

RSA - PYMES

Empresa evaluada

BISQUE 2016, S.L.

CIF:B01553007

C/Tarbes nº:14.-

22005 - Huesca

Huesca

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

01 - Denominación de la organización

Abba Huesca

02 - Dirección - CP - Población

Calle Tarbes 14, 22005 Huesca

03 - Sector. Actividad

Establecimientos hoteleros

04 - Año comienzo actividad.

2007

05 - Número de personas empleadas

33

06 - Persona contacto

Manuel Solanilla

07 - E-mail contacto

huesca@abbahoteles.com

08.- Página web

<https://www.abbahoteles.com/es/destinos/abba-huesca-hotel/hotel.html>

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

Como empresa con una puerta abierta al público no podemos dar la espalda a los cambios y problemas que aparecen en la sociedad. Debemos ser activos en enfrentarlos y ayudar a nuestro entorno laboral y social a darles la mejor solución a esos problemas globales que se nos presentan. Debemos tener en cuenta que a pesar de ser un mundo globalizado donde cualquier circunstancia en un rincón del mundo nos puede afectar podemos aplicar soluciones, medidas y acciones a nivel local que ayuden, apoyando como hemos dicho anteriormente la sociedad local en la que desarrollamos nuestra actividad.

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

No

2.1. Información adicional

Consideramos que generalmente las PYMES pueden tener menos margen de maniobra para afrontar los retos 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?

Se incluyen aspectos sociales y/o ambientales motivados casi siempre por temas de cumplimiento legal (exigencia por sector de actividad)

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

Desde hace unos años vamos afrontando esos retos a medida que se nos presentan o proponen y asignando evidentemente una parte de nuestra liquidez a ello. No nos planteamos una cifra concreta sino que nos ponemos la meta de intentar hacer todo o casi todo lo que está en nuestras manos en desarrollar la sociedad que nos rodea así como intentar que nuestra actividad afecte de la menor manera posible al medio ambiente.

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

Afortunadamente en una ciudad como la nuestra y en una sociedad como la aragonesa disponemos de un mayor control de esos grupos así como de una mayor empatía con cada uno de ellos, la actividad y la comunicación es constante.

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

Conocemos las necesidades o intereses de cada grupo mediante la comunicación constante con ellos, la realización de reuniones y actividades conjuntas con cada uno de ellos nos ayudan a valorar el esfuerzo que cada uno hemos de hacer para construir una red que nos ayude a ser eficientes ante esos retos que constantemente plantea la sociedad y el medio ambiente. Como hemos comentado en el punto anterior una sociedad como la nuestra de mediano tamaño ayuda a agilizar en muchos casos esa comunicación.

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

Cada departamento posee, además, un documento específico.

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, se forma/informa a todas las personas de la organización del propósito, visión y valores de la organización

8.1. Información adicional

Nuestro equipo se caracteriza por la durabilidad en el tiempo - muchos de nosotros llegamos aquí hace 14 años para la apertura y aquí seguimos - y la juventud. En todo momento se informa de las acciones que llevamos a cabo o aquellas que deseamos llevar a cabo. También se incita al empleado a que muestre su opinión y aporte sus ideas para hacer más sostenible la actividad de la empresa.

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

El compromiso social de nuestro establecimiento ha estado ahí desde el inicio de la actividad en 2007, hemos tenido siempre claro que nos debemos en primer lugar a la

sociedad que nos rodea y que apoyándola nuestro negocio será mejor y más sostenible. No nos planteamos en ningún momento hacer un plan específico hasta este momento sino como ya hemos comentado ir colaborando o haciendo acciones siempre que podamos.

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

Se plantean indicadores si bien no se establecen objetivos

10.1. Información adicional

Nos planteamos siempre con el consenso de los integrantes de la plantilla llevar a cabo las acciones que sean necesarias, valorando en cada momento esas acciones e intentando involucrar al máximo número de personas posible de la plantilla. Hasta este momento no hemos pensado en llevar un control o una línea marcada de las acciones a realizar.

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

Conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes es fundamental, más aún si cabe en nuestro sector donde las experiencias y opiniones de los clientes forman parte de la identidad del hotel y contribuyen a elaborar una buena imagen del mismo, es por ello que nuestros clientes disponen de canales de comunicación para presentar sus impresiones tanto de manera presencial en el hotel como a distancia una vez en casa a través de las distintas plataformas de las que disponemos.

