



Memoria de sostenibilidad

Impacto Positivo

2022



Introducción

CARTA DEL PRESIDENTE 5

ARTIEM

QUIÉNES SOMOS 8

 Orígenes..... 8

 Dónde estamos..... 9

FILOSOFÍA DE GESTIÓN 12

NUESTRO PROPÓSITO 13

LA CUMBRE 16

 Visión: Nuestro Sueño 17

 Áreas de Oportunidad..... 20

OBJETIVOS ANUALES 21

MODELO DE NEGOCIO 23

FUNDAMENTOS. QUÉ HACEMOS -

POLÍTICAS - ÁREAS 24

 Personas 24

 Clientes..... 32

 Entorno..... 33

FACTORES CLAVES DEL ÉXITO 44

SOMOS B CORP 46

RESULTADOS 48

 Reconocimientos..... 48

 Personas 49

 Clientes..... 49

 Entorno..... 49

 Finanzas..... 49

Modelo de impacto positivo

ALGO SUPERIOR 52

SISTEMA DE IMPACTO 54

OBJETIVOS DE IMPACTO POSITIVO ...55

¿Cómo conseguimos nuestros objetivos de impacto positivo?

OBJETIVO 1: Ser neutro en Huella de Carbono en los alcances 1 y 2 en 2030..... 60

OBJETIVO 2: Disponer de una oferta gastronómica 100 % saludable y siguiendo criterios de sostenibilidad en 2026 64

OBJETIVO 3: Reducir un 70 % el desperdicio de agua en 2030..... 68

OBJETIVO 4: Que el 100 % del residuo generado tenga una nueva función en 2028 73

OBJETIVO 5: Situarnos entre los 10 % de mayor puntuación Global de B Corp en el apartado de TRABAJADORES en la revisión de 2026..... 79

OBJETIVO 6: Que en 2028 el 8 % de nuestra plantilla esté formada por personas de colectivos en riesgo de exclusión social o personas con discapacidad 85



I Introducción

En ARTIEM creemos que la única manera de crecer es hacerlo de la mano de nuestro entorno. Por eso, trabajamos para que todos nuestros grupos de interés avancen con nosotros a través de un desarrollo sostenible.

Desde 1974 hemos valorado el balance de la sostenibilidad en cada una de nuestras acciones con el fin de que la sociedad, la economía y el medioambiente avancen en armonía hacia una misma dirección.

En esta Memoria de Impacto Positivo damos a conocer nuestra actividad y todas las iniciativas que hemos desarrollado o seguido desarrollando para conseguir que nuestro impacto en el entorno socioeconómico-ambiental no sea neutral, sino **positivo**.

Carta del presidente



Hace un año por estas fechas estábamos con la preocupación de cómo evolucionaría el ONMICRON y si éste nos obligaría a vivir la misma experiencia que al inicio de la pandemia. Con esta “amenaza” iniciamos el año 2022 con cautela en la planificación y la inversión. Al poco de empezar a tener visibilidad del impacto del ÓMICRON aconteció a finales de febrero, la invasión de Ucrania añadiendo aún más incertidumbre. Todas las estimaciones de los analistas apuntaban a que iba a ser un año “complicado”. Afortunadamente todos fallaron en sus previsiones y el año fue de menos a más superando todas las expectativas.

Esta situación nos obligó a improvisar, acelerar procesos, ofrecer la misma calidad y atención con menos recursos... es decir hubo que trabajar mucho y muy duro para mantener nuestros estándares de calidad y auto exigencia.

En estas circunstancias hemos podido seguir avanzando sobre las prioridades marcadas para 2022. Y en este camino y gracias a nuestra colaboración con la Fundación “Impulsa Balears” surgió la oportunidad de que ARTIEM fuese proyecto piloto para certificar su modelo de estrategia de circularidad hotelera, logrando con éxito la certificación AENOR en septiembre 2022.

La oportunidad surgida, nos llevó a repensar nuestro modelo de sostenibilidad concluyendo en lo que hemos denominado el **Sistema ARTIEM de Impacto Positivo** que tiene como objetivo, plasmar cómo la consecución de nuestro Propósito está fuertemente relacionada con el cuidado de nuestro entorno, social y medioambiental. **Y como consecuencia hemos también renombrado lo que tradicionalmente hemos llamado Memoria de Sostenibilidad como Memoria de Impacto Positivo.**

Carta del presidente

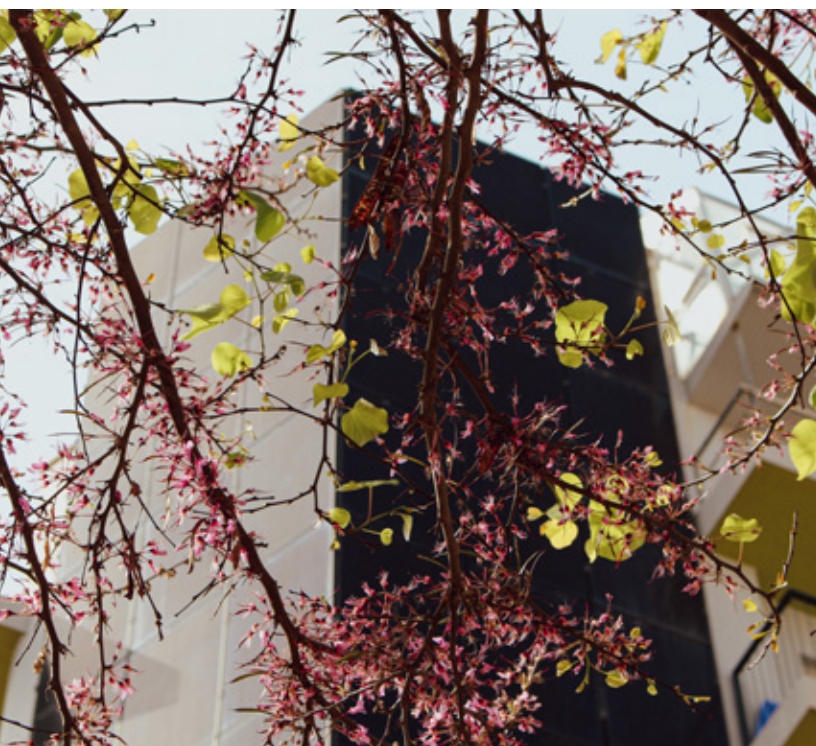
Este Sistema, es un sistema vivo, que atiende a las necesidades reales del contexto de la compañía para poder satisfacerlas de la manera más eficiente posible. Estas necesidades del entorno de ARTIEM Hotels las medimos según el Modelo Económico del Donut (de Kate Raworth), que nos permite identificar, por un lado, los aspectos a nivel social y medioambiental que más presionados y afectados se encuentran; y por otro, aquellos sobre los cuales nuestras operaciones pueden impactar de manera significativa. Esto hace que podamos perseguir el tener un verdadero Impacto Positivo.

En este proceso fuimos capaces de establecer **seis objetivos**, que unifican todo nuestro plan, que se hacen realidad mediante la implementación de nuestro Sistema que refuerza nuestro modelo de negocio.

De esta manera desde ARTIEM queremos demostrar que una nueva forma de empresa es posible, como abanderada el movimiento B Corp al que pertenecemos, que es competitiva a la vez que impacta positivamente en la sociedad y el entorno.

Estos objetivos son:

- 1 SER NEUTRO EN HUELLA DE CARBONO EN LOS ALCANCES 1 Y 2 EN 2030
- 2 DISPONER DE UNA OFERTA GASTRONÓMICA 100 % SALUDABLE Y SIGUIENDO CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD EN 2026. ALIMENTACIÓN CONSCIENTE
- 3 REDUCIR UN 70 % EL DESPERDICIO DE AGUA EN 2030
- 4 QUE EL 100 % DEL RESIDUO GENERADO TENGA UNA NUEVA FUNCIÓN EN 2028
- 5 SITUARNOS ENTRE LOS 10 % DE MAYOR PUNTUACIÓN GLOBAL DE B CORP EN EL APARTADO DE TRABAJADORES EN LA REVISIÓN DE 2026
- 6 QUE EN 2028 EL 8 % DE NUESTRA PLANTILLA ESTÉ FORMADA POR PERSONAS DE COLECTIVOS EN RIESGO DE EXCLUSIÓN SOCIAL O PERSONAS CON DISCAPACIDAD





2



ARTIEM

FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE

Orígenes

El origen de ARTIEM es el de una familia empresaria. Familia en la que durante generaciones se han cultivado y desarrollado valores como la confianza, la pasión, el liderazgo, la innovación, la superación y la inclusividad. Estos valores son nuestros cimientos y los que nos marcan el camino para seguir avanzando. En la actualidad, estamos en el tránsito de la tercera a cuarta generación. Nacemos en abril de 1974 y desde entonces nos ha movido nuestro propósito: inspirar a las personas a ser felices.

Familia empresaria

Familia Empresaria en tránsito de la 3ª a la 4ª generación.



Cuatro generaciones

Nacen y cultivan unos VALORES.



Empresa familiar

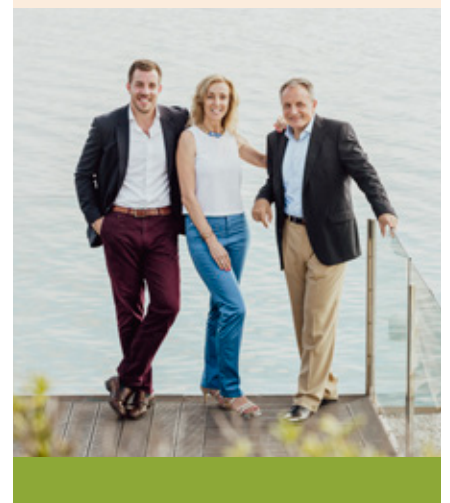
DATOS DE 2022

Ventas totales: 17.058.149

Plantilla Media Anual:

193 personas

En 1974 se fundo la empresa, y en 1993 Gabriela Aliaga y Pepe Díaz se embarcaron en el proyecto de ARTIEM.



Dónde estamos



Sede

ARTIEM nace en la Isla de Menorca, lugar donde se encuentra la sede. El carácter mediterráneo, natural, cercano y amable de la isla es el que construye la identidad de nuestra marca.

Nuestro modelo se basa en tratar que los hoteles dediquen su tiempo a satisfacer a los clientes. Como consecuencia centralizamos todas las funciones de soporte en una oficina central, cuya misión es asistir a los hoteles para que puedan prestar el mejor servicio a nuestros clientes.

En las oficinas de ARTIEM se ubican Dirección General, los departamentos de Personas y Bienestar, Finanzas y Contabilidad, Sistemas, Compras, Comercial y Ventas, Comunicación y Marketing y Calidad y Medioambiente.

SISTEMAS DE GESTIÓN

Conscientes de que cada proyecto tiene sus peculiaridades, ARTIEM siempre ha tenido un driver común: el reposicionamiento y valorización de los hoteles incorporados. Para ello tenemos establecidas tres formas básicas de colaboración, todas ellas buscando la relación y la gestión a largo plazo, que son:

- 1 **Contrato de arrendamiento:** ARTIEM arrenda el establecimiento por un periodo mínimo de 15 años prorrogables.
- 2 **Contrato de gestión:** ARTIEM gestiona la explotación obteniendo una retribución en función de los ingresos y de la rentabilidad obtenidos .
- 3 **Gestión de propiedad.**

SEDE CORPORATIVA

Red Turística Menorquina, S.L.
(nombre comercial ARTIEM)

N.I.F. nº B07041825

Calle Capifort, 6 - bajos, 07714
Mahón, Islas Baleares, España

Teléfono: +34 971 35 69 35

Email: artiem@artiemhotels.com

Web: www.artiemhotels.com

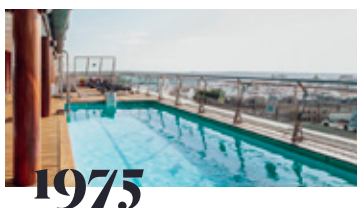
Dónde estamos

Hoteles

 **NÚMERO DE HOTELES**
5

 **NÚMERO DE HABITACIONES**
535

 **VENTAS TOTALES 2022**
17.058.149€



1975

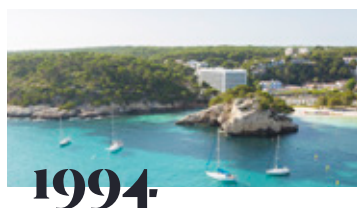
ARTIEM CAPRI

MAHÓN (MENORCA)

75 HABITACIONES

Características

Restaurante y Grab&Go The Green, Le Petit Spa, pequeño Gym y ECD.



1994

ARTIEM AUDAX

****S

CALA GALDANA (MENORCA)

240 HABITACIONES

Características

2 restaurantes (Galdana y Oliva), ECD, Blue Café, The View Pool bar, piscina, Blue Spa, Gym, ARTIEM Sports: actividades deportivas y wellness.



2010

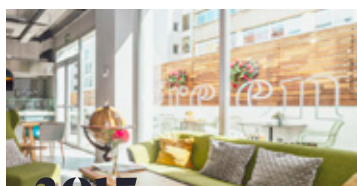
ARTIEM CARLOS

ES CASTELL (MENORCA)

85 HABITACIONES

Características

Restaurante Medi, El Dock Lounge snack bar, Sea Spa, ECD, piscina exterior de agua de mar y pequeño Gym con vistas.



2015

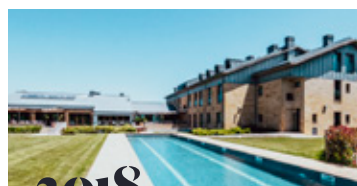
ARTIEM MADRID

MADRID (ZONA ARTURO SORIA)

83 HABITACIONES

Características

Restaurante y Grab&Go The Green, Gym equipado y ECD.



2018

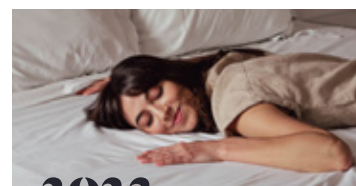
ARTIEM ASTURIAS

QUINTUELES-VILLAVICIOSA (ASTURIAS)

45 HABITACIONES

Características

The Green Restaurante Lounge, ECD, Spa, Gym, Piscina exterior, Prana space y exclusivo ARTIEM Club.



2023

ARTIEM URBAN APARTMENTS

MAHÓN (MENORCA)

7 APARTAMENTOS

Características

Apartamentos completamente equipados.

Donde estamos

Organigrama

En ARTIEM queremos motivar a nuestro equipo a sacar lo mejor de sí.

Por eso, representamos nuestro organigrama en forma de árbol donde asentamos firmemente nuestras raíces para verlo florecer.

Nuestros CEO, representados en la base como la semilla que generó a ARTIEM, proporcionan un enraizamiento sólido transmitiendo nuestros valores.

Los directores de los hoteles y de los distintos departamentos directivos, ofrecen el equilibrio del tronco y guían a los responsables de los equipos a la hora de dirigir sus tallos. Es así como ayudamos a florecer a nuestro equipo y a sacar lo mejor de ellos, desde la base y gracias a la firmeza de nuestro Propósito.

Nuestra Freshpeople® son la cara visible de ARTIEM, nuestra razón de ser, los verdaderos embajadores que transmiten al entorno nuestro propósito de: **“Inspirar a las personas a ser felices”**.



Filosofía de gestión

“No se trata de dividir la tarta, sino de hacerla crecer”

FUENTE: José Guillermo Díaz Montañés. CEO ARTIEM.

En la cultura actual de ARTIEM hay dos REFLEXIONES que la han marcado, como son:

La primera **“Ha muerto el capitalismo, VIVA EL CAPITALISMO”**. En los años 70 Milton Friedman, Premio Nobel de Economía, defendió que *“La responsabilidad social de la empresa es incrementar beneficios”*. Lo que denominamos la visión hacia adentro del capitalismo y pensamos que las consecuencias de esa visión son algunos desastres ecológicos, sociales y económicos que hemos visto en las últimas décadas.

Por el contrario hay otra visión del CAPITALISMO en mayúsculas que abanderó Edward Freeman que defiende que *“El mantenimiento en el tiempo de los buenos resultados económicos depende de la calidad de la relación de la empresa con muchos sectores: sin duda, con los propietarios-accionistas, pero también con los clientes, los proveedores, los empleados, los reguladores y agentes creadores de opinión, así como el entorno social en que su ubica y el conjunto de las sociedades en que opera”* - R.Edward Freeman 1984 del libro Strategic Management: A Stakeholder Approach. Es lo que nosotros denominamos el CAPITALISMO como OPORTUNIDAD. Es un movimiento creciente en el mundo que abanderan empresas grandes y pequeñas y que se agrupan entorno a movimientos entre otros como Conscious Capitalism o B Corp.

La segunda reflexión viene de lo que Simon Sinek conceptualizó como el Golden Circle, que dice *“La gente no compra lo que haces; ellos compran el por qué lo haces.”*

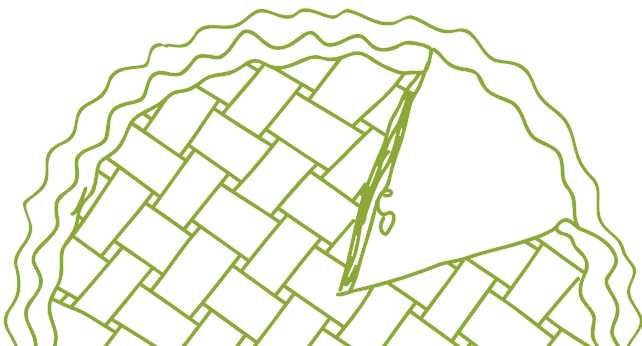
Estas dos reflexiones junto con la cultura que vivimos en nuestra familia empresaria son la base de los **DOS PRINCIPIOS** en lo que se fundamenta nuestra CULTURA hoy, como son:

WIN-WIN

La estrategia de crear valor para todos los stakeholders, no es sólo una responsabilidad como empresa, sino que nos ayuda a crear ventajas competitivas sostenibles.

CÍRCULO VIRTUOSO

Trabajamos para que la Freshpeople® de ARTIEM sea un equipo de personas comprometidas con su entorno y felices en su trabajo. Que proporcionen bienestar y satisfacción a nuestros huéspedes buscando la excelencia en el servicio, de tal forma que éstos nos ayuden a crecer como empresa. La estrategia de crear valor para todos los stakeholders, no es sólo rentable, sino que nos ayuda a crear ventajas competitivas sostenibles.



Nuestro PROPÓSITO

Estos dos PRINCIPIOS son el fundamento sobre lo que pivota **Nuestro PROPÓSITO**. En 2007 fue el año que lo escribimos, tratando de poner negro sobre blanco nuestra MISIÓN, nuestros VALORES y nuestra VISIÓN.

Fue en 2017, diez años después, viendo la profunda transformación que habíamos vivido como sociedad cuando nos hicimos la reflexión de si nosotros deberíamos adaptarnos a ésta. Veíamos que nuestra sociedad tenía cada vez más derechos, libertades, más tecnología que nos facilitaba la vida más y más. Y sin embargo cada vez había más crispación, ansiedad, depresión... En definitiva, la gente no era FELIZ. Esto nos llevó a la conclusión que teníamos que elevar nuestro PROPÓSITO, no tendría que ser sólo *"Proporcionar bienestar a nuestros clientes mediante el cuidado del cuerpo y de la mente"*, sino que tendría que ser **"Inspirar a las personas a ser felices"**.



