los materiales que caducan se reutilizan para otras tareas que no impliquen cuestiones de seguridad.

## **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**

todas las acciones que realizamos de limpieza en los entornos que trabajamos a través de redes sociales.

A través del Blog de la web de comportamientos medioambientales que debemos tener.

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

10 - Disponer de presupuesto

### **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?**

5

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

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

La proactividad con los temas de responsabilidad social desde el inicio de la empresa

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

establecer procedimiento y evaluaciones de estos procesos de responsabilidad social

### **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 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 14. Vida submarina
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.