

## RSA - PYMES

---

### Empresa evaluada

**DIESTE MUR, C.B.**

CIF:E22360374

C/San Pablo nº:8

22340 - Boltaña

Huesca

### DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

#### 01 - Denominación de la organización

Dieste Mur C.B.

#### 02 - Dirección - CP - Población

Calle San Pablo, 8. 22340, Boltaña. Huesca

#### 03 - Sector. Actividad

Turismo - Alojamiento Turístico

#### 04 - Año comienzo actividad.

2017

#### 05 - Número de personas empleadas

1 o 2, según la temporada

#### 06 - Persona contacto

Carmen Fuentes Santiago

#### 07 - E-mail contacto

[hola@casadieste.es](mailto:hola@casadieste.es)

#### 08.- Página web

<https://casadieste.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**

Respecto a la ECONOMÍA, influye en nuestra empresa ya que, aunque las vacaciones son necesarias y saludables, el turismo puede ser considerado un lujo, prescindible en caso de una mala situación económica. Por tanto, cualquier crisis o parón económico repercute negativamente en nuestro negocio, bien por la falta de clientela o por el escaso valor al precio establecido.

Por otro lado, nuestro negocio genera riqueza en nuestra comunidad, ya que intentamos relacionar nuestra empresa al desarrollo de la localidad, comprando KMO, fomentando que quienes nos visiten compren y utilicen los servicios locales.

La POLÍTICA también es importante en cuanto pone en valor el desarrollo turístico según la ideología imperante. Puede estimularse un turismo masificado, de playa, visitas respetuosas a la naturaleza, etc. A través campañas específicas o líneas de ayudas,

El MEDIOAMBIENTE juega un papel fundamental, ya que el turismo de Sobrarbe se basa, fundamentalmente, en el turismo de naturaleza. Por lo que influye directamente en nuestro negocio, siendo, a la vez, responsables de dejar una mínima huella ecológica.

La TECNOLOGÍA ayuda a dar visibilidad y llevar el alojamiento a espacios a los que no podríamos llegar de una manera presencial, o pagando costosos anuncios publicitarios. Pero al mismo tiempo, la aparición de grandes portales de reservas, como Booking o Airbnb acaparan las búsquedas apareciendo en los primeros resultados.

Los retos SOCIALES ayudan en gran manera al desarrollo de la empresa. Por ejemplo, la conciliación permitiría vacaciones, que unidas a una buena remuneración laboral permitiría mayor gasto familiar en turismo. La educación permite valorar de una manera más adecuada nuestro patrimonio, fomentando los viajes a lugares no masificados en los que puedan disfrutarse de actividades alejadas del turismo de sol y playa. Que contribuye en gran medida a un turismo sostenible.

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

Si

### **2.1. Información adicional**

Consideramos que cualquier contribución es siempre válida. Por muy pequeña que sea.

En nuestro caso, no elaboramos complicados planes o medidas de gestión, pero siempre están presente en nuestro hacer diario, de manera transversal o con acciones concretas.

Al ser pocas personas, tampoco hay espacios habilitados a la comunicación de forma concreta y específica, ya que es fluida y constante entre quienes formamos el equipo Casa Dieste.

## **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**

No hay una planificación formal por escrito, pero sí se tienen en cuenta. Valoramos el consumo de cercanía, el impacto que puede producir en el municipio, empresas cuya plantilla no presente dudas sobre su alta laboral,... Todo ello dialogado y consensado por las personas que formamos parte de la empresa. Coincidimos con estos valores a nivel personal, por lo que no es casual que estén presentes en nuestra actividad diaria.

### **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**

Apoyamos varios proyectos socioculturales de la Comarca de Sobrarbe que procuran beneficio comunitario. Tenemos pensado realizar actividades propias, pero aún necesitamos sentir la consolidación como empresa.

## **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**

Nuestra principal clientela son parejas, familias con mascotas que buscan tranquilidad y contacto con el patrimonio naturo-cultural de Sobrarbe, que desean realizar una inmersión en la idiosincrasia de la zona.

Conocemos las asociaciones relacionadas con el sector pero no participamos en ellas, ya que nuestra política de trabajo no es afín. Aunque hemos colaborado puntualmente.

También colaboramos con empresas locales, ya que nuestra clientela puede tener un impacto positivo en los comercios y hostelería de la localidad. Establecemos alianzas con la competencia cercana para ayudarnos en caso de cancelaciones o completar el aforo.

Reconocemos nuestro desconocimiento en cuanto a administraciones relacionadas con nuestro sector.