Inspirar a las personas a ser felices

En este punto teníamos claro que para poder hacer realidad esta MISIÓN, nuestra Freshpeople®, también tenía que ser feliz. Ahí es cuando decidimos concretar nuestros valores para definir qué significa ser Freshpeople®. Somos personas que tenemos la **CONFIANZA** como base de nuestras relaciones, que nos permite sentirnos personas valoradas y respetadas, y desde esa confianza, afrontamos con **PASIÓN** un trabajo que nos llena y, por lo tanto, transmitimos, contagiamos, **ALEGRÍA** en lo que hacemos. Si llegamos a este punto es porque, sin duda, decidimos sobre nuestra vida, **LIDERAMOS** nuestro futuro. Ese liderazgo personal nos lleva a plantearnos nuevos retos, a avanzar, a crecer personal y profesionalmente, a ampliar nuestros límites y salir de la zona de confort, en definitiva, a **SUPERARNOS**. Para ello, nos comprometemos a explorar nuevas maneras de hacer las cosas, a formarnos y a apostar por la **INNOVACIÓN**. Todo esto que, indudablemente, nos hace crecer como personas, por sí sólo no nos daría la felicidad plena, para ello hay que buscar tener un impacto positivo en nuestro entorno, creando prosperidad en éste, teniendo un propósito **INCLUSIVO**.

La otra cuestión que nos planteamos es cómo hacer realidad nuestra MISIÓN en la operación diaria de nuestro negocio con nuestros clientes. Sin duda hacíamos muchas cosas de forma intuitiva que ayudaban a lograr esa felicidad. Encontramos una conceptualización que el profesor Tal Ben-Shahar hizo de lo que ayuda a las personas a ser felices, lo que hemos denominado las seis palancas de la felicidad y que nos ha ayudado a construir nuestra proposición de valor:

- **Construir relaciones profundas**
- **Simplificar nuestras vidas**
- **Llevar un estilo de vida saludable y meditar**
- **Dejar que las emociones fluyan**
- **Mostrar gratitud**
- **Realizar acciones con significado que sean placenteras**



La pregunta que surge luego es: ¿qué hacemos para que estas palancas actúen? Trabajamos en tres ámbitos.

- 1** El desarrollo de nuestra Freshpeople® tratando que ésta tenga un sentido del PROPÓSITO, autonomía para trabajar y tomar decisiones a la vez que pueda desarrollarse personal y profesionalmente.
- 2** Trabajar para que nuestros servicios, instalaciones, espacios, productos y procesos sean elementos que potencien estas seis palancas.
- 3** El desarrollo de las ocho áreas de oportunidad que nos ayudarán hacer realidad la “imagen atractiva de futuro” que entre todos visualizamos en nuestra Cumbre 2019. Es decir, que ARTIEM sea un referente de empresa comprometida con la Economía Circular, que crea Comunidad donde el Cliente es el centro, centrada en lo que Aporta Valor, que Desarrolla las Personas, Comprometida con la Sociedad y que crece de Forma Sostenible.

Y todo ello para lograr nuestra VISIÓN cual es **“ser una empresa líder por su modelo inspirador e innovador centrado en la felicidad de las personas por el compromiso con la prosperidad de nuestro entorno”**

Misión

Inspirar a las personas a ser felices.



Visión

Ser una empresa líder por su modelo Innovador e Inspirador, centrado en la felicidad de las personas, y por el compromiso con la prosperidad sostenible y el impacto positivo en nuestro entorno.



Valores



CONFIANZA

Nos basamos exclusivamente en relaciones de confianza.



PASIÓN

Nos apasiona lo que hacemos y lo transmitimos con alegría.



LIDERAZGO

Todos somos líderes inspirando a los demás a dar lo mejor de sí mismos.



SUPERACIÓN

Nos motiva superarnos cada día como personas.



INNOVACIÓN

Innovamos haciendo cosas diferentes para transformarnos en una empresa mejor.



INCLUSIVIDAD

Creamos prosperidad sostenible para todos a través de nuestra integración en el entorno.

La Cumbre

DEFINIENDO EL FUTURO DE ARTIEM

El año 2018, finalizaba nuestro plan estratégico 2015 -2018, fue entonces cuando antes de plantear el siguiente surgió la reflexión de si la forma tradicional de confeccionarlo era tal que nos permitiera involucrar a toda la organización. Con esta inquietud descubrimos la metodología de la Indagación Apreciativa.

Fue en enero de 2019 cuando realizamos nuestra primera CUMBRE donde participamos 89 personas representativas de todos los niveles de la organización y de todos los centros para decidir entre todos, con igualdad de voz, nuestra proyección en los siguientes años, siguiendo los principios de la **indagación apreciativa**.

La indagación apreciativa es una filosofía y metodología de cambio basado en las fortalezas, creada por David Cooperrider. Es apreciar lo mejor de lo que hay: las fortalezas, los recursos, las oportunidades. Se focaliza en explorar y descubrir los momentos de mayor excelencia mediante la indagación y a visualizar nuevos potenciales y oportunidades desde la combinación del conocimiento colectivo.

CONSTA DE 5 FASES

Definir **lo que SÍ quieres**: el proceso empieza por seleccionar un foco positivo como fuente de investigación y movimiento. El Tema Afirmativo define el foco de la indagación. Todo sistema vivo se mueve con mayor energía, velocidad y sostenibilidad hacia lo que SÍ quiere.

Descubrir **lo mejor de lo que hay**: cuando analizamos los mejores momentos traemos la energía positiva del pasado al momento presente de forma simultánea. De ahí surge la ambición para la siguiente fase.

Diseñar es crear la arquitectura social utilizando como cimientos el "positive core", - lo que "Sí Tenemos"- para hacer realidad el área de oportunidad, lo que "Sí Queremos".

Soñar: las organizaciones son una manifestación de la imaginación humana. Toda organización nace de una visión, de un sueño: una imagen sobre el futuro atractiva para los soñadores. Una vez creada y compartida se pasa a la última etapa de esta fase: el "Mapa de Oportunidades", la identificación y priorización de las oportunidades más importantes donde el conjunto de personas quiere poner su energía y entusiasmo.

Destino: todo el proceso está diseñado para crear acción colectiva hacia una misma historia de éxito. Al ser un futuro deseado y construido de forma incondicionalmente positiva, **el plan de acción pasa de estar compuesto de DEBERES a convertirse en QUERERES, lo que SI queremos hacer.**

Visión: Nuestro Sueño

Completado este proceso de poner en valor la inteligencia colectiva concluimos con una Imagen Atractiva de Futuro (Nuestro Sueño).

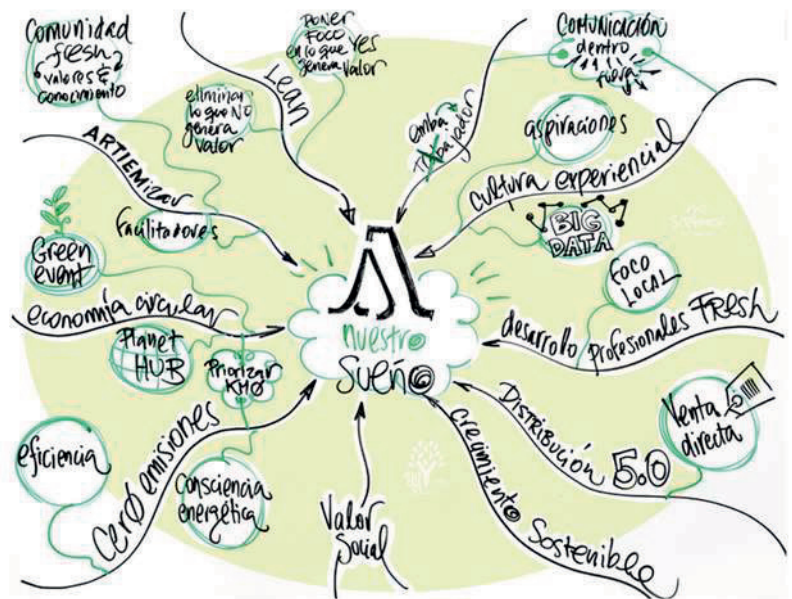
NUESTRO SUEÑO

Una **imagen atractiva** de futuro. Lo que queremos conseguir. Todos los sistemas vivos se mueven con más energía, velocidad y sostenibilidad **hacia donde todos deseamos**.



MAPA DE ÁREAS DE OPORTUNIDAD

Las **oportunidades** más poderosas que hacen que el **sueño** cobre vida. El grupo de **iniciativas** que nos llevan desde el presente hacia nuestro sueño. Y como se trata de "quereres", cada persona elige dónde poner su **energía y talento**, atendiendo al principio de libre elección.



Visión: Nuestro Sueño

Metas estratégicas

“Lo que no se mide no se gestiona” - Peter Drucker. Por ello objetivamos Nuestro Sueño en **cuatro grandes METAS estratégicas para 2028**, fecha en la que queremos haber hecho realidad Nuestro Sueño.

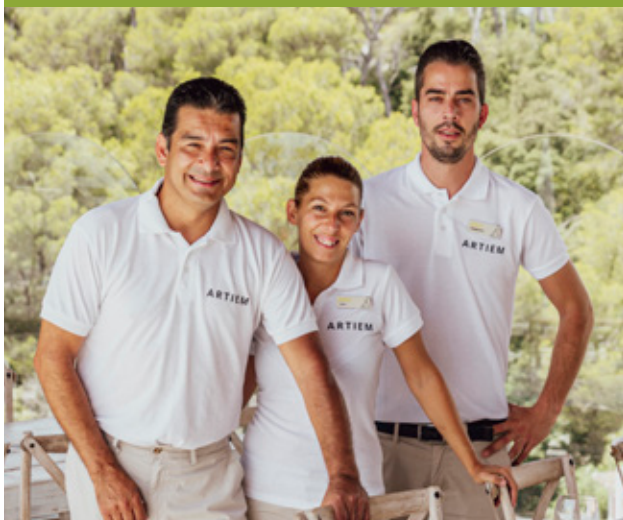
1

QUE LA FRESHPEOPLE® SEA FELIZ VIVIENDO TODOS LOS VALORES ARTIEM

Esta meta lo que pretende es lograr que realmente seamos capaces de crear una organización donde las personas tienen un sentido de Propósito, trabajan con Autonomía y se pueden desarrollar personal y profesionalmente.

Los KPI con los que la medimos son:

- KPI 1: eNps (employee Net Promoter Score) acumulado
- KPI 2: FPVA (Freshpeople® Value Added)
- KPI 3: N° de respuestas afirmativas encuestas periódicas



2

QUEREMOS SER UNA LOVE BRAND. QUEREMOS CLIENTES ENAMORADOS DE ARTIEM

Esta meta lo que pretende es lograr crear una comunidad entorno a ARTIEM, de tal forma que los clientes no sólo sean clientes por la excelencia de nuestro servicio sino porque comparten nuestro Propósito y Valores.

Los KPI con los que la medimos son:

- KPI 1: GRI (Global Review Index) Acumulado
- KPI 2: % GAINS Acumulado
- KPI 3: Ventas Extras/Hab Acumulado
- KPI 4: Experiencias - menciones acumuladas
- KPI 5: Sostenibilidad – menciones acumuladas
- KPI 5: Deporte – menciones acumuladas
- KPI 6: Salud – menciones acumuladas



Visión: Nuestro Sueño

Metas estratégicas



**MEJORES CADA DÍA,
SATISFACIENDO
SIMULTÁNEAMENTE
NUESTRO ENTORNO,
PERSONAS Y RESULTADOS**

Con esta meta lo que queremos lograr es validar nuestra creencia de que se puede ser a la vez competitivo y satisfacer a todos los stakeholders.

Los KPI con los que la medimos son:



- KPI 1: Sostenibilidad – Menciones Acumuladas
- KPI 2: Litros/habitación ocupada
- KPI 3: Tn (Toneladas) CO2
- KPI 4: Gr(gramos)/persona (servicio)/ día orgánico
- KPI 5: Puntos B Corp
- KPI 6: N° Personas en riesgo de exclusión



**SER UN REFERENTE
POR LOS RESULTADOS
SOSTENIBLES BASADOS EN
LA GENERACIÓN DE VALOR**

Con esta meta lo que queremos lograr es un crecimiento en nuestra capacidad de crear valor y que éste esté por encima de la media del mercado.

Los KPI con los que la medimos son:

- KPI 1: ↑ Ingresos / ↑ Gastos
- KPI 2: BAI (Beneficio Antes de Impuestos)
- KPI 3: Eficiencia Servicios Centrales. Ebitdar Central



Áreas de Oportunidad

Para hacer realidad Nuestro Sueño, definimos ocho Áreas de Oportunidad donde tendríamos que trabajar y deberían guiar todo nuestro Plan.

Economía circular

Conscientes que los recursos de los que disponemos son limitados, en ARTIEM contribuimos a la transformación de nuestra industria hacia un modelo de negocio competitivo que interiorice las 7R (Rediseñar, Reducir, Reutilizar, Reparar, Renovar, Recuperar, Reciclar) de la economía circular.

Embajadores

En ARTIEM ponemos foco en el desarrollo y difusión de nuestra cultura como un elemento clave para nuestra competitividad.

Distribución 5.0

Desarrollamos una plataforma de relación bidireccional con nuestros clientes donde se muestren nuestros valores. En ARTIEM estamos trabajando todos los días para que la distribución crezca de forma directa.

Cultura experiencial

Creemos que nuestra industria puede ser una industria de alto valor añadido transitando de la economía de servicios hacia la Economía de la Experiencia. La Cultura Experiencial de ARTIEM nace con la intención de conseguir el efecto WOW en nuestros clientes que nos visitan no sólo por la cama y el servicio, sino también por la experiencia completa que van a vivir en nuestros establecimientos.

Emisiones cero

ARTIEM tiene el objetivo de minimizar las emisiones a la atmósfera de sus operaciones.

Valor social

Nuestra finalidad es incluir en nuestra estrategia y procesos de negocio el impacto social. En cada ubicación donde se encuentra ARTIEM queremos tener un proyecto social con el que podamos colaborar, ayudar a las personas que nos rodean. Además, creamos una Experiencia Social para que nuestros clientes contacten con la filosofía de empresa.

Cultura Lean

Desde ARTIEM queremos que la Freshpeople® desarrolle todo su potencial, centrado en aquello que aporta valor a la vez que logra su realización personal y profesional. Por eso, contribuimos a crear una cultura Lean que consiste en un cambio de filosofía que pretende crear procedimientos y parametrizar el trabajo. La forma de desarrollo de esta filosofía es dar voz y hacer partícipes a todas las personas en la propuesta e implementación de mejoras en los procesos operativos.

Crecimiento sostenible

Queremos fundamentar nuestro crecimiento en la creación y valorización de nuestros intangibles.

Objetivos anuales corporativos

Para poder lograr las metas estratégicas que nos llevan al sueño, establecemos hitos anuales que llamamos Objetivos Anuales Corporativos. La consecución de los Objetivos Anuales permite el cumplimiento de las Metas Estratégicas.

Los Objetivos Anuales Corporativos son aspiracionales y que inviten a la acción. Para medirlos, cada uno de ellos tendrá lo que denominamos Key Results (KR) que nos indican el nivel de consecución de los mismos.

Establecidos los Objetivos Anuales Corporativos, éstos se despliegan hacia abajo a cada área y centro para que éstos establezcan los suyos y que el conjunto nos permita alcanzar los Objetivos Corporativos.

Objetivos 2023

1

QUE TODAS LAS PERSONAS QUE TRABAJAMOS EN ARTIEM PODAMOS DESARROLLAR TODO NUESTRO POTENCIAL

2

LOGRAR QUE TODOS NUESTROS CLIENTES SEAN ARTIEM LOVERS

3

IMPACTO POSITIVO COMO MOTOR

4

IMPLEMENTAR LA CULTURA LEAN PARA REFORZAR NUESTRO POSICIONAMIENTO DE MARCA COMPROMETIDA

Para lograr estos objetivos, este año invertiremos 1,7 M € que nos ayudarán a:

Reducir la huella de carbono: coste energía.

Mejorar la experiencia del cliente: Satisfacción & Rentabilidad.

Mejorar la operatividad / Satisfacción de los equipos.

Mejorar el posicionamiento/ADR.

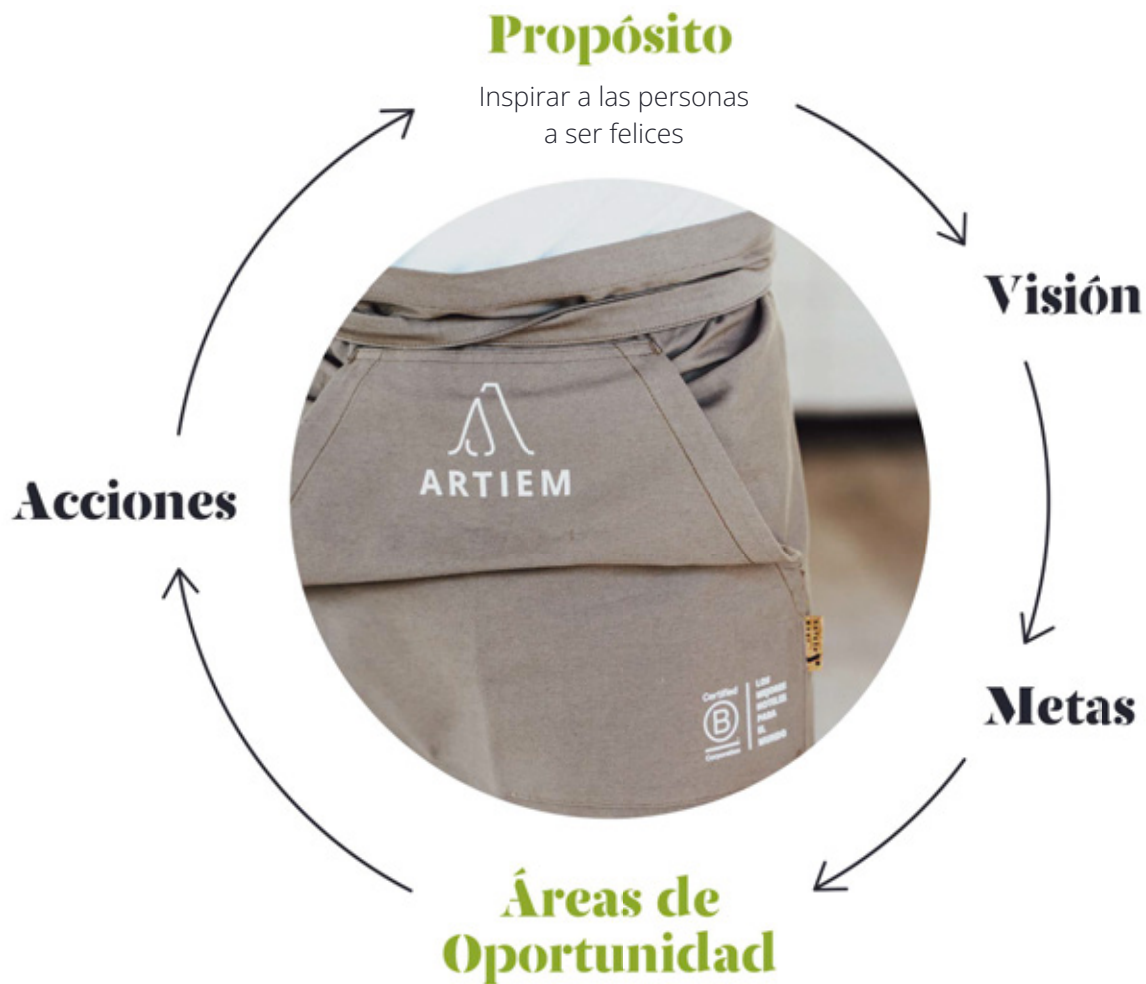
Mantenimiento y actualización de las instalaciones.