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

Conocer ya no la satisfacción del cliente sino sus necesidades es vital para dar un servicio adaptado a cada cliente. Buscar la satisfacción del cliente es una manera de hacer crecer la reputación de la empresa pero también sus beneficios, con ello generamos un valor añadido para nuestro personal a quien las críticas positivas ayudan a seguir adelante y las negativas a rectificar en aquellas necesidades del cliente que no hemos cubierto.

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 investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

13.1. Información adicional

Al formar parte de una cadena familiar y de tamaño medio podemos implementar de manera más efectiva aquellas innovaciones que nos demanda el cliente pero también aquellas soluciones - como la máquina de pulverizar vidrio - que nos ayudan a combatir los retos que nos presenta el medio ambiente.

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.

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

Se ofrece un servicio postventa que atiende las consultas o incidencias con los productos / servicios.

15.1. Información adicional

En el caso de la hostelería el adjetivo "post venta" es un poco complicado. Podemos decir que mediante las herramientas que hemos explicado antes para medir la satisfacción del cliente podemos hacer ese servicio más o menos para que en el caso de no haber cubierto las expectativas del cliente poner los medios para que no vuelva a suceder a futuro. La gestión de las reclamaciones eficaz y rápida también sería un servicio "post venta", afortunadamente no tenemos casi a lo largo del año.

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

Tanto en los productos del area de alojamiento como en los productos del area de restauración se realiza una detallada explicación en los diferentes puntos de venta (ya sea web, presencial o menús) para evitar malas interpretaciones. Reforzamos las explicaciones en el caso del alojamiento ya que se trata de un producto que se vende muchas veces sin pasar por nuestras manos, no sucede lo mismo en restauración donde el 100% de nuestras ventas pasan por nuestras manos y gracias a ello podemos mediante la comunicación dejar el producto listo para su consumo sin mayores problemas.

PERSONAS EMPLEADAS

Satisfacción de las personas empleadas

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

Conocemos la satisfacción por los comentarios que realizan

17.1. Información adicional

No somos una empresa muy grande por lo que desde la dirección y los puestos intermedios se tiene un seguimiento semanal de la situación de nuestros empleados. Tras 14 años con las puertas abiertas gran parte de la plantilla conformamos una "familia" donde es más fácil llegar a conocer la satisfacción de los empleados así como de aquellas necesidades que puedan tener. Realizamos una labor muy grande en el seguimiento del bienestar de nuestros empleados.

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 de sensibilización y formación en materia de equidad y principio de no discriminación dirigidas al departamento de personas y al personal directivo

18.1. Información adicional.

La igualdad de oportunidades y la no discriminación son un punto fuerte en nuestra estructura no en vano muchos de los empleados que tenemos y muchos de los jefes de departamento salen de la misma empresa o del mismo hotel, es el caso de la dirección del hotel, el jefe de recepción, el chef, el segundo jefe de sala o el departamento de compras. Siempre que podemos nos nutrimos de nuestros empleados para que vean que hay futuro dentro de la misma estructura. El caso de la no discriminación es evidente viendo el amplio abanico de trabajadores que tenemos que es otro punto que nos tomamos muy en serio.

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?

Existen iniciativas formales para facilitar el equilibrio entre vida laboral, familiar y personal

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

La conciliación en el mundo de la hostelería es el gran reto de nuestros días. Un establecimiento abierto los 365 días del año durante las 24 horas del día nos exige mucho tiempo al tocar el tema de la conciliación. La situación personal y familiar de nuestros empleados cambia con el paso de los años. Como hemos comentado llevamos 14 años con muchos de los trabajadores y es evidente que muchos de ellos han cambiado de situación. Se intenta estudiar cada caso, acordar una solución o un horario para poder conciliar esa vida personal y familiar en un mundo tan complicado como es la hostelería. En este aspecto he de hacer hincapié a las pocas ayudas y soluciones que desde la política se pone a este aspecto dentro de la hostelería, otros servicios están mucho más avanzados y cuentan con mayores facilidades.

Formación y desarrollo profesional

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

Cada responsable de departamento identifica y solicita las necesidades de formación en los puestos de trabajo que gestiona

20.1. Información adicional.

A lo largo del año se ofertan algunas formaciones para nuestros empleados - como el inglés o la enología por ejemplo - con el fin de que sean mucho más competitivos en su vida laboral pero también para su formación a nivel personal. Todo lo que se da en las formaciones uno se lo lleva en un "mochila vital" para allí donde vaya.