Solemos abastecernos con proveedores de cercanía para fomentar el comercio local y evitar costes medioambientales derivados del transporte.

### **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**

Leemos informes sobre el perfil del turismo rural, seguimos en RRSS actividades relacionadas con nuestro sector y a la competencia. Y tenemos en cuenta las opiniones de

quienes se alojan en Casa Dieste, tanto a través de comentarios en nuestros perfiles, como en conversaciones informales.

## **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**

Al ser una empresa tan pequeña hay normas y pautas que son analizadas y modificadas en cuanto se detectan. Pueden ser errores, acciones que han perdido su eficacia o se encuentra una nueva y mejor metodología.

### **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**

De igual modo que el código de conducta, la ideología de Casa Dieste se transmite a las personas empleadas y colaboradoras que comparten plenamente.

## **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**

A través de la formación recibida y este cuestionario de diagnóstico, pretendemos elaborar un plan de actuación.

### **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 no se ha realizado

## **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**

Valoramos las opiniones que recibimos en las RRSS y en los portales de gestión de reserva y preguntamos directamente a las personas que se alojan en Casa Dieste. Preguntando directamente, en una conversación casual, solemos establecer un intercambio de opiniones e información totalmente objetiva y crítica que es la que realmente nos ayuda a mejorar.

Además contamos con un cuestionario de satisfacción que pasamos a las personas que se han alojado en Casa Dieste junto con la factura.

#### **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**

Como hemos dicho anteriormente, a través de nuestra propia experiencia, críticas y sugerencias de nuestra clientela, observando a la competencia, mediante reciclaje, nuevas tendencias, etc. Conocemos el perfil de quienes se alojan en Casa Dieste y podemos prever si tendrá éxito en base a cada perfil.

### **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 descubrir un nuevo servicio que puede ser ofrecido o una mejora de la actividad actual, previamente investigamos como se está llevando a cabo en otros negocios, previo a la planificación e implementación.

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

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

La organización cuenta con un proceso normalizado que engloba el análisis sistemático de los aspectos socialmente responsables del proceso productivo o de prestación del servicio, y el seguimiento de la eficiencia de las actividades relacionadas, incluida la comercialización.

##### **14.1. Información adicional**

Procuramos que los apartamentos estén en óptimas condiciones a la entrada de las y los clientes. En caso de surgir algún problema durante la estancia tratamos de solventarlo lo antes posible. De no ser posible descontamos el importe de las posibles molestias causadas del importe total.

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

Disponemos de un proceso normalizado del servicio post venta integral que se revisa y mejora periódicamente

### **15.1. Información adicional**

El servicio postventa suele consistir en informar del acceso a la casa, actividades, servicios, excursiones y rutas. Atendemos demandas y necesidades durante la estancia. Nos informan de las rutas que realizarán por si hay un accidente. También realizamos una visita guiada por la casa en la que se les informa sobre el origen y valor de la casa aragonesa y su representación arquitectónica y etnográfica. Informamos de las actividades que se realizan en la comarca y que creemos pueden interesarles.

## **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**

En nuestros "términos y condiciones" se recogen las formas de reservar, derechos, coste de los servicios extra, normas durante la estancia, política de cancelación y método de pago.  
Son revisadas y actualizadas periódicamente.

## **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**

En temporada alta tenemos dos personas contratadas, con quienes mantenemos un trato estrecho y cercano. Cada día solemos repasar el calendario de actividades, adaptando a las necesidades y horarios más adecuados. Tenemos totalmente en cuenta sus peticiones de productos nuevos o modificación de los actuales. Y alentamos sus opiniones, no solo en lo relativo a sus funciones.

### **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.**

No tenemos un plan de igualdad escrito y formal, aunque es uno de los principios que rige nuestra empresa. Y llevamos a cabo actuaciones y medidas relacionadas con la igualdad de oportunidades.

## **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.**

Al ser una empresa familiar y pequeña nos coordinamos para poder conciliar. Organizamos nuestra jornada laboral en función de las necesidades personales y familiares del resto en cada momento. Tenemos flexibilidad tanto en horarios como en días.

## **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.**

Debido al puesto de trabajo creado, no existe apenas formación relacionada, más allá de la prevención de riesgos laborales. Informamos sobre otros cursos que podrían llegar a interesarle aunque no tengan relación con el puesto.

### **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.**

Ofrecemos anualmente

## **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.**

Realizado por una empresa externa. Todo ello consensuado con la persona trabajadora.