2 ARTIEM OBJETIVOS ANUALES CORPORATIVOS

METAS ESTRATÉGICAS	OBJETIVOS 2023	KR	KPI	2023
Que la Freshpeople®, viviendo TODOS los Valores ARTIEM, sea feliz	Que todas las personas que trabajamos en ARTIEM podamos desarrollar todo nuestro potencial	Superar el 55 % de eNPS logrado en 2020	eNPS Acumulado	55
		Mejorar 5 puntos el FPVA (Freshpeople® Value Added) sobre 2022	FPVA	64.304
		Que un 70 % de las respuestas a la pregunta en HF (Happy Force) sea afirmativa	Nº SI	70 %
		Lograr que 10 personas soliciten y hagan formación para crecer profesionalmente	Nº Personas	10
Queremos ser una Love Brand. Queremos clientes enamorados de ARTIEM.	Lograr que todos nuestros clientes sean ARTIEM Lovers	Situar el GRI (Global Review Index) de todos los hoteles por encima del 92,75	GRI Acumulado	6 de 6
		Que el % de GAINS sea superior al 81% (Ref. 2019)	% GAINS Acumulado	81,00 %
		Incrementar la Vta Extras Servicios por habitación un 15 % s/2022	Vtas Xtras/Hab Acumulado	25,70 €
		Lograr pasar de las 2.080 menciones positivas de la EXPERIENCIA a 3.000 menciones	Menciones Acumuladas	3.000
		Lograr que las menciones positivas de SOSTENIBILIDAD pasen de 116(2022) a 970	Menciones Acumuladas	970
		Lograr que las menciones positivas de Deporte pasen de 44 (2022) a 750	Menciones Acumuladas	750
		Lograr que las menciones de Salud pasen de 0 (2022) sean 300	Menciones Acumuladas	300
Mejores cada día, satisfaciendo simultáneamente nuestro entorno, personas y resultados	Impacto positivo como motor	Lograr que las menciones positivas de SOSTENIBILIDAD pasen de 116 (2022) a 970	Menciones Acumuladas	970
		Reducir los m3 de agua consumidos	l/habitación ocupada	364
		Reducir nuestra huella de carbono según plan 8/80 en 2023 al 50 % vs 2018	Tn CO2	1.258
		Reducir un 10 % el desperdicio orgánico vertido	gr/persona (servicio)/día Orgánico	231
		Lograr 40 puntos (32,8 en 2020) en el área de personas de la certificación B Corp	Ptos B Corp	40
		Incorporar 2 personas más a plantilla con riesgo de inclusión	Nº Personas	2
		Certificar B Corp	Puntos	93
Ser un referente por los resultados sostenibles basados en la generación de valor	Implementar la Cultura LEAN	Que nuestros ingresos crezcan tres veces más rápido que nuestros costes operación	↑ Ingresos / ↑ Gastos	3
		Que el EBITDAR (I) de "la central" mejore en un 30 % sobre el 2021	Euros reducción	-766.545
		Lograr que HB cree valor económico en 2023	BAI hotel >0	0
		Consolidar el BAI antes de extraordinarios de 2022	BAI +Gtos Extraordinarios 2022	2.300.000

Modelo de negocio



ECONOMÍA CIRCULAR
EMISIONES CERO

CULTURA LEAN.
CULTURA EXPERIENCIAL

DISTRIBUCIÓN 5.0
VALOR SOCIAL

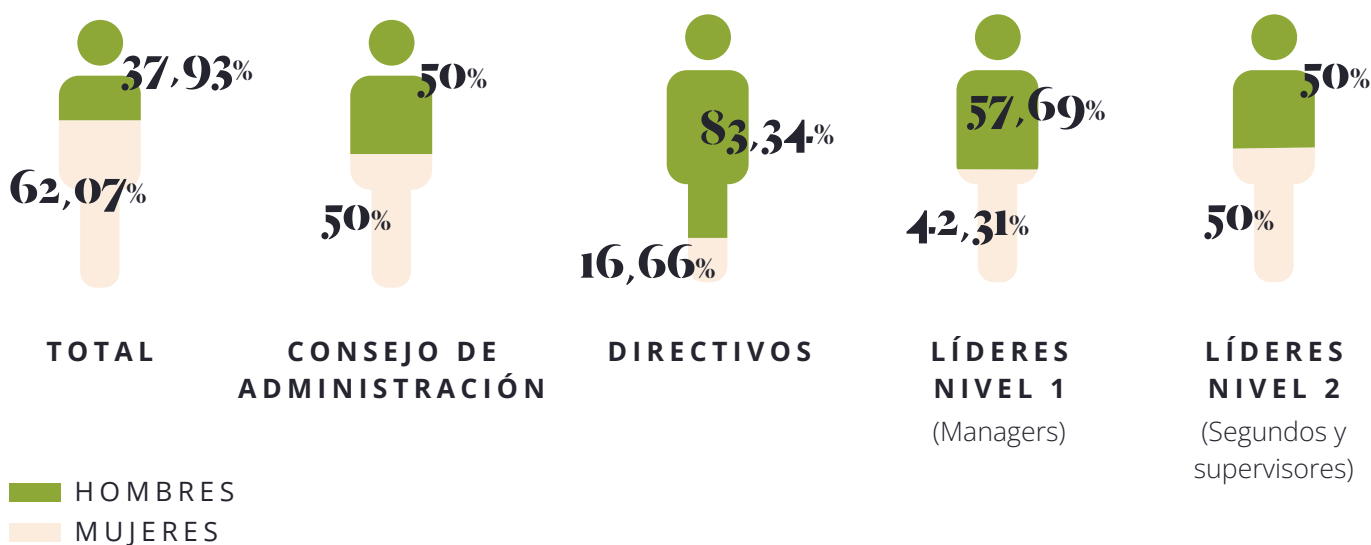
CREAMOS EMBAJADORES
CRECIMIENTO SOSTENIBLE

Personas

Estadísticas hombres/mujeres

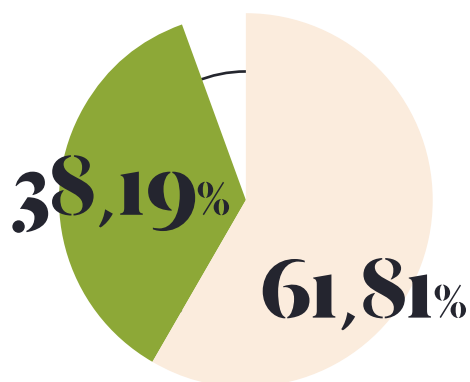
MEDIA ANUAL 2022

178,57 personas



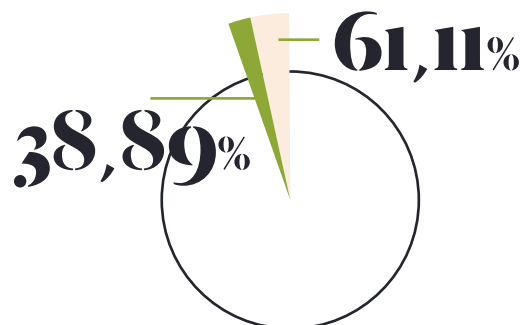
Jornada completa

94,5%



Jornada parcial

5,5%



Personas

Por edad

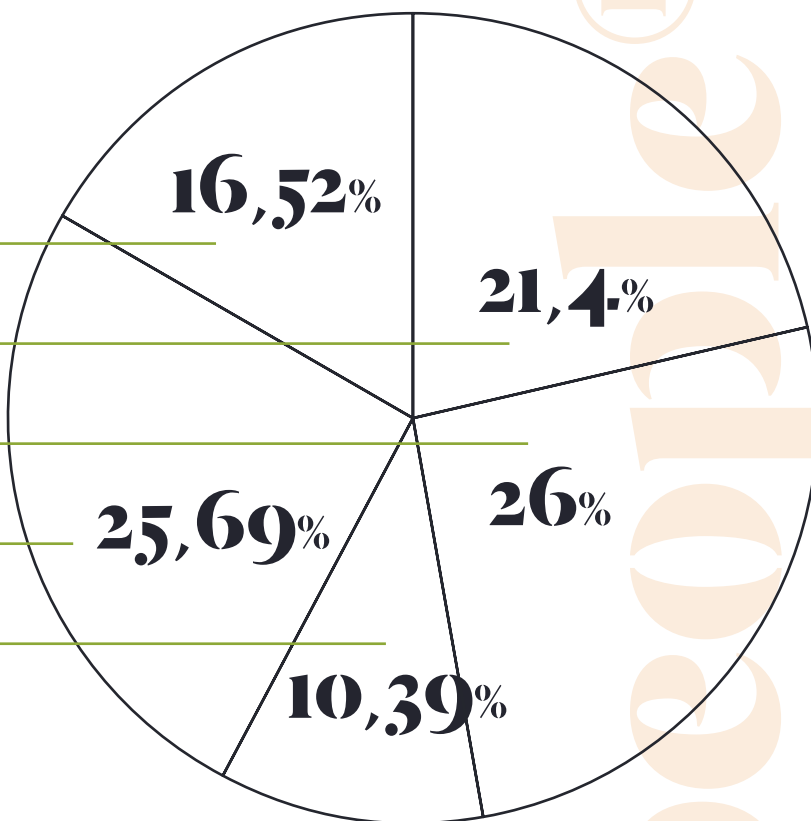
MENORES DE 25 AÑOS

DE 26 A 34 AÑOS

DE 35 A 44 AÑOS

DE 45 A 54 AÑOS

DE MÁS DE 55 AÑOS



Por antigüedad

MENOS DE 2 AÑOS

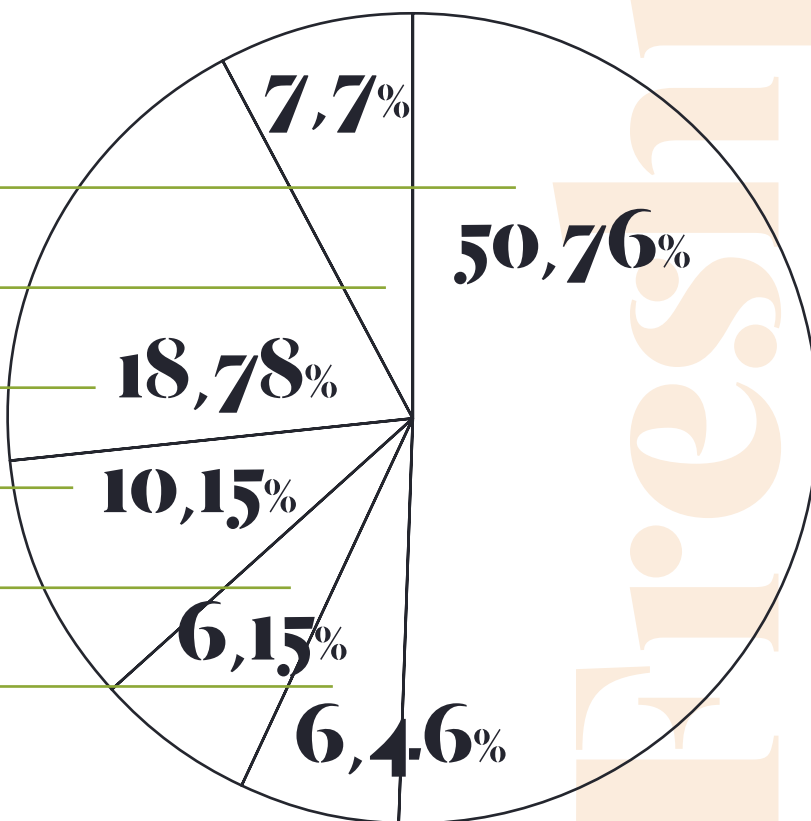
DE 2 A 5 AÑOS

DE 6 A 10 AÑOS

DE 11 A 15 AÑOS

DE 16 A 20 AÑOS

MÁS DE 20 AÑOS



Personas

Como decimos en nuestro **tagline “Freshpeople® make the difference”**, tenemos una serie de políticas y procedimientos que nos ayudan a lograrlo.

SELECCIÓN Y RECLUTAMIENTO

La búsqueda y selección de personas que ocupen puestos en ARTIEM es una tarea de vital importancia no sólo por asegurar que el candidato tienes las habilidades necesarias que requiere el puesto sino más importante que encaje con la cultura y los valores de ARTIEM.

Este proceso consta de los siguientes pasos:

Definición del perfil a buscar.

Búsqueda de candidatos mediante nuestra web, plataformas online y en algunos casos publicidad en medios offline.

Evaluación de las candidaturas recibidas y primera selección.

Entrevistas que realizan entre dos o cuatro personas, dependiendo del puesto, para tener una mejor valoración. En ella intervienen personas del área de Personas y Bienestar así como de las áreas implicadas.

Evaluación y segunda selección.

Envío de un test psicológico para conocer mejor al candidato.

Elección y propuesta de contratación.



FRESHPEOPLE® JOURNEY

Desde el momento que se incorpora una nueva persona a ARTIEM (onboarding), pretende acompañarla hasta que finaliza su relación con nosotros (offboarding).

El **onboarding** juega un papel fundamental para hacer sentir cómodas a las nuevas incorporaciones y para que entren en contacto con nuestros valores.

Primer día: Le damos la bienvenida al hotel y realizamos una visita por las instalaciones presentándole a los compañeros y compañeras.

Ejecución del plan de acogida por parte de Personas y Bienestar y responsables de departamento:

- Se formaliza la relación, firma de contratos
- Se da material
- Se realiza el plan de formación de incorporación al puesto.

15 días después de la incorporación de la persona recién llegada, realizamos una formación para la asimilación de APPS internas, ofrecer la valoración inicial y realizamos la sesión de 'Te escuchamos' con Personas y Bienestar.

Un mes después: Acogida por parte del CEO que comparte la Misión, Visión y Valores además de los objetivos de ARTIEM. Además, se hace entrega cada año a todos los trabajadores fijos y fijos discontinuos y a las nuevas incorporaciones que hayan superado el periodo de prueba del Bono Fresh para disfrutar las experiencias ARTIEM (spa, actividad deportiva ARTIEM y restauración).

Acompañamiento y Comunicación:

- Tenemos un protocolo mensual de comunicación.
- Realizamos diferentes evaluaciones periódicas donde el manager ofrece información a la persona del equipo.
- Focus Group con miembros del departamento de Personas y Bienestar.
- Política de puertas abiertas, no hay despachos físicos.
- Utilizamos un canal de comunicación transversal constante en Happy Force.

En general, en cualquier momento desde su llegada, la nueva incorporación puede contar con la disponibilidad de los compañeros y del equipo directivo para solventar cualquier duda.

El proceso de **offboarding** es esencial para agradecer a las personas su labor en ARTIEM y detectar posibles áreas de mejora.

Procedimiento:

1 día después de la salida: Se realiza la firma digital de documentación final y hacemos breve entrevista personal de salida por parte de Personas y Bienestar, con la intención de poder percibir con qué sentimiento finaliza la persona.

3 días después de la salida: Enviamos una encuesta de salida online con el fin de mejorar en el día a día.

En el caso de los **fijos discontinuos** de la Freshpeople® se mantiene el contacto durante el periodo de inactividad a través de la app Happy Force.

PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

En ARTIEM velamos por la seguridad en el trabajo de la Freshpeople®. Nos esforzamos en la mejora continua y por crear un ambiente más seguro tanto para la Freshpeople® como para los huéspedes. Y por ello, estamos consiguiendo reducir las bajas por accidente año tras año.

ARTIEM tiene una política de Prevención de riesgos laborales que tiene como objetivo la minimización de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, así como de la mejora de la salud de la Freshpeople®.

La práctica de seguridad en el trabajo es responsabilidad de todos los que trabajamos aquí, por lo que debemos preocuparnos por nuestra seguridad y por la de los demás

Contamos con un servicio de prevención externalizado, que nos ayuda a mantener al día todas las áreas de la Prevención: seguridad en el trabajo, higiene industrial, Ergonomía y Psicología laboral y medicina del trabajo.

Además, en ARTIEM realizamos algunas acciones que nos ayudan a analizar y mejorar las condiciones laborales en materia de seguridad y salud.

Por ejemplo, existe un comité de PRL que cada 4 meses se reúne para analizar los accidentes que ha habido en el último cuatrimestre. Todos los accidentes que hay en ARTIEM son analizados mediante una investigación del accidente para detectar medidas correctoras y evitar que se pueda volver a repetir. Esta información la compartimos en el comité de Prevención de Riesgos Laborales, para que se difunda en todos los centros y apliquemos las medidas preventivas todos.

También, desde el departamento de Personas y Bienestar se realizan semestralmente auditorías internas en materia de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) junto con los responsables de departamento de cada hotel. La auditoría se compone de 4 partes:

- **Comprobaciones de seguridad en las instalaciones:** pasillos y superficies de tránsito, espacios de trabajo, escaleras, salidas y señalización, almacenamiento y condiciones de trabajo.
- **Comprobaciones de Seguridad de los equipos de trabajo:** herramientas manuales, equipos de trabajo y sustancias químicas. Equipos de protección individual Emergencias.
- **Equipos de protección individual.**
- **Emergencias.**

Estas auditorías sirven para revisar todos los puntos que afectan a prevención, para incluirlos en la operativa del día a día, y cubrir de forma rápida cualquier riesgo que pueda ocasionarse.

VENTAJAS PARA LA FRESHPEOPLE®

Descuento especial para toda la Freshpeople® y sus familiares directos del 20 % en todos los servicios ARTIEM y en todos los hoteles.

Disponemos de un **acuerdo con los proveedores** con los que trabajamos de forma regular (constructores, fontaneros, grandes almacenes de material de construcción, de productos alimentarios, electrodomésticos, colchones, librerías, peluquerías, etc.) para que nos sea aplicado el mismo descuento que hacen a ARTIEM, en una compra particular para la Freshpeople®.

“Freshpeople Club”: Plataforma de descuentos para compras online, sobre diferentes productos/servicios englobados en diferentes categorías (Viajes, Tecnología, Tiempo Libre, Hogar...) que pretenden hacer la vida más fácil y reducir los gastos del día a día de la Freshpeople®. Además de tener descuentos exclusivos a través de esta herramienta, ofrecen tips financieros, que sirven de guía para el bienestar financiero.

Retribución variable de toda la Freshpeople® en función de la satisfacción del cliente y de objetivos marcados. Las primas obtenidas se abonarán siempre a mes vencido.

Pago de la nómina el 25 de cada mes para poder afrontar los gastos personales.