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

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 lo indicado, todo el personal de establecimiento recibe puntualmente cursos de reciclaje en base a las nuevas medidas sanitarias y de seguridad en el trabajo.

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.

Desde hace unos años, mediante el programa Sostenabbilidad, la práctica totalidad de nuestros proveedores nos sirven alimentos con certificado de bienestar animal y/o envases reciclables y sostenibles.

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.

Además de lo anterior, la cadena realiza una evaluación global a todos a los proveedores 2 veces al año.

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.

Apoyamos causas sociales siempre que podemos pero sin realizar una planificación exhaustiva. En muchos casos se trata de proyectos a causas que se quedan ya con nosotros año tras año como Aspace, Alzheimer, etc.

No medidos de manera clara el impacto que tiene ya que es difícil de evaluar desde nuestra posición, la gran mayoría de las acciones son a nivel local y nuestros controles de satisfacción están más planteados para conocer la opinión de aquellos que nos visitan desde fuera.

Aún así el mantenimiento en el tiempo de las acciones un año tras otro es para nosotros un indicador fiable para ver que estamos haciendo bien esas acciones y nos ayuda a seguir apoyando más acciones.

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 planifican y desarrollan proyectos y/o colaboraciones que están unidos con el negocio

26.1. Información adicional.

Desde la apertura hemos creído que el hotel debía estar abierto a la ciudad y a los problemas que en ella tenemos. Tanto el hotel como sobretodo su restauración (bar, restaurante y eventos) siempre han sido objeto de esa alineación de los proyectos con la estrategia de negocio porque repito que desde el principio nuestra estrategia era crear un hotel que recibiera al viajero pero que cuidara al cliente del barrio y de la ciudad.

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

Es evidente que de todas estas acciones sociales se informa al personal. En una empresa como la nuestra todos acabamos haciendo una cosa u otra cuando hay una acción social en marcha dentro de las instalaciones, desde el camarero hasta el personal de mantenimiento saben en todo momento que es lo que se está llevando a cabo en nuestras instalaciones.

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

28.1. Información adicional

No disponemos de un departamento de comunicación por ello se informa y se comunica de forma puntual cuando se realizan o se van a realizar dichas acciones, En muchos casos se realiza una comunicación conjunta con las entidades o asociaciones implicadas.

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.

Desde hace un par de años, desde la dirección de abba Hoteles se ha promovido un plan llamado "Sostenabbabilidad" en el que estamos englobados todos los hoteles y con la finalidad de conocer el impacto que tenemos en el medio ambiente e intentar mitigarlo lo máximo posible. Desde la gestión de los residuos, la eficiencia energética, el producto de proximidad, el abandono de los plásticos, etc. Poco a poco vamos implementando medidas para llegar a los objetivos de sostenibilidad marcados.

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.

30.1. Información adicional.

Como hemos explicado en el punto anterior se está llevando a cabo una acción llamada "Sostenabbabilidad" con esa finalidad de mitigar nuestro impacto en el cambio climático y ha sido presentada públicamente por parte de nuestra central como a nivel interno a

nuestros empleados que son finalmente quien van a llevar a cabo muchas de las acciones como el control de la climatización, el cambio a una energía más eficiente, la gestión de los residuos, etc.

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.

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

Informamos de manera interna a nuestro personal y los involucramos en la gestión porque creemos que es la mejor manera de hacerlo con éxito. De cara a la comunicación externa sólo de manera puntual ya que no disponemos de ese departamento de comunicación que nos lo permita hacer de manera planificada y eficaz.

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

El punto más fuerte con el que contamos es la convicción a nivel empresa y la concienciación de nuestros empleados en ello, con esa base es mucho más fácil llegar a esos objetivos.

36.- ¿Podría enunciar un area de mejora?

Mi nota en el punto anterior es un 6 con la satisfacción de lo que estamos haciendo y es precisamente por esto, por el largo camino que nos queda por recorrer, tenemos muchas areas de mejor tanto a nivel informativo y de hábitos de consumo como a nivel técnico. Creo que la climatización eficiente y el consumo responsable son los dos pilares a los que debemos atacar en este 2020/2021.

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 5. Igualdad de género.
- ODS 7. Energía asequible y no contaminante.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 9. Industria, innovación e infraestructura.
- ODS 10. Reducción de las desigualdades.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.