## **PROVEEDORES**

### **Compras responsables**

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

Los criterios de compra integran aspectos ambientales y sociales específicos para todos los productos, bienes y servicios que adquiere la organización, y son revisados de forma periódica.

##### **23.1. Información adicional.**

Cerca del 70% de las compras que se realizan son proveedores locales, con los que existe una comunicación fluida.

El resto son empresas vecinas, o tiendas online, con las que no hay relación, pero carecemos de estos productos en nuestra comunidad. Aún así, se valora el tipo de empresa a la que se compra.

### **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.**

Como hemos dicho en el apartado anterior, tratamos de seleccionar empresas cercanas.

## **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.**

Desde Casa Dieste trabajamos por perpetuar y difundir la cultura, idiosincrasia y valores de la zona en la que está establecida, por lo que apostamos por casi todos los proyectos relacionados con este ámbito.

Nuestra casa es un antiguo edificio con gran importancia en la localidad, en el que se ha trabajado duramente para rehabilitarlo convirtiéndolo en apartamentos turísticos generando el menor impacto posible. Es decir, respetando en la medida de lo posible los elementos



arquitectónicos, espacios, materiales y usos que tenía tradicionalmente. Por ello y para ello se han conservado zonas importantes para el uso común de las personas alojadas en la casa, en los que se han recreado espacios tradicionales y se exhiben piezas con alto valor etnográfico.

Realizamos visitas guiadas por la casa en las que enseñamos la forma de vida en diferentes épocas. Les explicamos el origen y la importancia de la casa Aragonesa, las tradiciones y las costumbres.

Formamos parte del Centro de Estudios del Sobrarbe y de la Asociación de Amigos del Serrablo y del Museo Diocesano de Barbastro. Somos miembros del Geoparque del Sobrarbe. Colaboramos con la Muestra de Cine de Ascaso y formamos parte de la Comisión Permanente del Festival de cine documental etnográfico de Espiello. Prestamos nuestras instalaciones a cualquier entidad que las necesite, como la feria pirenaica de Luthiers, el club de lectura, etc.

Tenemos escritos publicados sobre la arquitectura tradicional y la historia de la casa. Y estamos en proceso de crear un juego de pistas sobre este edificio.

### **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.**

De momento son actividades en las que colaboramos, pero realizadas por otros colectivos. En un futuro pensamos llevar a cabo proyectos socioculturales que partan desde Casa Dieste.

### **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 difunden a las personas empleadas y a otros grupos de interés y se les anima a participar en su planificación, definición, ejecución a través de procesos establecidos.

##### **27.1. Información adicional**

Compartimos todas estas actividades en nuestras Redes Sociales.

### **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**

Publicamos con antelación, durante y después de las colaboraciones. Informamos a las

personas que se alojan en Casa Dieste y que pudieran estar interesadas.

## **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.**

Revisamos y evaluamos residuos y tratamos de usar productos menos lesivos. Utilizamos envases más grandes para consumir menos plásticos. Utilizamos bayetas reutilizables, etc. Primamos la utilización de productos naturales, como el vinagre, bicarbonato, limón, etc. Reutilizamos antes de desechar. Damos una segunda oportunidad a muebles y objetos. Por ejemplo, con las sábanas descartadas hacemos bolsas personalizadas para regalo, o bolsas para recoger la ropa de cama y toallas.

### **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.**

Tenemos contrato con una empresa de energía verde y mostramos la certificación en nuestra fachada. En 2022 instalamos placas solares que suponen 72% del consumo total de la casa.

### **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**

La mayoría del mobiliario de Casa Dieste procede de rastros, anticuarios, etc. Hemos dejado de utilizar amenities individuales por dosificadores. Remplazamos los discos desmaquillantes por toallas lavables. Tratamos de comprar productos con envases grandes o a granel para generar los menos residuos posibles.

La mayor parte de la energía que consumimos procede de electricidad generada por placas solares.

### **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 tanto en RRSS, como a través de medios más personalizados: email o Whatsapp

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

**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?**

8

**Puntos fuertes y áreas de Mejora**

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

Casa Dieste es un edificio ecológico en varios aspectos: es un edificio restaurado (no de nueva planta), con materiales de la zona y sostenibles. Y mostramos nuestro esfuerzo e interés porque lo siga siendo.

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

Nuestro objetivo futuro es optar a ser un edificio pasivo. Y mejorar aspectos relacionados con el consumo.

**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 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 15. Vida y ecosistemas terrestres.