Solicitud de anticipos: ARTIEM concederá anticipos en casos de necesidad a la Freshpeople® que sea su segunda temporada o a los fijos o fijos discontinuos, y se concederá un importe máximo correspondiente a dos pagas. El importe total se deberá devolver antes de la finalización del contrato. En casos de trabajadores con contratos indefinidos, el plazo máximo será de un año.

Compra de productos al mismo precio que lo compra ARTIEM: cuando ARTIEM necesita comprar una gran cantidad de productos para renovar en sus hoteles, por mail desde el departamento de Personas y Bienestar se avisa a todos los trabajadores, por si alguien está interesado en adquirir dicho producto a un precio menor que el de mercado. Se ha hecho los últimos años con colchones, Smart TVs, etc.

Áreas de descanso: cada año se hace alguna mejora en las áreas del personal: comedores de personal, vestuarios, etc.



Acceso al gimnasio: bajo petición a dirección, se podrán establecer horarios para hacer uso del gimnasio.

Descuentos especiales B Corp.

PRIMAS

La finalidad del sistema de Dirección por Objetivos (DPO) vinculado al sistema de retribución variable es la de canalizar los esfuerzos de toda la organización en una misma dirección.

Establecemos el hábito de evaluar y de ser evaluados, recibiendo un feedback de nuestro inmediato superior que nos ayudará a mejorar nuestro desempeño y dar un reconocimiento a través de una retribución variable. En definitiva, compartimos los éxitos y los buenos resultados de ARTIEM entre todos.

Toda la Freshpeople® está incluida en este sistema de primas y objetivos, que se remuneran según nivel:

— **Personal base de forma mensual.**

— **Jefes de departamento y directivos a final de año.**

Para ello, alineamos los objetivos con el fin de que sean comunes para todos los integrantes de ARTIEM.

Los objetivos siguen los valores de ARTIEM y los desarrollamos desde las correspondientes áreas y departamentos para lograr un objetivo común. Las evaluaciones son a mitad y a final de año y las realizan el propietario de los objetivos y su jefe directo. Las bonificaciones pueden llegar hasta un 20 % del salario bruto anual.

SALUD Y BIENESTAR

“Mens sana in corpore sano”

Es por ello que implementamos y apoyamos el cuidado de la forma física de la Freshpeople®

— **Organizamos clases de estiramiento para promover una postura adecuada para los trabajos físicos.**

— **Fomentamos la afición al deporte y apoyamos a asociaciones deportivas y triatletas: ARTIEM EPIC Camí de Cavalls 360°, Elitechip, Dani Molina Triatleta.**

FORMACIÓN

Creemos en la mejora continua y para ello hemos diseñado un sistema de formación que se desarrolla desde el primer momento que la persona se incorpora a ARTIEM. A la formación dedicamos una media de 16,40 horas por persona y año, tanto en cursos presenciales como en cursos online.

Nuestra formación tiene dos vertientes:

- 1 Formación en habilidades y técnicas.**
- 2 Formación en habilidades sociales y liderazgo.**

Colaboramos con diferentes escuelas nacionales e internacionales acogiendo estudiantes en prácticas. Nos implicamos con las instituciones formativas como por ejemplo como miembro del patronato de la Cátedra de Turismo de San Telmo Business School, o impartiendo sesiones de formación en el IE, Forst o San Telmo.



ANÁLISIS DEL CLIMA LABORAL

Para medir la satisfacción de nuestros equipos utilizamos Happyforce, app que permite monitorizar en tiempo real el estado de las personas, así como compartir, opinar, proponer ideas, agradecer...

El uso de esta APP es totalmente voluntario y cualquier comentario o comunicación que se haga es anónimo, aunque está la opción de que la persona que quiera pueda identificarse.

DESESTACIONALIZACIÓN

La estacionalidad es uno de los grandes problemas de nuestra industria que tienen gran impacto no sólo en la atracción y fidelización de talento sino también en que dificulta que las familias puedan tener un sustento suficiente para tener una vida digna. Es por este motivo que en ARTIEM desde finales de los 90 apostamos por incrementar los meses de ocupación de la Freshpeople®. El año 2022 logramos que los hoteles ARTIEM Carlos y ARTIEM Audax estuviesen abiertos 8 meses. **Esto supone en Menorca ser los primeros hoteles en abrir y los últimos en cerrar.**

COMPROMISO CON EL ENTORNO SOCIAL

Desde nuestros orígenes colaboramos con distintas entidades para acercar las personas con discapacidad al mundo laboral, que en 2022 representaron el 1,24 % de nuestra plantilla. Colaboramos con entidades como AECC, Cáritas, Raitana, Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca, Down Madrid, Amaqtedu.



MEMBRESÍAS Y PATRONATOS

Conscientes de la importancia de colaborar con las entidades que trabajan por el bien de la sociedad o de nuestra industria colaboramos y apoyamos de forma activa en:

- **Presidencia de honor y vocal junta directiva del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**
- **Patrono de la Catedra de Turismo de San Telmo Business School.**
- **Patrono Fundación Impulsa Balears.**
- **Presidente Plataforma Tecnológica del Turismo -Thinktur.**
- **Miembro del Consejo Español de Turismo (CONESTUR)**
- **Socios Fundación Empresa y Clima.**

La participación se materializa en forma de:

- **Participación en las reuniones de las entidades aportando experiencias y conocimiento.**
- **Contribución de forma económica al sustento de su actividad.**
- **Contribución en proyectos piloto para que éstos puedan servir para la difusión de buenas prácticas.**

Cientes

El Propósito de ARTIEM es *"Inspirar a las personas a ser felices"* para lograrlo:

Trabajamos para que la Freshpeople® sea feliz.

Aseguramos que los procesos operativos se realicen de forma excelente.

A través de los procesos operativos activamos las palancas que el profesor Tal Ben Shahaar identifica de las personas que son felices:

Construir relaciones profundas

Simplificar nuestras vidas, meditar

Llevar un estilo de vida saludable

Dejar que las emociones fluyan

Mostrar gratitud

Realizar acciones con significado y porque no placer



Invertir de forma continua en la actualización de nuestras instalaciones.

Medir de manera continuada de la satisfacción de nuestros clientes mediante:

- Encuestas presenciales realizadas por Geshotel.
- Análisis de los comentarios de los clientes en RRSS que gestionamos con la herramienta ReviewPro.

Entorno

Social

Creemos firmemente que somos lo que somos gracias a donde estamos, y es por ello que queremos devolver a la sociedad lo mucho que recibimos de ella. Este convencimiento nos lleva a plantear:



Tratamos de crear prosperidad sostenible para todos a través de nuestra integración con el entorno social y económico.

Colaboramos con entidades sin ánimo de lucro en proyectos contribuyendo económicamente y con tiempo de dedicación de la Freshpeople®.

Participamos de forma destacada en asociaciones de ámbito nacional y local, y Fundaciones como Impulsa Balears.

Participamos como ponentes en numerosos foros, congresos y escuelas de negocio.

Colaboramos con proveedores locales proponiendo proyectos conjuntos como por ejemplo Sa Cooperativa del Camp o Panadería Pedro.

Contribuimos a la economía local tratando que en todo lo posible los aprovisionamientos y servicios sean realizados por las empresas donde nos ubicamos.

Fomento del deporte, como medio para llevar un estilo de vida saludable patrocinando eventos como ARTIEM EPIC Camí de Cavalls 360°, ARTIEM Half Menorca, paratriatletas como Dani Molina o Nil Riudavets.

Social

Habitación solidaria

Nuestra Habitación Solidaria surgió como una respuesta que desde ARTIEM queríamos dar a la situación del drama social y personal que estaba generando la pandemia COVID 19. Nuestro compromiso hoy es que cada día del año en cada hotel ARTIEM haya una habitación que se pueda reservar con fines sociales, la Habitación Solidaria.



Una vez pasados los meses más duros de la COVID-19, pensamos que era una forma de ayudar como empresa a la sociedad convirtiendo lo que había nacido como algo puntual en un compromiso permanente.

El cien por cien del importe pagado por la estancia en la Habitación Solidaria en un hotel ARTIEM lo transfiere a Caritas España para destinar a ayudas sociales, desigualdad, alimentos e integración. Desde que empezamos el proyecto en 2020 hasta finales de 2022, hemos recaudado 140.339,41 €.

Con el objetivo de garantizar la continuidad en el tiempo de esta acción y que no sea una mera acción filantrópica que en épocas de crisis de elimina, hemos identificado una serie de retornos intangibles que la hacen rentable:

- **Potenciar el orgullo de pertenencia entre la Freshpeople®.**
- **Mejorar nuestra notoriedad de Marca.**
- **Conectar con una demanda social creciente que impulsa el compromiso de las empresas con la prosperidad de la comunidad que nos reafirma en nuestro Propósito.**

Social

Colaboración con fundaciones y asociaciones culturales

Las asociaciones que trabajan de forma desinteresada por el bien social o la recuperación del patrimonio cultural consideramos que son de vital importancia para la prosperidad de donde nos ubicamos y a lo que nos comprometemos en nuestro Propósito.

Por esto nuestras contribuciones pasan por:

— Apoyo logístico para los eventos o participación económica como con Fundación Illa del Rey, Amics de l'Opera.

— Apoyamos a centros comerciales locales.

— Compartimos con los colectivos vulnerables el género que queda al cerrar los hoteles.

— Elaboramos programas de inserción laboral con fundaciones de personas con capacidades especiales.

— Donamos en forma de inscripciones a carreras solidarias o venta de material promocional. Ayudamos asociaciones contra el cáncer o enfermedades raras.



Social

Participación en congresos, foros, entrevistas

PEPE DÍAZ

CEO ARTIEM

Ponencia de estudio sobre la insularidad y la situación periférica de las Ciudades de Ceuta y Melilla. Comisión de Despoblación y Reto Demográfico del Senado.

Participación en la mesa redonda del Webinar Sabadell sobre Sostenibilidad turística y eficiencia energética.

Jornada online para impulsar una sociedad de vanguardia en cultura, turismo y salud.

Jornada "Innovación tecnológica en el packaging destinado al sector turístico"

Participación en el congreso Hostelco "High Tech & Human Touch"

II Congreso Nacional de Turismo y Periodismo de Benidorm.

Presentación Certificación Piloto Estrategia Circularidad en la Fundación Impulsa Baleares.

Ateneo de Mahón: presentación de la guía de buenas prácticas medioambientales en colaboración con el Fons Menorquí de Cooperació.



Clase IE - Modelo ARTIEM en Programa Avanzado Real Estate & Hospitality.

Clase en Cátedra de Turismo San Telmo - Caso ARTIEM.

Seminario de la Catedra Peñarroya Turismo Costa del Sol - San Telmo.

Global Leadership Program - GLP (San Telmo)

Clase en Master Forst - Caso ARTIEM.

Clase IE - "Los 7 pecados capitales al medir la reputación"

Jornada de trabajo Ilunion: gestión excelente de las personas.



Social

Participación en congresos, foros, entrevistas

WILLY DÍAZ

DIRECTOR COMERCIAL
Y DE OPERACIONES

— **XXV Congreso de Turismo Universidad-Empresa Universitat Jaume I: casos de empresas de éxito en el sector turístico.**



GUIEM SINTES

DIRECTOR DE CALIDAD
Y MEDIOAMBIENTE

— **Participación en el Forum de la Economía de las Islas Baleares.**

— **Entrevista en Corresponsables.**

— **Entrevista en Schôolers por "ético".**

— **Presentación Certificación Piloto Estrategia Circularidad en la Fundación Impulsa Baleares.**

VICTOR MAYANS

DIRECTOR DE COMUNICACIÓN
Y MARKETING

— **Clase Master Dirección Hotelera en la escuela de negocio turístico FORST.**

— **Masterclass en Campus Hotelero.**

— **Tecnohotel Forum - Barcelona.**

— **Congreso de Hoteleros españoles**

— **Desayuno de negocios para el sector turístico.**



Medioambiental

Hemos nacido en una isla Reserva de la Biosfera y esto ha hecho que en nuestro ADN esté el cuidado y protección del medio ambiente.

En año 1998 logramos certificarnos con la ISO14001 y la EMAS. Y desde entonces hemos desarrollado un trabajo continuo en reducir nuestro impacto ambiental:

Formación y sensibilización de la Freshpeople®.

Inversión continua en equipos e instalaciones más eficientes y que minimicen el impacto.

Innovación e implementación de procesos más eficientes.

Sistemas de medición y monitorización continuos de nuestros impactos.

Sistema de objetivos anuales de compañía que se trasladan a los equipos de los distintos centros de los que dependen sus incentivos económicos.

Creación de alianzas con proveedores y fabricantes para el desarrollo de proyectos piloto que permitan difundir buenas prácticas.

Colaboración con las distintas administraciones públicas para el desarrollo de programas ambientales.

Hemos firmado el **Código Ético Mundial para el Turismo** con el fin de demostrar nuestro compromiso con el turismo responsable y sostenible.

Hacemos participe a nuestro huésped de las actividades de preservación y mejora de nuestro medio natural.

Consumimos y difundimos los productos autóctonos y la gastronomía local.

Trabajamos para lograr la integración de nuestros proveedores locales en nuestra cadena de valor.

Compromiso con asociaciones locales que apoyan el medioambiente: **0 Plastic Menorca, Plastic Free Menorca.**



Compartimos y difundimos nuestras actividades y proyectos en escuelas, foros, congresos y medios de comunicación.

El 2019 iniciamos nuestro tránsito a la Economía Circular, logrando la certificación de nuestra estrategia por **AENOR** en 2022. Certificación que obtuvimos como consecuencia de ser piloto en el diseño de esta certificación en el sector hotelero español.

En 2022, en el proceso de certificación, nos llevó a definir los que hemos denominado Sistema ARTIEM de Impacto Positivo.

Medioambiental

Datos / Suministros por hotel / 2022

Suministros en unidades ARTIEM Audax

Consumo m3 agua	20.407
Consumo kWh	1.360.142
Consumo litros gasoil	771
Consumo litros propano	9.650
Generación fotovoltaica kWh	107.188

Suministros en unidades ARTIEM Capri

Consumo m3 agua	6.694
Consumo kWh	408.801
Consumo litros propano	34.790
Generación fotovoltaica kWh	17.570

Suministros en unidades ARTIEM Carlos

Consumo m3 agua	5.343
Consumo kWh	256.469
Consumo litros gasoil	9.892
Consumo litros propano	1.890
Generación fotovoltaica kWh	45.026

Suministros en unidades ARTIEM Madrid

Consumo m3 agua	3.616
Consumo kWh	263.892
Consumo litros gas natural	31.088
Generación fotovoltaica kWh	

Suministros en unidades ARTIEM Asturias

Consumo m3 agua	4.351
Consumo kWh	382.763
Consumo litros gas natural	31.903
Generación fotovoltaica kWh	

TOTAL ARTIEM HOTELS

Consumo m3 agua	40.411
Consumo kWh	2.672.067
Consumo litros gasoil	10.663
Consumo litros propano	109.321
Generación fotovoltaica kWh	169.784
Estancias	184.285
Habitaciones	105.121

RATIOS

Consumo litros agua / habitación	384,421
Consumo kWh / habitación	25,42
Consumo litros gasoil / habitación	0,10
Consumo litros propano / habitación	1,04
Generación fotovoltaica kWh /habitacion	1,62

Medioambiental

Datos / Suministros por estancia / 2022

Suministros en unidades ARTIEM Audax

Consumo litros agua / estancia	228,754
Consumo kWh /estancia	15,537
Consumo litros gasoil / estancia	0,000
Consumo litros gas /estancia	0,107

Suministros en unidades ARTIEM Capri

Consumo litros agua / estancia	191,800
Consumo kWh /estancia	12,217
Consumo litros gas /estancia	0,997

Suministros en unidades ARTIEM Carlos

Consumo litros agua / estancia	177,305
Consumo kWh /estancia	9,273
Consumo litros gasoil / estancia	0,310
Consumo litros gas /estancia	0,064

Suministros en unidades ARTIEM Madrid

Consumo litros agua / estancia	142,205
Consumo kWh /estancia	10,378
Consumo litros gas /estancia	1,223

Suministros en unidades ARTIEM Asturias

Consumo litros agua / estancia	422,813
Consumo kWh /estancia	37,194
Consumo litros gas /estancia	3,100

SUMINISTROS EN UNIDADES ARTIEM

Consumo litros agua / estancia	219,284
Consumo kWh /estancia	14,500
Consumo litros gasoil / estancia	0,058
Consumo litros gas /estancia	0,593
Generación fotovoltaica kWh	169.784
Estancias	184.285
Habitaciones	105.121

Medioambiental

Residuos

En los hoteles de Menorca papel, envases, vidrio, y residuos sólidos urbanos son recogidos por una empresa municipal. La gestión ha cambiado durante el año 2022 y no disponemos de los datos de cada una de las tipologías de residuo para ARTIEM Capri y Carlos: solo podemos certificar que se ha efectuado la recogida selectiva.

Lo mismo pasa en nuestros hoteles de Asturias y Madrid y no podemos disponer del dato real. Para 2023 se utilizará una compactadora en los tres hoteles de Menorca, gracias a una subvención.

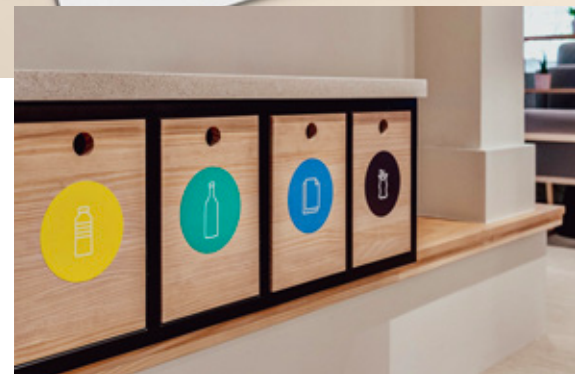
En ARTIEM Audax, a pesar del cambio de gestión se ha podido registrar el peso de envases, vidrio y papel/cartón:

RECOGIDA SELECTIVA ARTIEM AUDAX			
	PAPEL (Kg)	ENVASES (Kg)	VIDRIO (Kg)
TOTAL	5.884	5.962	10.890

Materia orgánica

Durante el 2022 se ha implantado en todos los hoteles la segregación de la materia orgánica, a pesar de que solo en ARTIEM Capri se recogía y se convertía en compost gracias al acuerdo con el Ayuntamiento de Mahón y el Consorcio de Residuos (desde 2019). Hemos estado pendientes de las administraciones públicas, que según lo que anunciaron a principio de 2022 empezarían la recogida puerta a puerta, pero no fue así.

A continuación presentamos los datos de cada hotel:



	Kg TOTALES	Kg ESTANCIA
ARTIEM AUDAX	23.274	0,28
ARTIEM CAPRI	4.282	0,12
ARTIEM CARLOS	14.174	0,48
ARTIEM MADRID	3.585	0,14
ARTIEM ASTURIAS	1.790	0,27

Medioambiental

Materiales peligrosos

En cada hotel ARTIEM los residuos peligrosos son recogidos por empresas certificadas que garantizan su procesamiento de forma correcta.

