

## 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

29

#### 06 - Persona contacto

Pedro Miguel Arbó Gómez

#### 07 - E-mail contacto

direccionmorillodetou@gmail.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)**

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**

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?**

No

**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?**

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

**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?**

Existe un presupuesto que se revisa anualmente y se destina a los proyectos sociales y

medioambientales sin analizar el resultado de los proyectos

#### **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.**

Tenemos identificados los grupos de interés de la organización y realizamos una gestión específica de cada uno de ellos.

#### **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?**

Tenemos mecanismos para identificar las necesidades y expectativas de los grupos de interés y se analizan en cada uno de los casos de forma individualizada

#### **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?**

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

#### **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?**

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

Estamos actualmente abordando las primeras actuaciones en Responsabilidad Social

#### **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 esté 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?**

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

#### **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?**

Sí, existe una metodología que se revisa periódicamente y permite incorporar la opinión de los 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?**

Disponemos de mecanismos para la identificación de mejoras y saber si son exitosas

##### **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?**

Se investigan nuevos productos con metodología y planificación específica.

#### **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?**

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

#### **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?**

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

#### **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?**

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**

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?**

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

### **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)?**

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.**

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?**

Se desarrolla un Plan de Conciliación y Corresponsabilidad con objetivos, medidas, indicadores y evaluación periódica que se comunica a todos los trabajadores.

#### **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?**

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

#### **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?**

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.**

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?**

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

#### **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?**

En algunos casos, se tiene en cuenta la procedencia de los productos, y se ha considerado algún criterio ambiental para la compra de algún producto, bien o servicio.

#### **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?**

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.**

En la selección de proveedores, sobre todo -pero no solamente- los correspondientes a las compras de producto para el bar-restaurante 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?**

Se colabora en proyectos afines a la cultura de la organización con una planificación formal

##### **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?**

Se desarrollan proyectos unidos a la estrategia, dotados de presupuesto, con planes de acción específicos, revisión de resultados obtenidos y medición de impactos.

##### **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?**

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**

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?**

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

#### **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?**

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.**

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?**

Se ha participado en alguna iniciativa de forma puntual.

#### **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?**

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**

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?**

Se comunica a todos los grupos de interés a través de la web y/o RRSS

#### **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)**

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

7

### **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)?**

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 5. Igualdad de género.
- ODS 6. Agua limpia y saneamiento.
- ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.
- ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.
- ODS 12. Producción y consumo responsable.
- ODS 13. Acción por el clima.
- ODS 15. Vida y ecosistemas terrestres.
- ODS 17. Alianzas para lograr los objetivos.