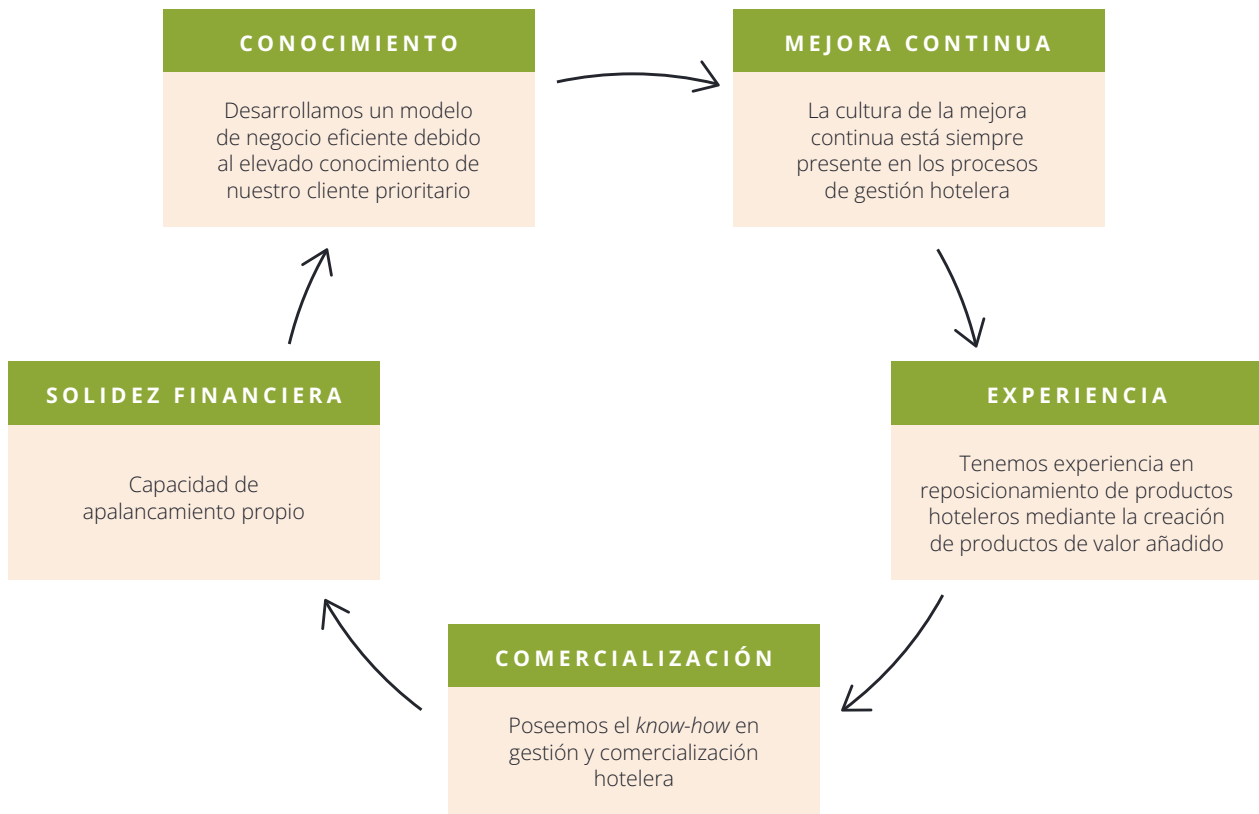
DATOS CENTRO ORIGEN	DATOS RESIDUO Y TRATAMIENTO			INFORMACIÓN DEL DÍA	CANTIDADES		
NOMBRE ORIGEN	DESCRIPCIÓN LER	PELIGROSIDAD 1	PELIGROSIDAD 2	FECHA TRASLADO	NÚMERO DE CONTENEDORES	PESO (Tn)	PESO (Kg)
ARTIEM MADRID	Residuos de tóner de impresión que contienen sustancias peligrosas	HP5		23/11/2022	1		12,3
ARTIEM AUDAX	Residuos de tóner de impresión que contienen sustancias peligrosas	HP5		20/10/2022	2	0,023	23,00
ARTIEM AUDAX	Lámparas de descarga no LED y fluorescentes (profesional)	HP6	HP14	20/10/2022	2	0,020	20,00
ARTIEM AUDAX	Lámparas de descarga no LED y fluorescentes (profesional)	HP6	HP14	20/10/2022	1	0,023	23,00
ARTIEM AUDAX	Pilas alcalinas (excepto las del código 16 06 03)	HP6	HP14	20/10/2022	1	0,050	50,00
ARTIEM AUDAX	Residuos de pintura y barniz que contienen disolventes orgánicos u otras sustancias peligrosas	HP6		20/10/2022	1	0,006	6,00
ARTIEM AUDAX	Gases en recipientes a presión (incluidos los halones) que contienen sustancias peligrosas	HP3		20/10/2022	1	0,005	50,00
ARTIEM AUDAX	Pilas alcalinas (excepto las del código 16 06 03)	HP6	HP14	20/10/2022	1	0,030	30,00
ARTIEM CAPRI	Metales mezclados	0		24/11/2022	1	0,012	12,00
ARTIEM CAPRI	Envases que contienen restos de sustancias peligrosas o están contaminados por ellas	HP5		24/11/2022	1	0,028	28,00

Medioambiental

Materiales peligrosos

DATOS CENTRO ORIGEN	DATOS RESIDUO Y TRATAMIENTO			INFORMACIÓN DEL DÍA	CANTIDADES		
NOMBRE ORIGEN	DESCRIPCIÓN LER	PELIGROSIDAD 1	PELIGROSIDAD 2	FECHA TRASLADO	NÚMERO DE CONTENEDORES	PESO (Tn)	PESO (Kg)
ARTIEM CAPRI	Pilas alcalinas (excepto las del código 16 06 03)	HP6	HP14	24/11/2022	1	0,014	14,00
ARTIEM CAPRI	Lámparas de descarga no LED y fluorescentes (profesional)	HP6	HP14	24/11/2022	1	0,021	21,00
ARTIEM CAPRI	Pequeños aparatos con componentes peligrosos y pilas incorporadas (profesional)	HP5	HP14	24/11/2022	1	0,053	53,00
ARTIEM CARLOS	Metales mezclados	0		24/11/2022	1	0,010	10,00
ARTIEM CARLOS	Lámparas de descarga no LED y fluorescentes (profesional)	HP6	HP14	24/11/2022	1	0,059	59,00
ARTIEM CARLOS	Gases en recipientes a presión (incluidos los halones) que contienen sustancias peligrosas	HP3		24/11/2022	1	0,002	2,00
ARTIEM CARLOS	Residuos voluminosos	0	0	24/11/2022	1	0,165	165,00
ARTIEM CARLOS	Pilas alcalinas (excepto las del código 16 06 03)	HP6	HP14	24/11/2022	1	0,002	20,00
ARTIEM CARLOS	Pequeños aparatos con componentes peligrosos y pilas incorporadas (profesional)	HP5	HP14	24/11/2022	1	0,034	34,00
ARTIEM CARLOS	Envases que contienen restos de sustancias peligrosas o están contaminados por ellas	HP5		24/11/2022	1	0,048	48,00
ARTIEM CARLOS	Residuos de tóner de impresión que contienen sustancias peligrosas	HP5		24/11/2022	1	0,018	18,00

Factores claves del éxito



Nuestra estrategia de desarrollo se basa en encontrar hoteles con bajo rendimiento donde exista un potencial de revalorización latente. Asumir su gestión mediante compra o arrendamiento a L/P, invertir en ellos e implementar nuestro modelo de negocio.

La realización de esta estrategia es posible porque combina los factores claves de éxito de nuestro modelo: satisfacción de nuestros colaboradores y de nuestros clientes, creación de valor sostenible junto con nuestras demostradas capacidades en:

- **Elevado grado de conocimiento de nuestro cliente, que nos ha permitido desarrollar un modelo de negocio hotelero muy eficiente.**
- **Mejora de forma continua de los procesos de gestión hotelera.**
- **Nuestra experiencia en reposicionamiento en el mercado de productos hoteleros.**
- **Know-how en gestión y comercialización hotelera**
- **Capacidad de apalancamiento financiero.**

Factores claves del éxito

El crecimiento de ARTIEM se basa en los siguientes principios:

Tiene que permitir desarrollar nuestra misión y valores como compañía.



- La deuda no puede exceder 2,5 veces el Ebitdar generado por la compañía.
- Que nos proporcione una Tasa Interna de Rendimiento mínima de nuestro coste de capital.
- Permita el desarrollo y crecimiento profesional de la Freshpeople®

Tiene que suponer una oportunidad para fortalecer o desarrollar nuestras capacidades operativas:

- Personas.
- Excelencia en la gestión.
- Eficiencia e Innovación.

Tiene que permitirnos crear valor como compañía capitalizando y rentabilizando los activos tangibles e intangibles existentes.



Somos B Corp

La Certificación B Corp mide el desempeño de la gestión en el conjunto de la empresa y cubre cinco áreas de impacto clave: **Gobernanza, Trabajadores, Comunidad, Medio Ambiente y Clientes.**

El proceso de certificación es riguroso: para completar la certificación, la compañía debe incorporar legalmente su compromiso con el propósito social en los estatutos de su compañía.

El 12 agosto de 2020 conseguimos la certificación, a partir de la obtención de este certificado, trabajamos para mejorar día a día en cada una de las cinco áreas de impacto mencionadas.



Las empresas B Corp somos una comunidad de empresas y personas a nivel mundial que piensan, como nosotros, que las empresas tienen que crecer enriqueciendo el entorno en el que se encuentran, que los beneficios no son el objetivo sino la consecuencia de hacer las cosas bien y que toda acción que llevemos a cabo ha de generar un impacto positivo en aquello y aquellos que nos rodean.

Trabajamos por y para las personas, y nuestros hoteles son el medio que disponemos para inspirar a las personas a ser felices, concienciarlas y trabajar junto con nuestros clientes por un mundo mejor. Queremos convertirnos en una empresa que la sociedad quiera que exista.



Alianzas B Corp

Las empresas B Corp comparten nuestros valores. Nos hace especial ilusión formar parte de este grupo de empresas que aspiran a ser las mejores empresas para el mundo. Desde ARTIEM impulsamos las colaboraciones con aquellas organizaciones y personas que buscan causar un impacto positivo. Por eso, impulsamos la colaboración con las empresas que, como nosotros, son parte de B Corp.



Creamos una tipología de packaging con impacto positivo hecho a partir de tela vaquera reciclada y papel con semillas.



Llegamos a un acuerdo para la colaboración con nuestro proyecto Habitación Solidaria a través de su fundación. Pusimos 550 habitaciones a disposición de su plataforma de Crowdfunding y Matchfunding.



Se convirtió en nuestro proveedor de yogures.



Se llevó a cabo un acuerdo especial como alojamiento.



Se llevó a cabo un acuerdo especial como alojamiento.



Llegamos a un acuerdo en el que los usuarios de WearePhoenix que compraron sus productos entraron en el sorteo de dos noches en la Habitación Solidaria.



NoPlastic Water como proveedor de agua de despedida para los clientes que comienzan su viaje de vuelta.



ROSAPARKS pasa a ser la agencia "corporativa" para ayudar a ARTIEM a rentabilizar su propósito, ser coherente con el mismo y mejorar como B Corp.



ARTIEM como alojamiento y acuerdo firmado.



Merchandising y detalles para clientes.

Reconocimientos

2019	2020	2021	2022
Travellers' Choice -Tripadvisor	Travellers' Choice -Tripadvisor	Travellers' Choice -Tripadvisor	Travellers' Choice -Tripadvisor
Best Work Places	Best Work Places	Best Work Places	Certificación AENOR Economía Circular
Premio RSC Hotelera Cehat - InterMundial 2018	B Corp	III Edición Premios CaixaBank H&T - Mejores iniciativas 2020 Baleares	
Reconocimiento "Hotel Feliz" a ARTIEM Madrid		III Edición Premios CaixaBank H&T - Mejores iniciativas 2020 España	
Premio Turismo Islas Baleares 2019 - Gobierno Islas Baleares		Menorca Reserva Biosfera	
Premio 101 iniciativas sostenibles de BBVA 2019		Certificación Biosphere para Hoteles	
Premios Stela- Down Madrid		Ecostars	



Personas

PERSONAS	2019	2020	2021	2022
TI_GPTW	77	78	76	n.d.
HI (Happy Force)	64	66	71	66
eNPS	38	55	32	19

Cientes

La valoración media que los clientes hacen de nuestros hoteles en las redes sociales y portales con Tripadvisor, Expedia, Booking, Google y otros es 92,9 %.

CLIENTES	2019	2020	2021	2022
Seguidores	16242	19.823	21.156	23.651
GRI	92,70%	92,00%	92,70%	92,90%



Entorno

AMBIENTALES	2019	2020	2021	2022
Tn CO2	2.342	1.248	1.740	1.486
M ³ Agua	40.681	15.714	30.186	40.411
Gr orgánica / estancia		286	147	254

Leyenda

TI_GPTW: Trust Index Great Place to Work

FPVADDED: Freshpeople® Value Added

ROCE: Return on Capital Employed

GRI: Global Review Index

Finanzas

ECONÓMICOS	2019	2020	2021	2022
FPVADDED	53.252	21.084	53.934	61.242
BAI	656.210	-3.601.381	1.106.165	2.022.566
ROCE	5,74%	-31,18%	8,04%	18,54%
EBITDA/Ventas	16,29%	7,32%	23,07%	27,91%

Modelo de impacto positivo



TRABAJANDO PARA EL MUNDO
Y LAS PERSONAS

Todo lo que hacemos nos ayuda, como demuestran los resultados, a ser una empresa competitiva, **pero no garantiza hacer realidad nuestro Propósito** *“Inspirar a las personas a ser felices”*.

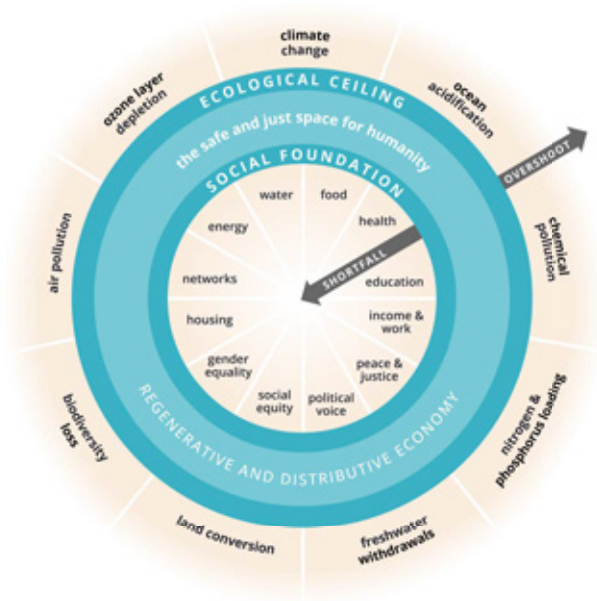
“El secreto la felicidad es encontrar algo más importante que tú y dedicarle la vida entera”

DANIEL DENNETT

Nuestro entorno y sociedad tienen unas prioridades que son imprescindibles acometer con urgencia por parte de todos. Estas necesidades han sido identificadas mediante los **ODS** y el **Modelo Económico del Donut**. También hemos identificado las necesidades que desde ARTIEM como organización podemos contribuir a mitigar o satisfacer por nosotros mismos y en colaboración con organizaciones privadas y administraciones públicas y las denominamos **prioridades**.

Algo superior

DIAGRAMA DEL DONUT



SITUACIÓN DE LOS SISTEMAS PLANETARIOS

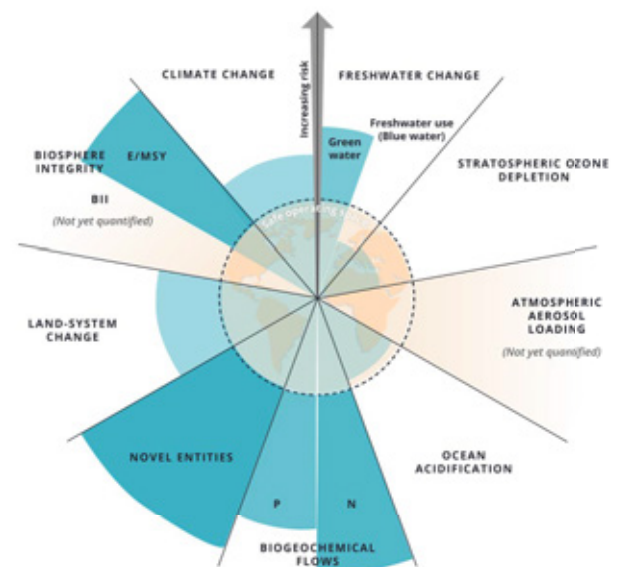


Situación en España

Datos publicados en 2021 por la Universidad de Leeds.

“Satisfacer las necesidades de todas las personas, pero dentro de los límites del planeta”

Modelo Económico del **DONUT**

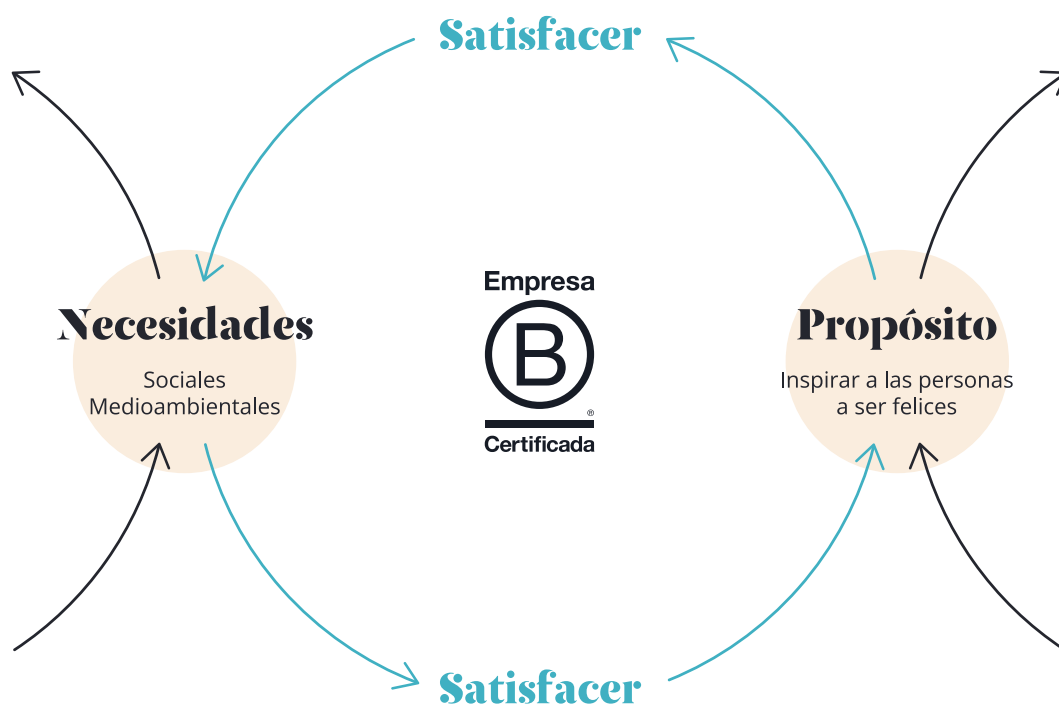


Límites planetarios

Datos publicados en 2022 por el Centro de Resiliencia de Estocolmo.

Algo superior

¿Y si fuésemos capaces de satisfacer las necesidades de todas las personas a la vez que logramos nuestro propósito?



ASÍ PUES, NUESTRO OBJETIVO ÚLTIMO ES:

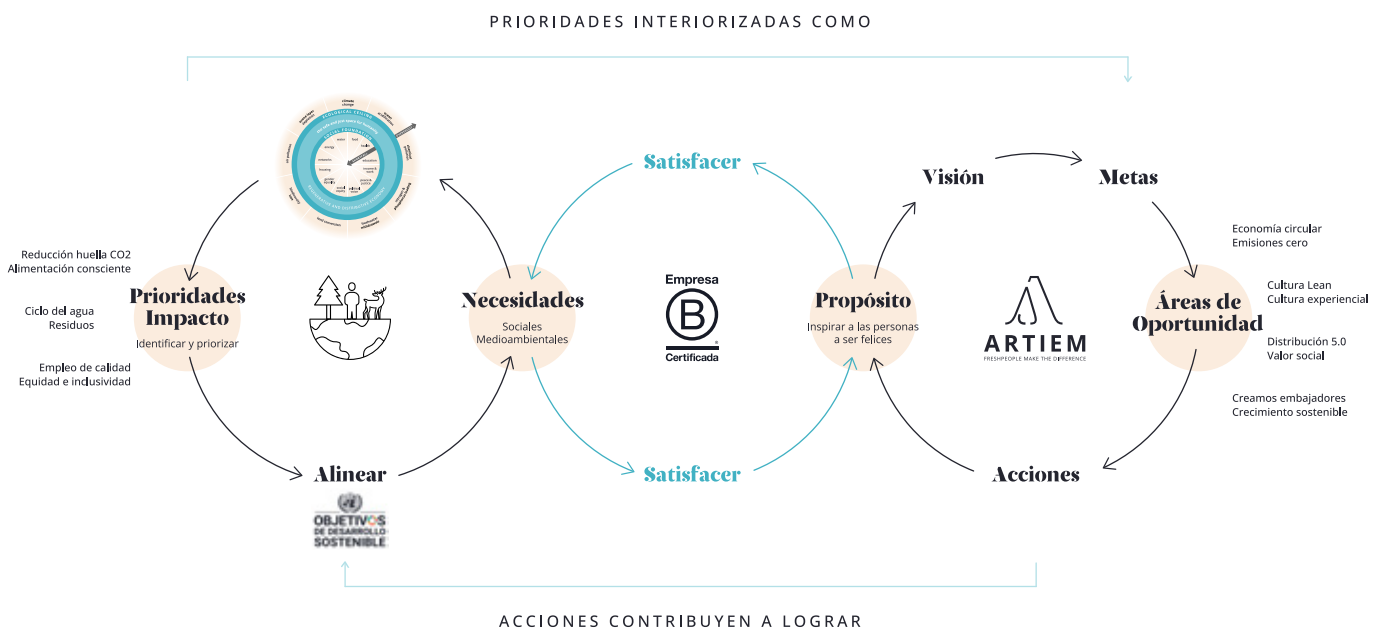
Construir un Círculo Virtuoso que nos permita hacer realidad Nuestro Sueño a la vez que contribuimos a satisfacer las NECESIDADES de nuestro planeta y sociedad. De tal forma que cuanto más contribuimos a ello más cerca estamos de lograr Nuestro Sueño. Es lo que denominamos **Sistema ARTIEM de Impacto Positivo**.

Sistema de Impacto

El Impacto Positivo de ARTIEM Hotels surge, en primer lugar, de nuestro propósito de *Inspirar a las personas a ser felices*, y en segundo lugar porque es indispensable para poder lograr nuestra VISIÓN de **“ser una organización líder por su modelo innovador e inspirador, centrado en la felicidad de las personas, y comprometida con la prosperidad sostenible y el IMPACTO positivo en nuestro entorno”**.

Para poder hacer esto realidad, en ARTIEM hemos elaborado un Sistema de Impacto Positivo que tiene como objetivo plasmar cómo la consecución de nuestro Propósito está fuertemente relacionada con el cuidado de nuestro entorno, social y medioambiental.

SISTEMA ARTIEM DE IMPACTO POSITIVO



Este Sistema, es un **sistema vivo**, que atiende a las necesidades reales del contexto de la compañía para poder satisfacerlas de la manera más eficiente posible.

Estas necesidades del entorno de ARTIEM se miden gracias al Modelo Económico del Donut (de Kate Raworth) que nos permite identificar por un lado los aspectos a nivel social y medioambiental que más presionados y afectados se encuentran, y por otro, aquellos sobre los cuales nuestra operativa organizacional puede impactar de manera significativa. Esto hace que podamos perseguir tener un verdadero Impacto Positivo.

Objetivos de Impacto Positivo

A raíz de este análisis de procesos y de materialidad, hemos concretados los **6 Objetivos de Impacto Positivo ARTIEM Hotels**, los cuales contemplan las necesidades del Donut y las prioridades ARTIEM.

Así, a través del cumplimiento de estos objetivos, los cuales están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por Naciones Unidas; teniendo como base los principios promovidos por la Economía Circular (Reducir, Repensar, Rediseñar, Reciclar,...) y posicionando al movimiento de B Corp como nuestra guía y medidor de nuestro Impacto, somos capaces de conseguir el equilibrio necesario para que el cumplimiento de nuestro propósito implique el cumplimiento de nuestros objetivos de Impacto Positivo, y viceversa.

Este sistema permite que mientras alcanzamos nuestros objetivos corporativos satisfacemos las necesidades de nuestros clientes a la vez que satisfacemos las necesidades de nuestro entorno.

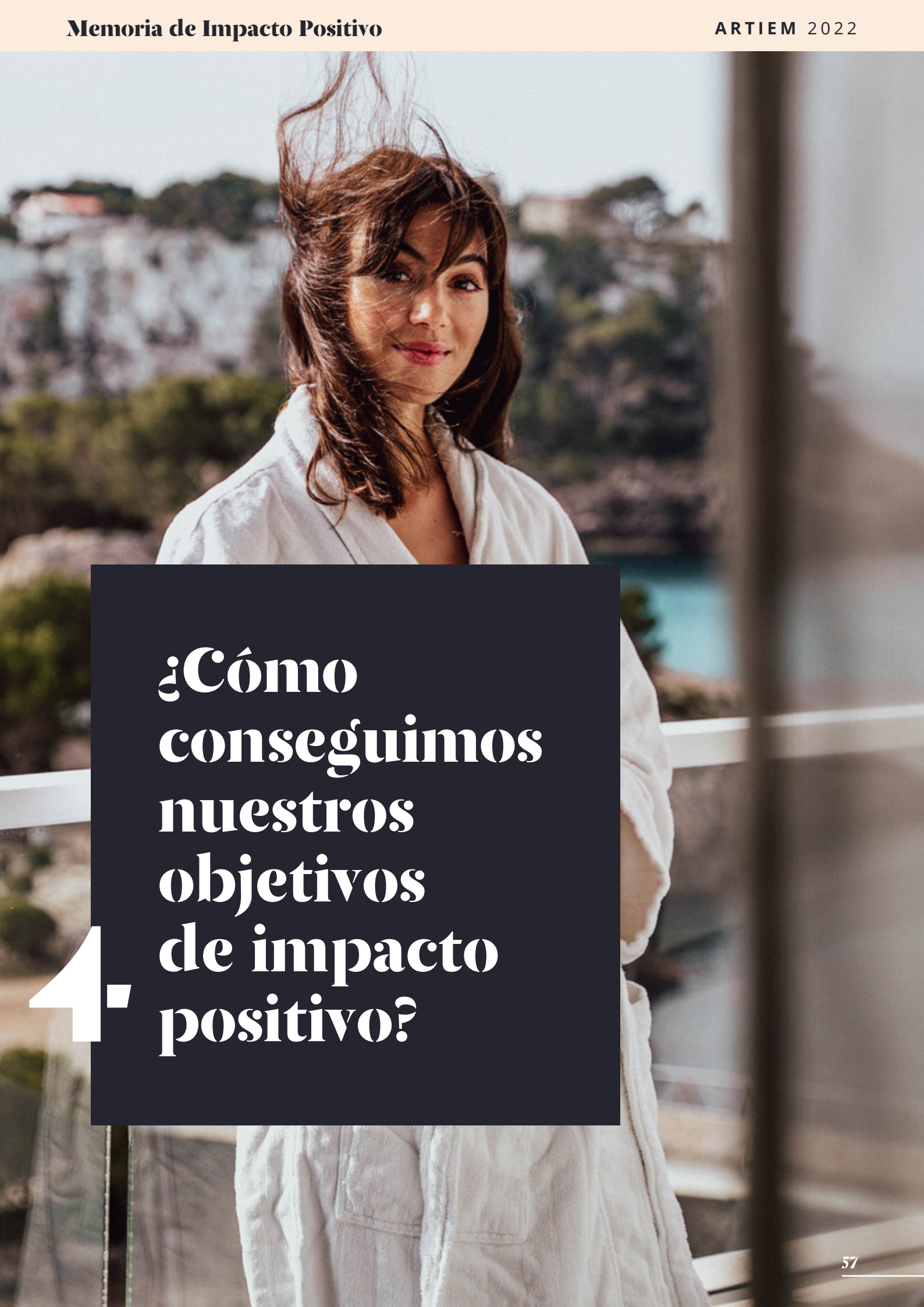
SISTEMA ARTIEM DE IMPACTO POSITIVO

URGENCIAS PLANETARIAS TH. DONUT	PRIORIDADES IMPACTO ARTIEM	OBJETIVO IMPACTO ARTIEM	PROYECTOS
CAMBIO CLIMÁTICO	REDUCCIÓN HUELLA CO2	Neutros en huella de carbono nivel I y II en 2030	Proyecto 8/80 Compromiso stakeholders
USO DE LA TIERRA	ALIMENTACIÓN CONSCIENTE	100 % oferta gastronómica saludable y sostenible en 2026	APORTAM Alimentación consciente 0 Residuos
USO DEL AGUA	GESTIÓN EFICIENTE CICLO DEL AGUA	Reducción 70 % desperdicio agua en 2030	Partnerships 0 Residuos Ciclo del agua
CONTAMINACIÓN QUÍMICA	GESTIÓN EFICIENTE DE RESIDUOS	100 % residuo con nueva función en 2028	0 Residuos Partnerships Compromiso Stakeholders
EMPLEO	EMPLEO DE CALIDAD	10 % mayor puntuación global B Corp Trabajadores en 2026	Desestacionalización destino Digitalización e innovación Compromiso Stakeholders Potencial de la Diversidad Autonomía, Propósito y Desarrollo
EQUIDAD E INCLUSIVIDAD	EQUIDAD E INCLUSIVIDAD	8 % plantilla de riesgo de exclusión social / capacidades diferentes en 2028	Partnerships Compromiso Stakeholders Potencial de la Diversidad

Objetivos de Impacto Positivo

	OBJETIVO DE IMPACTO POSITIVO	NECESIDADES DEL DONUT	PRIORIDADES ARTIEM
1	Ser Neutro en Huella de Carbono en los alcances I y II en 2030	CAMBIO CLIMÁTICO	REDUCIR HUELLA CO2
2	Disponer de una oferta gastronómica 100 % saludable y siguiendo criterios de sostenibilidad en 2026. Alimentación Consciente	USO DE LA TIERRA	ALIMENTACIÓN CONSCIENTE (SOSTENIBLE Y SALUDABLE)
3	Reducir un 70 % el desperdicio de agua en 2030	USO DEL AGUA	GESTIÓN EFICIENTE DEL CICLO DE AGUA
4	Que el 100 % del residuo generado tiene una nueva función en 2028	CONTAMINACIÓN QUÍMICA	GESTIÓN EFICIENTE DE LOS RESIDUOS
5	Situarnos entre los 10 % de mayor puntuación Global de B Corp en el apartado de TRABAJADORES en la revisión de 2026	EMPLEO	CREACIÓN DE EMPLEO DE CALIDAD
6	Que el 8 % de nuestra plantilla sean personas de colectivos en riesgo de exclusión social o con "capacidades diferentes" en 2028	EQUIDAD E INCLUSIVIDAD	PROMOVER LA EQUIDAD Y LA INCLUSIVIDAD



A woman with long brown hair, wearing a white bathrobe, stands on a balcony. Her hair is blowing in the wind. In the background, a town with white buildings is visible on a hillside, with a blue body of water below. The scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

**¿Cómo
conseguimos
nuestros
objetivos
de impacto
positivo?**

Los objetivos planteados los pretendemos lograr con proyectos, que se hacen realidad mediante nuestro modelo de negocio, y que tienen como objetivo generar un IMPACTO + en los distintos grupos de interés de forma simultánea, pero en distinta proporción.

Somos conscientes que se inician para solventar una de las necesidades/urgencias planteadas, como por el ejemplo el **Proyecto 8/80** que pretende contribuir al CAMBIO CLIMATICO. El reto está en plantear un enfoque del proyecto que a la vez que contribuye a la necesidad que podríamos llamar primaria contribuya a solventar en mayor o menor medida el resto de las necesidades.

¿Cómo conseguimos nuestros objetivos de impacto positivo?

Lo que hace que los proyectos y acciones que en estos últimos años hemos estado desarrollando para cumplir con nuestras metas y objetivos sean realmente de IMPACTO + es el impacto que ellos tienen en los diferentes grupos de interés de forma diferente. Los hemos recopilados en seis grandes grupos que detallaremos a continuación.

Se podrían agrupar los grupos de interés en las tres grandes familias de "People, Planet, Profit" que a su vez acogen subcategorías:



PEOPLE

- Entorno social
- Trabajadores
- Clientes
- Entidades/Asociaciones



PLANET

- Clima
- Ecosistema terrestre
- Ecosistema marino y acuático



PROFIT

- Organización
- Proveedores
- Accionistas
- Administración pública
- Partners/Colaboradores

En los siguientes apartados detallaremos los principales proyectos alineados con los Objetivos de Impacto Positivo.

Objetivo 1

Ser Neutro en Huella de Carbono en los alcances 1 y 2 en 2030

PRIORIDAD 1 REDUCCIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO



Iniciamos en 1998 nuestro camino hacia la sostenibilidad con las certificaciones ISO 14001 y EMAS. En 2018 reflexionamos sobre lo avanzado y constatamos que cada año costaba más avanzar. Con la idea de obligarnos a salir de la zona de confort, pensar diferente, nos planteamos una meta "imposible": *Reducir el 80 % de nuestra huella de CO2 en 8 años*. Proyecto que llamamos **8/80**.

Desde entonces, hemos iniciado un plan para **apostar por las energías renovables**, eliminar los combustibles más contaminantes como el gasoil, optar por energía limpia, reducir nuestros suministros y sensibilizar a la Freshpeople®.

Todas estas acciones han tenido sin duda alguna un impacto directo en la reducción de la Huella de CO2 de ARTIEM, sin embargo, existen muchas interconexiones con el entorno social o económico que les abraza, demostrando que cada acción se repercute en todos los ámbitos, con diferente intensidad, pero tocando todas las cuerdas.

El proyecto en cifras



Sensibilización de la Freshpeople®: 49,4 % de la plantilla formada sobre el proyecto desde 2021



Rentabilización del capital invertido del 17 %



Logro de un 41 % del objetivo previsto para 2026



Eliminación de 59.000 litros de gasoil



Instalación de 129 kWp de potencia de placas fotovoltaicas



Generación de 169.784 kWp de energía limpia



Fomento turismo de cercanía: 328 reservas, 554 Room nights, € 72.610,27 de ingresos con código ARTIEM KM0

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
<p>Formación de los equipos a todos los niveles de las acciones y consecuencias relacionadas con el proyecto.</p>	<p>Abastecerse de energía sostenible y limpia aprovechando la energía solar, minimizando el impacto negativo que pueda ocasionar un modelo de consumo no sostenible basado en combustibles fósiles / no renovables.</p>	<p>Incentivando el turismo de proximidad hemos también obtenido beneficios económicos y reputación.</p>
<p>Creación de una red de personas y empresas que nos permite compartir buenas prácticas.</p>	<p>Fomentar la movilidad sostenible para eliminar/reducir la huella de CO₂ emitida por los coches convencionales (combustibles fósiles).</p>	<p>Mejora del posicionamiento frente a la competencia por ser un referente en buenas prácticas. Al reducir nuestro consumo mejoramos el margen generado.</p>
<p>Sensibilización de los clientes sobre las iniciativas energéticas, con el objetivo de explicar e involucrar en las buenas prácticas.</p>		
<p>Alineación con los clientes que tienen una misma sensibilidad. Crear comunidad.</p>		
<p>Construir orgullo de pertenencia dentro de organización.</p>		
<p>Fomentar la cultura de la innovación y del desarrollo como VALOR.</p>		

Acciones relacionadas

MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LAS HABITACIONES

1

Iluminación LED

2

Minibares eficientes "A"

3

Sensores para clima en las ventanas

4

Aislamiento térmico habitaciones

5

Control de suministros a través de diferentes herramientas (PowerBI, Circutor de contadores)



ENERGÍA RENOVABLE

Colocación en cubierta de los paneles solares fotovoltaicos de los respectivos hoteles, así como una APP para visualizar la producción diaria y su integración en el BMS (sistema de control) para contabilizar la producción.

RECUPERACIÓN DE CALOR

Eliminar el uso de las calderas de gasoil mediante la instalación de dos bombas de calor para realizar el calentamiento del agua necesaria para la Generación de ACS, el Calentamiento de vasos del Spa y el aprovechamiento mediante un sistema de recuperación de calor de una de las bombas de calor para realizar precalentamiento del ACS.

Durante el 2020 y en los siguientes años (hasta 2022 última actualización) hemos funcionado con este nuevo sistema. Como resultado hemos pasado de consumir 60.000 litros de gasoil durante el 2019 a 0.75 litros en 2022.





IoT (INTERNET OF THINGS)

Instalación de termostatos inteligentes en las habitaciones que permiten conocer y controlar la temperatura de la habitación desde la habitación e incluso permiten que sea controlada por parte del equipo de mantenimiento en remoto. A su vez, permite controlar los consumos de aire acondicionado en las habitaciones. Con este sistema llegaremos a poder ahorrar un 20 % de la energía necesaria para la climatización.

MOVILIDAD SOSTENIBLE

Instalación de cargadores eléctricos y fomento de la movilidad sostenible – colaboración con Seat Mô: a raíz de la iniciativa de declarar Menorca como una zona piloto para la implantación del uso del coche eléctrico, por parte de la UE, se decidió facilitar la recarga de los coches eléctricos mediante la instalación de estaciones de recarga rápida, en concreto cada poste tiene una capacidad de 22 kW. Además, fomentamos la movilidad eléctrica en nuestros hoteles y a nuestros clientes internos y externos, apoyándonos a los cargadores eléctricos ya instalados.



FOMENTO TURISMO DE CERCANÍA

“ARTIEM KM0” tanto en Baleares como en Asturias buscando incentivar el turismo de proximidad en estas comunidades.



Objetivo 2

Disponer de una oferta gastronómica 100 % saludable y siguiendo criterios de sostenibilidad en 2026

PRIORIDAD 2 ALIMENTACIÓN CONSCIENTE



“Cuando te das cuenta de que hacer las cosas bien es posible, ya no hay vuelta atrás.”

En nuestro camino para ser una empresa responsable con el medioambiente nació en 2010 el **Proyecto APORTAM**, un proyecto con un claro componente social y local que busca integrar en la oferta gastronómica de nuestros hoteles productos locales y de temporada contribuyendo de forma indirecta a mantener la actividad del campo, sus tradiciones y cultura. ¿Resultado? Disfrutar de una oferta gastronómica sostenible, de proximidad, llena de sabor y con un impacto positivo sobre nuestro entorno.

El proyecto en cifras



Cantidad de materia orgánica recogida: promedio de 0,26 Kg por estancia



47.105 kg de materia orgánica segregada en total entre los 5 hoteles



Actualmente, el 18 % de nuestras referencias gastronómicas provienen de proveedores locales

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
Colaborando con proveedores de la comunidad se apoya el comercio local y el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.	Una oferta gastronómica de temporada y de proximidad ayuda a reducir la explotación y la rotación de los terrenos.	La eliminación del transporte beneficia los costes debidos al desplazamiento de la mercancía.
Una oferta gastronómica saludable y de temporada permite mantener un estado de salud ideal y ayuda a ser más felices.	Utilizar productos de proximidad reduce las emisiones de CO2 debidas al transporte de mercancía.	Ajustar la oferta gastronómica a la temporada y a la geografía reduce el desperdicio alimentario y las pérdidas económicas debidas al mismo.
Productos de calidad y de temporada generan satisfacción a nivel de clientes, que querrán repetir la experiencia.	La reducción del desperdicio alimentario y la segregación de la materia orgánica reducen las emisiones de CO2 y la contaminación de la tierra.	Para llevar adelante la recogida de la materia orgánica y la elaboración de compost ha sido necesario crear sinergias entre la administración pública y el sector privado.
Mantenimiento y conservación de la cultura y tradiciones locales.	La elección de productos se basa también en las mermas que produce y en el embalaje que lleva.	Los proveedores deben cumplir con una política de sostenibilidad.
	Mantenimiento del paisaje local.	

Acciones relacionadas

OFERTA GASTRONÓMICA SALUDABLE Y DE TEMPORADA

La restauración es un proceso clave de nuestra oferta de servicios. La alimentación además de ser determinante para una vida feliz tiene un impacto muy importante en la salud de las personas, en la explotación del territorio, en la generación de CO₂, en la economía y sociedad local.

Después de dos temporadas tratando de perfeccionar la oferta gastronómica para incluir cuántas más referencias posibles de productos KMO, de temporada y saludables, a finales de 2022 hemos tomado como referencia la **DIETA DE SALUD PLANETARIA** (que surge en 2019), la cual se basa en el plato Harvard e integra salud, sostenibilidad, aspectos socio-económicos.

De cara a la temporada 2023, en base a esta referencia hemos analizado las pautas de consumo de nuestros clientes versus la alimentación "ideal", identificando los principales gaps por familias de productos. Siendo el objetivo final que la pauta de consumo sea definida siguiendo este principio, planteamos un objetivo anual, diseñamos la estrategia y los planes de acción. La finalidad es que logrando el objetivo, satisfagamos las necesidades de los clientes y a la vez el mismo objetivo sea sostenible económicamente.



REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

El 40 % de la comida que se produce se desperdicia. Esto supone una gran pérdida de recursos cuando el producirla supone el 30 % de los gases efecto invernadero y el consumo del 70 % del agua potable. Por lo tanto, es una prioridad que en nuestro proceso de restauración se minimice el desperdicio alimentario, y cuando exista éste tenga una segunda utilidad.

Actualmente (2022) llevamos a cabo un control diario de la materia orgánica recogida en cada uno de los outlets de cada establecimiento, y se hace un seguimiento mensual de esta cifra, para conocer entre otros los kg por estancia recogidos.

En 2019 empezamos un plan piloto en Mahón para que la recogida del orgánico fuera utilizada para compostaje y producción de abono para agricultura local. Aunque hoy en día el compost producido se puede utilizar solo dentro de la planta de reciclaje por razones sanitarias, hemos seguido con el proyecto y lo hemos implantado en todos los hoteles de Menorca, y de la península, para empezar a medir nuestro desperdicio, actuar para reducirlo (modificación de la oferta gastronómica, mejor selección de los productos y de los proveedores), y finalmente esperar a que la administración pública colabore en la gestión de la recogida. También estamos trabajando para fomentar la colaboración con asociaciones locales u otras empresas con el fin de sumar los esfuerzos y cerrar el círculo.

POLÍTICA DE COMPRAS DE PRODUCTOS PERECEDEROS



Además, trabajamos con proveedores con certificados de sostenibilidad. Desde el inicio de este proyecto, estamos modificando gradualmente nuestra oferta gastronómica para lograr el objetivo de que, al menos, el 50 % del producto de nuestros restaurantes cumplan criterios de sostenibilidad. A la hora de realizar nuestras compras evaluamos la cercanía del producto, su temporalidad, y cómo impacta al entorno donde se ubican nuestros hoteles.



Objetivo 3

Reducir un 70 % el desperdicio de agua en 2030

PRIORIDAD 3 GESTIÓN EFICIENTE DE RECURSOS: AGUA



La vida en la tierra sería inconcebible sin agua. Como decía Leonardo Da Vinci *“El agua es la fuerza motriz de toda la naturaleza”*.

Las operaciones de hotel tienen directa e indirectamente un gran consumo de agua, como son las habitaciones por parte de los clientes o de su limpieza, los jardines, spas y piscinas, cocinas, restaurantes, bares o lavandería.

Lo habitual es que el agua tenga un solo uso, generando un residuo. Hoy con la tecnología existente y que la calidad del agua puede ser diferente según su uso permite que ésta tenga hasta al menos tres ciclos de utilización reduciendo en un porcentaje muy importante su *“desperdicio”*.

El proyecto en cifras



100 % agua de mantenimiento piscinas proviene de rechazo de osmosis



Desde la implantación del sistema de agua recién-microfiltrada (2020): 66.000 botellas de plástico menos y -78 % tráfico de botellas de cristal



2022 vs 2017: hemos reducido el consumo de agua un -11,62% con 228 l/estancia

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
Reducción de cargas de trabajo de las camareras de pisos.	Menor consumo, protección reservas hídricas.	Reducción del gasto de agua mejorando P&L.
Concienciación del cliente sobre el impacto del lavado en el medio ambiente.	Aprovisionamiento de agua KM0 para minibares.	Menor gasto de lavandería.
Fomento de la innovación tecnológica para aprovechar los recursos.	Menor consumo de producto químico.	Evitar externalización de los servicios.
Desarrollo interno de la tecnología para el reaprovechamiento del ciclo del agua, que fomenta la innovación.	Preservación de las especies autóctonas.	Liberar tiempo de gestión compras y aprovisionamiento.
Liberar tiempo de manipulación de envases.		Liberar espacio en almacenes para un uso más rentable.

Acciones relacionadas

CONCIENCIACIÓN DEL USO DE TOALLAS PISCINA

Con el objetivo de captar la atención del cliente sobre el impacto no necesario del uso “abusivo” de toallas de piscina. Hemos implantado el sistema “disuasorio” de que el cliente que quiera lavar sus toallas antes del tercer día abonar 1 euro por toalla. El objetivo es minimizar este ingreso.

En el marco de la creación de sinergias con asociaciones locales que comparten nuestros valores, en 2021 decidimos donar a Menorca Preservation el equivalente de los cambios de toallas de piscina que cobramos a los clientes cuando quieren más de 1 cambio cada tres días (1€) para concienciarlos en la necesidad de reducir los lavados (agua + producto químico). El valor de € 200 donado en 2021 corresponde a la recaudación de ARTIEM Carlos. En 2022 se ha puesto en marcha en todos los hoteles ARTIEM con piscina, con un importe poco relevante, que queremos ver como una mayor concienciación.



ELIMINACIÓN DE BOTELLAS DE AGUA

Implantamos un sistema de agua recién-microfiltrada en todos los hoteles ARTIEM para reducir la huella de CO2 al dejar de consumir botellas de plástico o vidrio reutilizable, para así evitar el transporte, el almacenamiento y la gestión que llevan asociados. Además, las botellas de vidrio que utilizamos en los minibares, son de KM0 y de envases retornables.

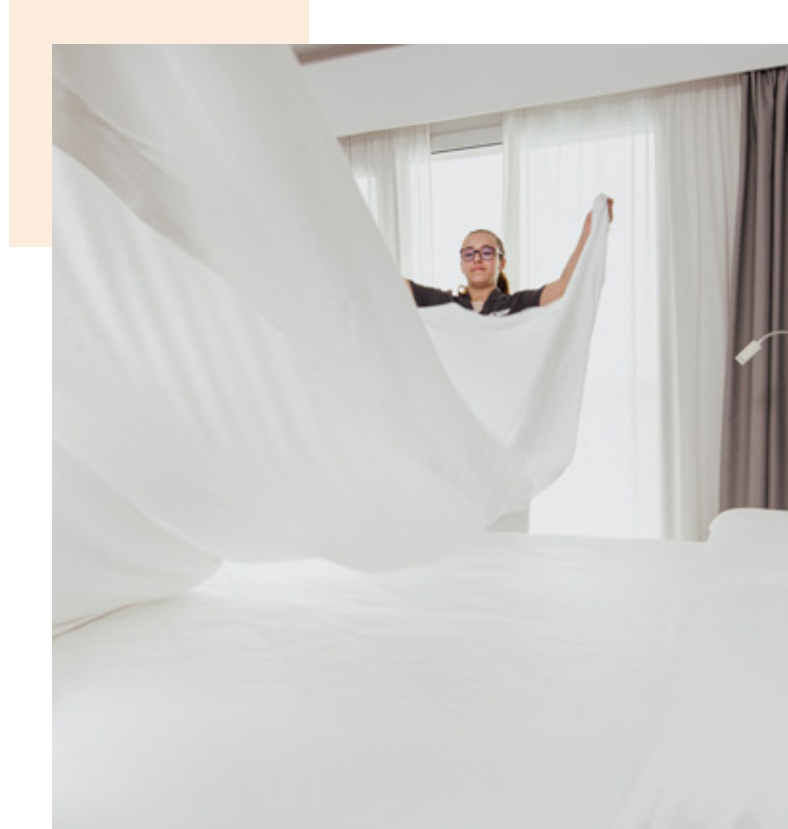


PLANTAS AUTÓCTONAS

Los jardines son un elemento esencial de nuestra oferta alojativa y por ende un gran consumidor agua. Por este motivo se han implantado en los hoteles de Menorca un tipo de vegetación autóctona que precisa de un consumo de agua mucho menor además de sistemas de riego por goteo y en horas de no insolación. En ARTIEM Asturias se ha creado un huerto en el jardín del hotel, con verduras y plantas aromáticas que crecen gracias a las lluvias asturianas.

REDUCCIÓN DEL CONSUMO DE AGUA EN BAÑOS

Todas nuestras Cisternas de WC disponen de sistema doble descarga: 3/6 litros. En 3 de nuestros 5 hoteles los grifos tienen monomandos Eco: se trata de grifos con giro limitado a la derecha (lado frío), lo que supone evitar el exceso de caudal que sale en esa posición (faltan Carlos y Asturias – última incorporación). Sustituimos las bañeras por los platos ducha y aplicamos filtros reductores de caudal en lavabos y duchas.



SISTEMA DE CAMBIO DE LENCERÍA EN HABITACIONES

“Cambio de toallas y sábanas bajo petición”.

Se informa al cliente que cambiamos las sábanas o las toallas bajo petición o necesidad. Damos libertad al cliente para elegir su opción, pidiendo sentido de responsabilidad con el medio ambiente. Si el cliente necesita un cambio, puede colocar un tarjetón encima de la cama y así nos notifica su decisión de cambiar las sábanas con una frecuencia mayor. Lo mismo se hace con las toallas: si quiere que se las cambiemos las deja en el suelo. Esta forma de colaboración ayuda a identificar el cliente más concienciado y afín a nuestros valores.



REAPROVECHAMIENTO DEL CICLO DEL AGUA

Hemos identificado en el hotel ARTIEM Audax procesos donde podemos dar vida al uso del agua en distintos servicios con el mínimo procesamiento.

1º USO

El hotel ARTIEM Audax dispone de una osmosis inversa que genera el agua necesaria para el proceso de lavado de menaje del hotel. Dicha osmosis genera un rechazo de agua que decidimos reaprovechar.



3º USO

Se han instalado unos depósitos acumuladores que recogen el agua que procede de la limpieza de filtros de piscina y que se utilizan para regar las zonas verdes al día siguiente.

Con este ejemplo se ha conseguido reaprovechar el ciclo del agua en el Hotel ARTIEM Audax, dándole un triple uso: osmosis para limpieza de menaje, aporte a piscinas y finalmente riego.

2º USO

Se ha canalizado dicho rechazo directamente para llenar las piscinas externas y Spa del hotel, de esta forma se ha conseguido que el 100% del agua necesaria para el mantenimiento de las piscinas proceda de dicho rechazo, aproximadamente 800 m³ de piscina exterior y 800 m³ de Spa.



Objetivo 4

Que el 100 % del residuo generado tenga una nueva función en 2028

PRIORIDAD 4 GESTIÓN EFICIENTE DE RESIDUOS

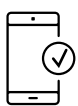


La contaminación química es una de las urgencias planetarias que queremos ayudar a mitigar en el día a día de nuestra operación. Para ello asumimos el compromiso de reducir la contaminación química, mediante la gestión eficiente de residuos, hasta que en el 2028 el 100 % de éstos tenga nueva función.

En la operación diaria de un hotel se generan una gran diversidad de residuos que se producen en las distintas áreas. Residuos de envases y embalajes, orgánicos, químicos, materiales de obra, desecho de mobiliario u otros enseres ...

En el año 2019 comenzamos a tomar conciencia de esta urgencia y el año 2022 certificamos nuestra estrategia de economía circular con AENOR. Estrategia que nos está ayudando a trabajar sobre esta prioridad. Y siguiendo las 7 R de la **economía circular** (reflexionar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, recuperar y reciclar) **reflexionamos sobre nuestra manera de consumir.**

El proyecto en cifras



30 % de nuestros clientes han usado la APP Stay para consultar nuestros servicios



220 kg de plástico y 3700 piezas de microplástico recogido en la expedición 0 Plastic 2022

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
Concienciación sobre la importancia de la segregación.	La recuperación de piezas evita la generación de residuos y permite dar una segunda vida a los objetos.	La recuperación de piezas electrónicas o mecánicas permite reducir los costes relacionados con la compra de productos nuevos.
Orgullo de pertenencia a una comunidad que aplica buenas prácticas.	Reducción de la contaminación química.	La implantación de una APP para consulta y reserva de servicios ha reducido los costes de impresiones de cartas y folletos.
Colaboración con proveedores afines a nuestros valores.	Utilizar productos a granel o rellenables también en ámbito de limpieza o mantenimiento permite reducir la producción de residuos.	Gestión más eficiente de las compras, sólo lo necesario.
Cambio en las costumbres de los clientes: desde que los amenities extra se ofrecen solo bajo demanda se han reducido los consumos y la generación de residuos inútiles.	Menos papel impreso = menos residuos = menos contaminación por producción y transporte.	Liberar espacio para rentabilizar con otros usos.
Digitalización de procesos, eliminación del papel, liberamos tiempo para que las personas crezcan y se desarrollen profesionalmente.		Liberar tiempo improductivo para destinarlo a acciones de valor.
Acción colectiva y apoyo a asociaciones que cuidan del entorno.		Cumplir la legislación, lo que supone no incurrir en problemas reputacionales.
Liberar tiempo de manipulación de envases y reducir el esfuerzo físico que supone.		

Acciones relacionadas

CHARITY BAG

En 2019 tras la Cumbre de ARTIEM, implantamos una colaboración entre el área de oportunidad de Economía Circular y la de Valor social: se invitó a los clientes a dejar en una bolsa aquellos objetos que compraban o traían sólo para un uso puntual (gafas de buceo, libros, zapatillas, gorros, cremas solares, etc.). Al dejarlos en la bolsa de forma consciente se pudieron distinguir los olvidos de los donativos: al final de la temporada se entregaron varias cajas de material a Cáritas y muchos productos/objetos no acabaron a la basura. Tuvimos que dejar este proyecto debido a la pandemia, pero se está replanteando para la temporada 2023.

De la misma forma se prestan y se guardan las sombrillas o hinchables que los clientes van comprando y que dejarían tirados tras su estancia.



ACCIONES “REBUILD”

Tratamos de recuperar piezas electrónicas y mecánicas de elementos estropeados para reparar o recuperar otros elementos. Algunos ejemplos son:



Baño de vapor (ARTIEM Capri)

Creación sistemas de control de placas electrónicas del jacuzzi (ARTIEM Audax)

Sauna (ARTIEM Carlos)

Repuestos cerraduras ONITY (ARTIEM Madrid - Menorca)

Cámara refrigeradora (ARTIEM Audax)

KRIVAKU (ARTIEM Audax)

Clorador automático (ARTIEM Capri)

Control Osmosis (ARTIEM Audax)

GESTIÓN CONSCIENTE DE AMENITIES

Entre 2019 y 2022 por una parte sustituimos todos lo *amenities* extra del baño necesario para los clientes como gorros de ducha, lustra zapatos, peines, cepillos de dientes, pasta dentífrica, etc. por otros hechos con alternativas más sostenibles (papel mineral, fibra de coco, papel, pastillas sin envoltorios, etc.). Por otro lado, estos ya no están en la habitación, sino que se tienen a disposición del cliente en la recepción. Este cambio de gestión no ha supuesto una merma en la percepción de calidad por parte del cliente, sino un consumo responsable por su parte, es decir, solo cuando los necesita.



COLABORACIÓN CON 0 PLASTIC

Somos conscientes que podemos contribuir no sólo a la eliminación de residuos que generamos, sino además poner nuestros recursos a disposición de entidades u organizaciones que trabajan para ello. Todo ello tiene un impacto en nuestro entorno próximo además de generar vinculación a cliente alojado y orgullo de pertenencia.

De este convencimiento surge la colaboración con **0 Plastic** durante los últimos tres años.

Iniciativa 1

ARTIEM participa en iniciativas de recogida de plástico / limpieza del medioambiente - tanto por mar como por tierra - ofreciendo colaboración económica (donaciones a las fundaciones/organizaciones), logística (alojamiento, alquiler kayaks) y avituallamiento.

Iniciativa 2

Comunicación y concienciación de la importancia de la actividad en redes sociales, blog y eventos (charlas, comidas...) que se organizan en los días de actividad.

CONTROL Y SEGUIMIENTO DE RESIDUOS ASIMILABLES A URBANOS Y PELIGROSOS

Cumplimos la legislación y estos residuos son gestionados con gestores autorizados durante los periodos de operación del hotel y periodos de reformas.



OCEAN52

En ARTIEM Asturias nuestros clientes vienen fundamentalmente en coche, por lo que a la salida siempre se le ha ofrecido una botella de agua para el viaje. Hecho que generaba un impacto por el plástico y el residuo que generaba.

En 2021 iniciamos la colaboración con la empresa Ocean52, que tiene dos características importantes: utiliza aluminio reciclado y por otro destina el 52 % de su beneficio a acciones de investigación y preservación del medio marino. Además, cuando se da la botella al cliente, se explica el porqué de Ocean52 con la idea de concienciar. En ARTIEM Audax se ha entregado la lata de Ocean52 en ocasión de los picnics.

REDUCCIÓN DEL MATERIAL IMPRESO

En 2007 iniciamos nuestra particular “guerra al papel”, trabajando para digitalizar todos los procesos que hicieran uso de éste. Vimos que el uso del papel es entre otras cosas un gran consumidor de tiempo de valor, de espacio para almacenaje, de elevado coste, de gran impacto ambiental, errores de introducción... Esto ha supuesto primero, el desarrollo interno de un sistema de gestión propio con su software de soporte (EdocAssistant). Segundo, plantear proyectos de digitalización de procesos en colaboración con nuestro proveedor del PMS y tercero la incorporación de herramientas SAS en algunos casos dotados de inteligencia artificial.

Desde entonces, hasta hoy todo nuestro back office tanto en la oficina central como en los hoteles, gestión de pisos, mantenimiento están digitalizados.

En la actividad de relación con el cliente se ha introducido el check-in online, se han sustituido las cartas de restaurantes físicas por códigos QR, se ha digitalizado toda la información de las actividades y horarios que se realizan en los hoteles. Se ha desarrollado una APP para reservar estas actividades y disponer de más información. También se ha introducido el WhatsApp como forma de comunicación (Virtual concierge). Si bien es verdad que hay ejemplares impresos por si algún cliente lo demandara, en las oficinas y recepciones de ARTIEM se ha reducido notablemente el uso de papel impreso gracias a la digitalización de los procesos.



RECOGIDA ACEITES Y MATERIALES PELIGROSOS

Estamos obligados a cumplir una legislación muy exigente que garantice un buen tratamiento de estos residuos y que éstos sean tratados por una empresa autorizada por el Gobierno.

POLÍTICA DE COMPRAS (NO PERECEDEROS)

Las compras de material no perecedero son un gran generador de residuos como embalajes, envases o químicos. Es por esta razón que ponemos especial atención en realizar una política de compras que nos asegure por un lado la minimización de éstos, en el caso de químicos con certificados medio ambientales, que permita una relación con el proveedor tal que conjuntamente optimicemos el proceso. Por todo ello:

- 1 Elección de productos químicos de proveedores con certificación medio ambiental
- 2 Selección de proveedores locales
- 3 Productos de limpieza rellenables
- 4 Compra de productos con certificados de sostenibilidad (no solo ambiental)



Objetivo 5

Situarnos entre los 10 % de mayor puntuación Global de B Corp en el apartado de TRABAJADORES en la revisión de 2026

PRIORIDAD 5 EMPLEO DE CALIDAD



La industria turística en la que trabajamos tiene varios retos a solventar. Es muy estacional, lo que por un lado la calidad del empleo no sea atractiva para atraer ni fidelizar talento y por otro tenga un elevado coste social y económico. Por otro y seguramente consecuencia de lo anterior productividad es baja. Estos dos retos son los que desde ARTIEM hemos querido convertir en oportunidades para generar ventajas competitivas.

El proyecto en cifras



Puntuación B Corp Trabajadores certificación 2020 32,8



100 % Administración digitalizada



100 % Gestión pisos y mantenimiento digitalizada



100 % Gestión de compras digitalizado



Ampliar la temporada 2019 (Menorca) en dos semanas al final



57 % tasa de ocupación de los hoteles en apertura y 28 % cierre Audax y 24 % cierre Carlos



44 personas inscritas en la ARTIEM Half Menorca como equipo ARTIEM (tanto individualmente como en equipo). De estas 44, 15 son Freshpeople®



50 % reducción de accidentes laborales desde la implantación de KRIVAKU

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
Desarrollo personal y profesional de las personas.	Eliminación de papel, toner de impresión, ...	Atracción y retención de talento. Reducir rotación.
Generar economía en la zona donde nos ubicamos.	Mas información de compras, permite optimización de flujos de transporte.	Mejorar nuestra capacidad de innovación.
Promocionar el estilo de vida saludable.	Apoyar iniciativas para la conservación de los espacios naturales.	Mejorar nuestra rentabilidad de los activos.
Mejorar los ingresos de las familias.	Valorización de los espacios naturales.	Ayudar a captar y retener clientes objetivos.
Valorizar la cultura y tradiciones de la sociedad local.	Utilización de piezas rebuilt, con consecuente reducción de los residuos.	Eliminación de errores por captación de información.
Reducir tiempo de tareas físicas, que repercute en la salud.	Diluir la presión turística en un arco temporal más amplio.	Mejoras en la capacidad de negociación con proveedores.
Posibilitar incrementar la complejidad del puesto de trabajo que contribuye al desarrollo profesional.		Diversificación de nuestros ingresos .
Que las personas se sientan que contribuyen.		Cumplir la legislación, lo que supone no incurrir en problemas reputacionales.
Reducción de las tareas relacionadas con los pedidos de material impreso (transporte, inventario, almacenamiento)		

Acciones relacionadas

AMPLIACIÓN DE LA TEMPORADA

Desde 1998 hemos apostado por anticipar la apertura de nuestros hoteles dos meses y medio antes de la temporada tradicional. Para hacer realidad nuestra VISIÓN, es imprescindible lograr incrementar los meses de trabajo del año, esto además de generar prosperidad local nos ayuda a innovar en productos y servicios, atraer mercados nuevos y como consecuencia nos ayuda a retener el talento.



PATROCINIO ARTIEM HALF MENORCA

El patrocinio de esta prueba deportiva a finales de septiembre contribuye a generar un atractivo turístico más.

Esta colaboración implica una ampliación de la oferta de experiencias de ARTIEM, una involucración del equipo ARTIEM voluntario el día del evento.

El patrocinio de estos grandes eventos bandera del deporte y la superación en Menorca la hacemos para:

- **Posicionar la marca ARTIEM** en el territorio del deporte en Menorca como referente.
- **Promover de forma interna el uso del deporte como palanca a nuestro propósito** "Inspirar a las personas a ser felices"
- **Generar comunidad de personas amantes de la vida sana.**
- **Promover nuestros valores como marca.**



EPIC CAMI DE CAVALLS

Con el patrocinio de la ultra *trail Epic Cami de Cavalls*, permite seguir posicionando ARTIEM en el segmento deportivo, contribuir a alargar la temporada hasta mediados de noviembre y alargar la actividad económica local. Este patrocinio que dio nombre la carrera “*ARTIEM Epic Cami de Cavalls*” hizo que el hotel ARTIEM Audax fuese el centro base de la carrera, alojando a los participantes y ofreciera no sólo soporte logístico, sino comidas y entretenimiento.

CULTURA LEAN

Implementar la Cultura Lean que nos permite lograr la implicación de las personas y la valorización de su conocimiento, con ello conseguimos la mejora continua de los procesos para poder agilizarlos, y en caso de que corresponda, digitalizarlos.

DIGITALIZACIÓN E INNOVACIÓN

El segundo reto que tratamos de convertir en oportunidad es incrementar la productividad, lo que denominamos **Freshpeople® Value Added**. Para ello trabajamos en dos vías: por un lado, cambio cultural de la organización y por otro la robotización y digitalización de procesos.

El objetivo es lograr que las personas se sientan realizadas en su puesto de trabajo, para ello liberamos tiempo para realizar tareas de valor que además permitan el crecimiento personal y profesional de la persona. Con la digitalización logramos además poner en valor toda la información generamos, de forma “instantánea”, sin errores de manipulación que nos permite transformarla en conocimiento para tomar mejores decisiones.



DIGITAL HOUSEKEEPING (DHK)

Digitalización del proceso de gestión de pisos y mantenimiento de las instalaciones del hotel. DHK es un programa desarrollado con nuestras especificaciones en colaboración de nuestro partner tecnológico CEI Europe, que nos permite la planificación, ejecución y seguimiento de las operaciones de limpieza y mantenimiento. Sirviendo como herramienta de comunicación e interrelación entre los departamentos de pisos, recepción y mantenimiento. Es un SAS alojado en el cloud Azure que interactúa con nuestro ERP/PMS para obtener datos en tiempo real y de manera bidireccional sobre el estado de habitaciones.

El programa se basa en las reservas y planificación de habitaciones, obteniendo datos del PMS para establecer la planificación en la web.



DIGITALIZAR PROCESO DE COMPRAS

El proceso de compras de un hotel tradicionalmente es muy intensivo en tiempo de personas, delicado por la información que maneja, con gran económico impacto si no se gestiona bien, pero con muchas tareas repetitivas y automatizables.

El objetivo es por tanto eliminar tareas que no aporten valor, liberando tiempo para tareas de valor: automatizando y robotizando procesos para asegurar la calidad de la información. Hemos cuantificado el tiempo en un 50 % del responsable de compras. Tiempo que invertirá en mejorar la gestión y transformar la información en conocimiento que le permitan mejorar sus decisiones de gran impacto económico.



KRIVAKU

En el mes de junio del 2017 en el hotel ARTIEM Audax se puso en marcha la instalación de cintas de transporte de menaje de los restaurantes a cocina (KRI-VA-KU - cristalería, vajillas y cubiertos). El "invento" consiste en una serie de cintas transportadoras de bandejas de menaje que se genera durante el servicio en los restaurantes desde los offices hasta la zona de tren de lavado de la cocina. La zona de lavado se encuentra entre la 4ª y la 5ª planta de la cocina, conectado las diferentes zonas con rampas. Con este proyecto se quiso atacar y eliminar varios problemas que teníamos en el Hotel Audax:

— **No tener que subir y bajar las rampas con carros pesados**, eliminando riesgos por accidentes en el transporte entre restaurantes y zona de lavado

— **Evitar daños personales** por la manipulación de menaje

— **Minimizar roturas** de material

— **Mejorar flujos y tiempos de trabajo** de camareros en el desbarace y limpieza de material del restaurante

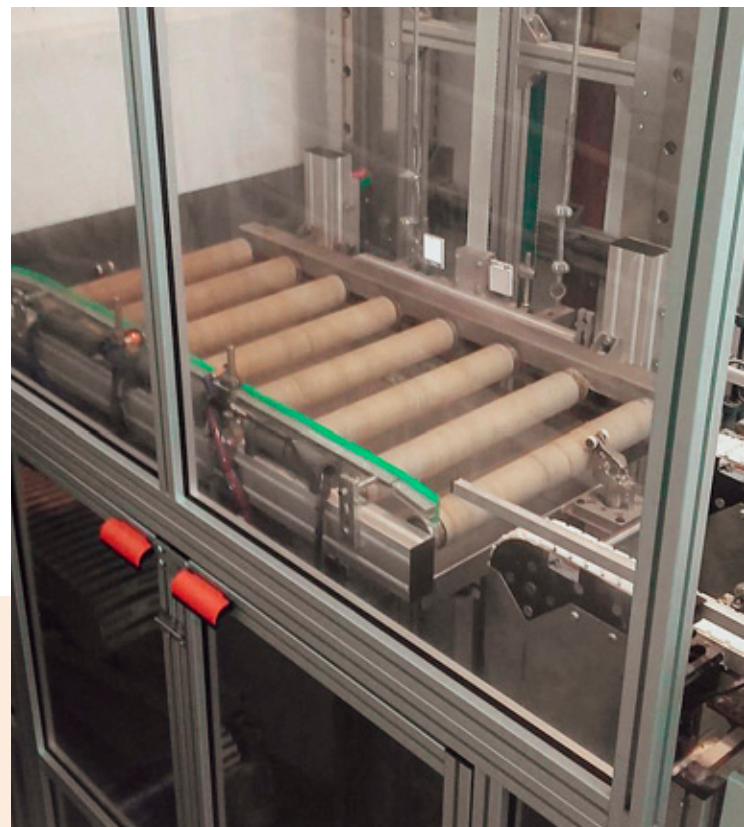
— **Minimización de la manipulación de material** en el proceso de desbarace y limpieza de material de restaurante

— **Eliminación de ruidos en el Spa** (la zona de lavado está situada justo encima de las cabinas de tratamientos del Spa)

— **Eliminación de goteras de agua en el Spa**

Desde su implantación, se han reducido los accidentes laborales de esta área de un 50 % y se han detectado ulteriores beneficios como:

- Maximización de la presencia de camareros en sala que ofrece la posibilidad de **aumentar las ventas de extras, mejorar la comunicación y la atención.**
- Krivaku se ha convertido en un caso de éxito gracias a la **implantación de una tecnología "robótica" en restauración.**
- Seguimos investigando en otras aplicaciones que nos ayuden a **trabajar mejor, con menos esfuerzos, peligros, etc.**



Objetivo 6

Que en 2028 el 8 % de nuestra plantilla sean personas de colectivos en riesgo de exclusión social o personas con discapacidad

PRIORIDAD 6 PROMOVER LA EQUIDAD Y LA INCLUSIVIDAD



En ARTIEM estamos convencidos que la diversidad es un valor que nos ayuda a crecer como personas y organización. Es por ello que trabajamos de forma activa para acoger personas de distintas procedencias, capacidades o en riesgo de exclusión.

Impulsamos la equidad e inclusividad, para que el **8 % de nuestra plantilla** esté formada por personas en riesgo de **exclusión social** o con **capacidades diferentes en 2028**. La diversidad supone entender que todas las personas que forman parte de ARTIEM aportan valor. La Freshpeople® está formada por personas con diferentes conocimientos, habilidades, inquietudes, necesidades y motivaciones. El reto de ARTIEM es promover y gestionar esta diversidad, atendiendo y promoviendo el desarrollo de los diferentes grupos y perfiles.

El proyecto en cifras



Habitación solidaria.
Recaudado 140.339,41 euros desde el inicio en 2020 y en el 2022 85.626,00 euros



3.931€ recaudados y donados a las asociaciones gracias a talleres, venta en vitrinas solidarias, venta de material de segunda mano... etc



3 % de la plantilla de ARTIEM pertenece a colectivos de exclusión social

ODS



Impactos

PEOPLE	PLANET	PROFIT
Damos oportunidades a personas en riesgo.	Apoyo a asociaciones que fomentan la inclusión social por medio del voluntariado con animales.	La diversidad genera innovación.
Orgullo de pertenencia.		Valor reputacional.
Poner en valor el talento local.		Conexión con los clientes objetivos.
Integración laboral.		
Poner en valor la diversidad.		

Acciones relacionadas

INTEGRACIÓN LABORAL

Desde hace 10 años colaboramos con distintas entidades como Fundación para discapacitados de Menorca, Down Madrid, Fundación Incorpora entre otras para la integración de personas con discapacidad en el mundo laboral, así como la participación en distintos foros explicando nuestra experiencia. Colaboramos de forma directa, con la inserción de las personas en nuestros equipos, y de forma indirecta vendiendo objetos realizados por ellos o bien comprando sus creaciones.

COLABORACIÓN CON ASOCIACIONES / FUNDACIONES DE PERSONAS CON RIESGO DE EXCLUSIÓN

Con el fin de crear valor llevamos a cabo alianzas estratégicas para potenciar la prosperidad de nuestro entorno. A lo largo de nuestra actividad colaboramos con empresas y entidades que tengan un impacto social y ambiental. En 2022, hemos cooperado con las siguientes entidades sociales: Aecc, Cáritas, Raitana, Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca, Down Madrid y Amaqtedu. Cubrimos los costes de las inscripciones a carreras solidarias y eventos sociales en nombre de la Freshpeople® que quiera participar, para fomentar el apoyo y la cercanía.

También apoyamos a asociaciones como Trebaluger Equine Rescue Centre, que no solo acoge y cuida de equinos abandonados y enfermos, sino que colabora con varias ONG o entidades como la cárcel de Menorca para reintegrar en la sociedad a las personas en dificultad gracias al voluntariado y al mantenimiento del refugio. Además, ofrece formación sobre el respeto de los animales y del medioambiente a las nuevas generaciones a través de las escuelas o de eventos familiares.



HABITACIÓN SOLIDARIA

A raíz de la pandemia, vimos que la brecha social de aquellos que precisaban asistencia para manutención y apoyo social crecía. Es un problema que se agrava, es un drama social al que nosotros tratamos de contribuir creando empleo y ampliando la temporada. Nos hemos sumado al trabajo que hace Cáritas España para ayudar a todas estas familias, creando un tipo de habitación llamada "SOLIDARIA". Se destina el 100 % de su valor a este fin social y se transfiere a Cáritas, entidad que emite un certificado a favor del cliente que la reserve.

PROYECTO ISLA DEL REY

Desde 2007 participamos en un proyecto de recuperación del Hospital de la Isla del Rey (Hospital Militar construido por los británicos en XVIII, que fue el más importante fuera de Reino Unido).

Nuestra aportación trata de recuperar el jardín botánico de donde se surtía la farmacia que daba servicio al hospital, tiene como motivaciones:

Apoyar una iniciativa de voluntarios para recuperar un patrimonio

histórico, abandonado por las administraciones, para Menorca. El Hospital de la Isla del Rey es un hospital construido por los ingleses de gran valor histórico y arquitectónico que funcionó hasta principios de los años 60.

El apoyo en lo que significó en su día el carácter de un movimiento social en favor de unos valores y un legado.

Siendo un ejemplo de liderazgo, superación e innovación que reflejan nuestros valores.

Mediante su rehabilitación apoyar y dar trabajo a personas con riesgo de exclusión.

Desarrollar una **oferta turística diferencial** que ha sido su culmen con la apertura de la galería de arte Hauser & Wirth, **posicionando Menorca en el mapa mundial del arte.**

Apoyo en la recuperación del jardín botánico que daba soporte a la farmacia del hospital con sus plantas medicinales.

Convertir la manzanilla cultivada en el jardín botánico en un detalle que aporta valor de nuestros clientes.



DONACIONES BANCA TRIODOS

Desde su implantación en 2020, colaboramos con esta plataforma de crowdfunding para incentivar las donaciones a proyectos que consideramos que encajan con nuestra filosofía. A las personas que participaron a la recaudación se les recompensó con una estancia en ARTIEM en la habitación solidaria. Conseguimos que se recaudaran en total 6270€ para 9 proyectos.

- **Olivos Lucio** – testigos de nuestra historia.
- **Recuperando suelos, recuperando vida**
- **Mi regalo solidario**
- **Proyecto Fénix**, fase 2
- **SOMART!** Jornada creARTiva sin barreras físicas ni sociales
- **Tejiendo vínculos** - acompañando a jóvenes extutelados
- **Una sonrisa electrizante**
- **Ruedas #porlaInclusión**
- **MUJEREANDO** - teatro para sanar a las mujeres sin hogar
- **Estar Bien**

Estamos en una industria, el turismo, que es una conquista social, que crece cada año y seguirá haciéndolo en las próximas décadas. La clase media mundial en los próximos veinte años se prevé que crezca en 2.000M de personas más, personas que viajarán y harán turismo por el mundo.

Como empresa líder que queremos ser, queremos demostrar que esta industria que es social puede crecer y cuanto más crezca más **IMPACTO POSITIVO** puede generar. Para lo cual tenemos que realizar una profunda transformación, empezando por la cultura empresarial, que lo permita.



ARTIEM

FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE