

# ARTIEM

FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE

2021

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



# ÍNDICE

## MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD



1. ARTIEM
2. PEOPLE: CUIDAMOS DE LAS PERSONAS
3. PLANET: CUIDAMOS EL MEDIOAMBIENTE
4. PROFIT: CREAMOS VALOR
5. INDICADORES GRI

## ACERCA DE ESTA MEMORIA

---

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.

Durante estos 47 años 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 ARTIEM denominamos a estos tres pilares **People, Planet y Profit**.

En este informe damos a conocer nuestra actividad tras dos años de recuperación post Covid donde hemos continuado trabajando en las Áreas de Oportunidad que detectamos en el 2019.

Con el lema de "cuanto más cansancio más técnica" este año tiene como pilar la superación y el cuidado de nuestra FreshPeople.



Este informe recopila las principales acciones realizadas durante el 2021 y los objetivos en los que seguiremos trabajando durante el 2022.

La metodología que hemos aplicado es la propuesta por "Global Reporting Initiative" (GRI) en su versión G4. La elaboración del informe siguiendo estos estándares es nuestro compromiso por la transparencia y por ofrecer toda la información que pueda ser relevante para nuestros grupos de interés.

Este informe sigue los principios de materialidad, que garantiza la recolección de los temas más significativos e importantes de la organización, y se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.

Esperamos que sea de vuestro interés y para cualquier consulta no dudéis en contactar con nosotros.

### ARTIEM

C/ Capifort 6, bajos 07714  
Mahón, Islas Baleares  
+34 971 356 935  
artiem@artiemhotels.com



## CARTA DEL PRESIDENTE

---

Finalizamos un año que iniciamos con la tercera ola de la COVID 19 en máximos, un proceso de vacunación en el que teníamos todas las esperanzas para alcanzar la ansiada inmunidad de rebaño, unas restricciones cambiantes y diversas según donde viviéramos y todo ello con muchas ganas de volver a la normalidad y poder viajar.

En el momento que a mediados de junio se empezó a normalizar la situación, el proceso de vacunación iba a buen ritmo, las restricciones se empezaban a relajar y las fronteras empezaban a abrirse, entonces la demanda “explotó” y se produjo un aluvión de reservas y llamadas, mucho más de lo que en nuestros mejores planes podríamos haber esperado. Esta “afortunada” situación hizo que nuestra planificación se viera sobrepasada y tuviéramos que reaccionar de forma rápida con mucho esfuerzo por parte de los equipos.

## CUANTO MÁS CANSANCIO, MÁS TÉCNICA

El 2021, nos ha supuesto enfrentarnos a diferentes **retos** que nos han ayudado a superarnos cada día, como el **navegar con la incertidumbre** de la situación y adaptarnos a ella, **adelantar la apertura** de nuestros hoteles de temporada para ser coherentes con nuestro Propósito, **atraer e incorporar** de forma eficiente el talento necesario para dar respuesta al imprevisto *boom* de la demanda, **implementar los procesos de digitalización** desarrollados de una forma ágil y eficiente, ser capaces de satisfacer a nuestros clientes y colaboradores con los recursos de que disponíamos.



---

Haciendo balance de este año creo que podemos estar muy satisfechos porque hemos logrado principalmente avanzar en según lo previsto en nuestro **Plan 8/80 de reducir en 8 años un 80% nuestra huella de carbono**; mantener nuestro **nivel satisfacción de clientes en el 92,2%**; **alargar la temporada de verano** hasta mediados de Noviembre en Menorca y hasta después de Reyes en Asturias; el proyecto **Habitación Solidaria** que iniciamos hace un año, se ha asumido a nivel nacional por parte de Cáritas España y se ha firmado un primer **convenio con la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM)** y al final como consecuencia vamos a poder cerrar el año con resultados positivos.

De la experiencia de este año, creo que la lección más importante que hemos sacado es que en situaciones tan inciertas y complejas como la que estamos viviendo la coherencia y fidelidad a nuestros valores es la mejor estrategia. Mantener y desarrollar unas relaciones de confianza nos hacen ver que sí podemos, desde esta confianza nos impulsa la pasión y la ilusión por avanzar, nos hace liderar iniciativas que nos ayudan a superarnos y a innovar a la vez que generamos un impacto positivo en nuestro entorno. Es decir, nos permite crear un círculo virtuoso que nos permite afrontar una situación incierta y complicada que supone esfuerzo y sacrificio con positividad.

Afrontamos el 2022 con ilusión y confianza en avanzar en nuestro proyecto, teniendo como objetivos principales:

- Seguir avanzando hacia una organización donde todas las personas se sientan identificadas con el Propósito, gocen de **autonomía y sigan desarrollándose como profesionales**
- Lograr superar las **expectativas de nuestros clientes** que depositan su confianza en nosotros para disfrutar de su tiempo de ocio y descanso.
- Seguir avanzando en la **digitalización de procesos** con el objetivo de que las personas dediquen su tiempo en tareas de valor, a la vez que conocemos más y mejor a nuestros clientes lo que nos permite adaptar y mejorar nuestros servicios.
- Seguir con la **ejecución de nuestro Plan 8/80** en la reducción de nuestra huella de carbono.
- Lograr **subir 10 puntos nuestro nivel de Circularidad Hotelera** según la herramienta de medición desarrollada por la Fundación Impulsa Baleares.
- Implementar las **mejoras en instalaciones, procesos y servicios que nuestros clientes** con sus miles de comentarios nos han sugerido durante este pasado año.

Todo ello siendo coherente con nuestros valores, fieles a nuestra misión y con el firme propósito de alcanzar nuestra visión.



Como me decía un entrenador de natación que tuve cuando preparaba mi primer Ironman, “cuanto más cansancio, más técnica”. Igual ahora, cuanta más incertidumbre y volatilidad más fidelidad a Nuestro Propósito.

**Carta de Pepe Díaz.  
CEO ARTIEM.**

# ARTIEM

**ARTIEM**

**ORGANIGRAMA**

**SEDE**

**HOTELES**

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**

# ARTIEM

---

## INSPIRANDO FELICIDAD DESDE 1974.

ARTIEM es una **empresa familiar fundada en 1974** que se encuentra en tránsito de la tercera a la cuarta generación.

Creamos un entorno que favorezca la autonomía de la persona, buscamos la excelencia y ser fieles a nuestro propósito.

**Ayudamos a los clientes a ser felices y somos parte activa de nuestro ecosistema.**

En ARTIEM trabajamos todos los días para conseguir alcanzar nuestro reto personal y empresarial. Si somos felices y hacemos felices a los demás es gracias a nuestra perseverancia en nuestros seis Valores.

Observamos la recompensa de nuestra constante labor en los altos índices de satisfacción de los que confían en ARTIEM y el reconocimiento unánime de que **ARTIEM es algo más que un lugar para dormir.**



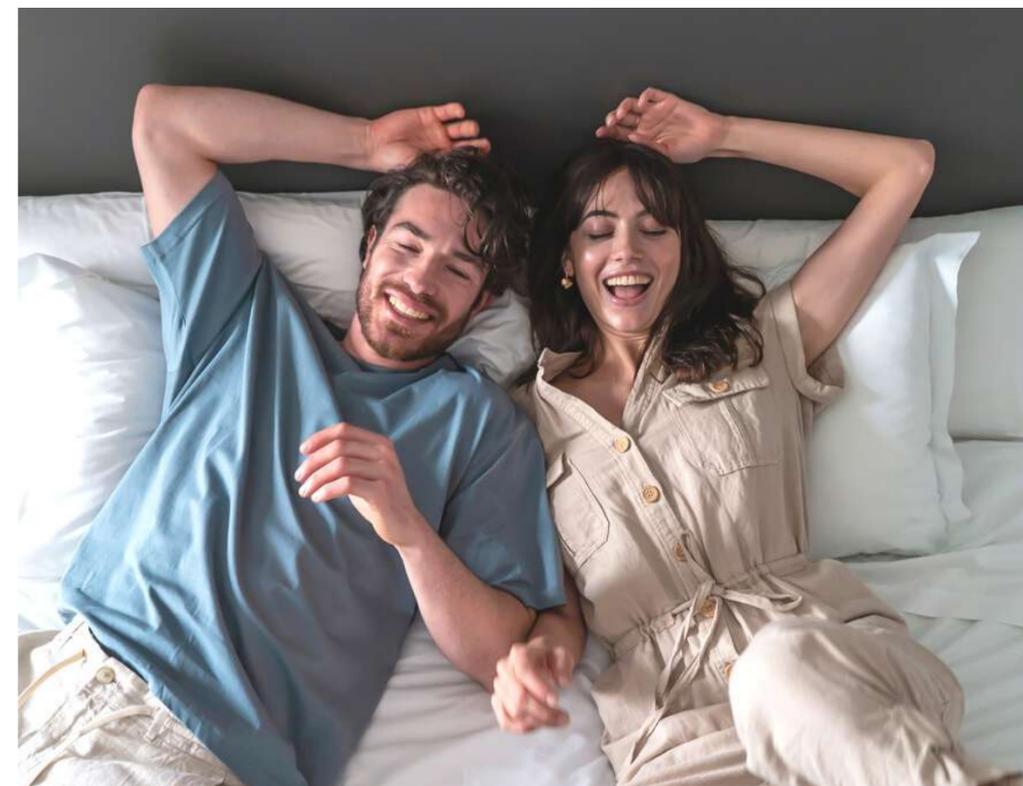
  
**ARTIEM**  
FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE

## VISIÓN Y MISIÓN

---

### 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 Y ALEGRÍA

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.

### INNOVACIÓN

Innovamos haciendo cosas diferentes para transformarnos en una empresa mejor.



### SUPERACIÓN

Nos motiva superarnos cada día como personas.

### INCLUSIVIDAD

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

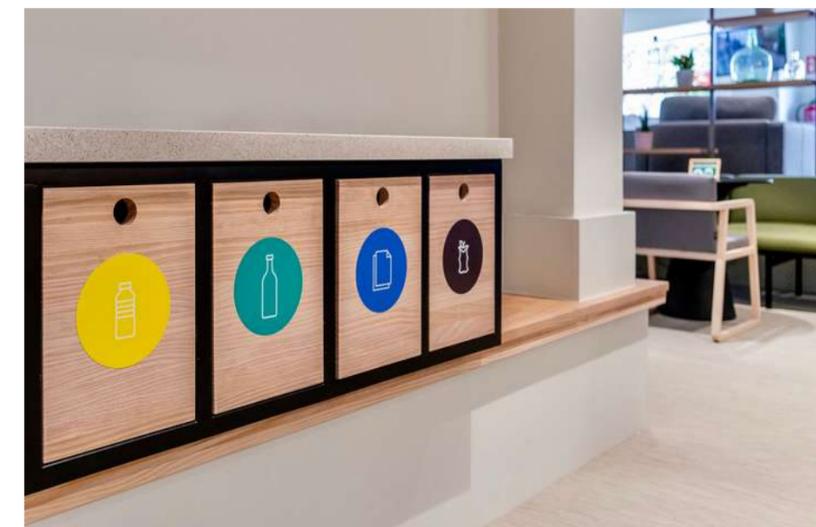
## CERTIFICACIÓN BCORP

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, se deben obtener más de 80 puntos y proporcionar evidencias de prácticas social y ambientalmente responsables, incluidos el suministro de energía, el uso de agua y residuos, la indemnización de los trabajadores, la diversidad y la transparencia corporativa. 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.



**Empresa**  
  
**Certificada**



## NUESTRAS ALIANZAS BCORP

Las empresas Bcorp 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 Bcorp.

Estas son algunas de nuestras colaboraciones:

- **Sheedo:** Creamos un tipología de packaging con impacto positivo hecho a partir de tela vaquera reciclada y papel con semillas.
- **HolaLuz:** Contratamos a este proveedor de energía renovable para los 5 hoteles, el bloque de apartamentos y el edificio de oficinas.
- **Triodos Bank:** 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.
- **Danone:** Se convirtió en nuestro proveedor de yogures.

- **Grupo Consorcio:** Se llevó a cabo un acuerdo especial como alojamiento.
- **Chiesi:** Se llevó a cabo un acuerdo especial como alojamiento.
- **Too Good to Go:** En ARTIEM Capri trabajamos con TooGoodToGo para reducir el desperdicio alimentario.
- **WearePhoenix:** 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.
- **Ocean52:** NoPlasticWater como proveedor de agua de despedida para los clientes que comen su viaje de vuelta.
- **B Retreat 2021:** Primer B RETREAT en España colaborando con más de 20 B Corp en Menorca. Un retiro de 3 días donde 20 B Corp se reunieron en Menorca para generar vínculos y sinergias organizado por ARTIEM.
- **RosaParks:** Rosa Parks pasa a ser la agencia "corporativa" para ayudar a ARTIEM a rentabilizar su propósito, ser coherente con el mismo y mejorar como BCORP.
- **Anoche Tuve un Sueño:** ARTIEM como alojamiento y acuerdo firmado.

## B RETREAT EN ARTIEM HOTELS.

B RETREAT nace desde la necesidad de compartir presencialmente con las personas de la comunidad de empresas B Corp.

El propósito de este encuentro era afianzar las relaciones entre las personas y las empresas que forman parte de la comunidad B Corp en España. Durante 3 días hospedamos este evento en el hotel ARTIEM Audax en Cala Galdana. Tuvimos la oportunidad de tener conversaciones y decidir acciones concretas a lo largo de estos días llenos de aprendizajes.

Conocer a las personas "Bcorp", compartir experiencias de las que surgieron iniciativas nuevas como algunas que se mencionan esta página fue el impacto positivo del evento.





## SEDE

---



**Sede Corporativa:** Red Turística Menorquina, S.L.  
(en adelante "La Empresa")

**N.I.F.** nº B07041825.

**Calle:** C. Capifort, 6 - bajos, 07714 Mahón, Islas  
Baleares, España

**Teléfono:** +34 971 35 69 35

**Email:** artiem@artiemhotels.com

**Web:** www.artiemhotels.com

**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. En nuestras oficinas damos soporte a los hoteles y nos esforzamos día a día por hacer que en nuestros hoteles todo vaya como la seda.

En las oficinas están Dirección General, los departamentos de Personas y Bienestar, Finanzas y contabilidad, Sistemas, Compras, Ventas, Comunicación y Marketing.

### **Sistemas de gestión:**

Conscientes de que cada proyecto tiene sus peculiaridades, hemos definido nuestro modelo de gestión según las siguientes formas básicas:

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.

# HOTELES

---

Número de hoteles: 5  
 Número de habitaciones: 525  
 Total Ingresos 2021: 11.243.962 €

1975



## ARTIEM Capri

\*\*\*\*

Mahón (Menorca)  
 82 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



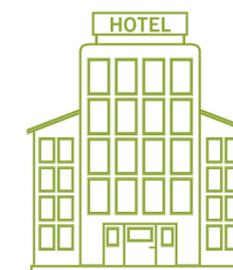
## ARTIEM Carlos

\*\*\*\*

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



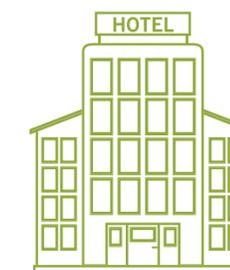
## ARTIEM Madrid

\*\*\*\*

Madrid (zona Arturo  
 Soria)

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

2018



## ARTIEM Asturias

\*\*\*\*\*

Quintueles-  
 Villaviciosa (Asturias)

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

# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Esta imagen atractiva de futuro se convierte en 4 objetivos estratégicos que son:

1.- Que la Fresh People, viviendo TODOS los Valores ARTIEM, sea feliz.

- 1.- KPI1: Happyforce. Happyforce scores
- 2.- KPI2: Valores ARTIEM
- 3.- KPI3: GPtW Trust Index

2.- Queremos ser una Love Brand. Queremos clientes enamorados de ARTIEM.

KPI1: Seguidores / Fans / UGC (User generation contend) de referencia de las Love Brand.

KPI2.- NPS de referencia de las Love Brand.

3.- Mejores cada día, satisfaciendo simultáneamente nuestro entorno, personas y resultados.

KPI1.- Dispersión / Equilibrio de cada variable respecto al objetivo

KPI2.- Mejora de cada variable respecto al objetivo

4.- Ser un referente por los resultados sostenibles basados en la generación de valor.

KPI1: ROCE (retorno sobre capital empleado).

KPI2: Productividad (valor añadido bruto/nº empleados).

KPI3: EBITDA sobre Ventas (caja generada sobre ventas).



## CUMBRE DE ARTIEM

### DEFINICIÓN DE LA VISIÓN DE ARTIEM 2019-2028

Tras la finalización del plan en 2015-2018 nos planteamos el plan estratégico para los siguientes años.

Para lograr la involucración y el compromiso real de toda la organización realizamos la cumbre utilizando la metodología de **Indagación Apreciativa**.

**Mediante la realización de la Cumbre desarrollamos el Plan de acción de 2019-2028.**

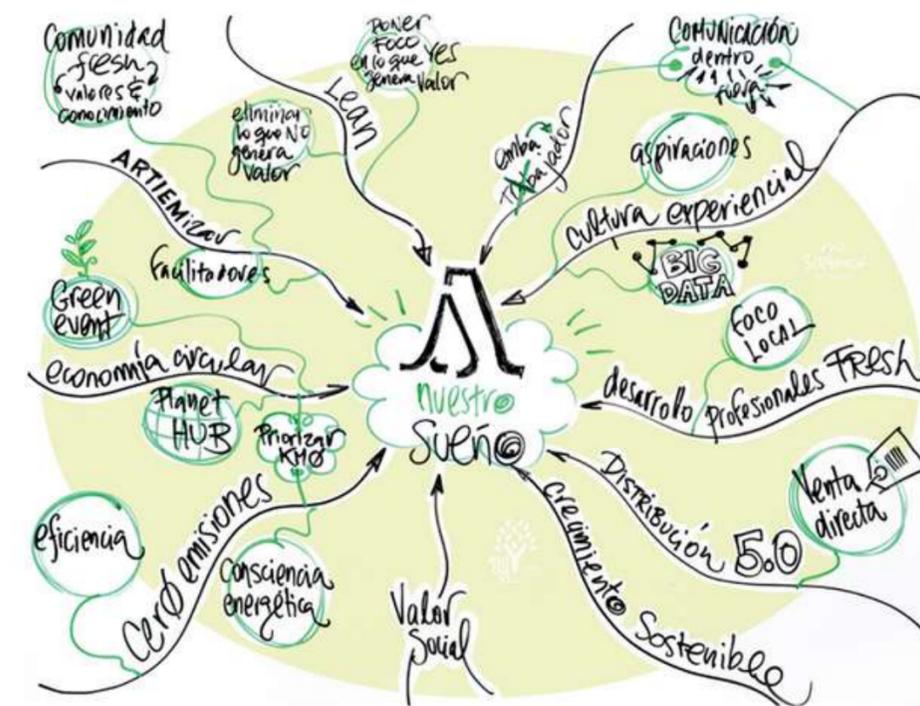
Durante tres días participaron 87 personas de todos los centros, de todos los niveles y con la premisa de todos con igualdad de voz. Gracias a la realización de esta dinámica desarrollamos una visión compartida donde detectamos las 8 áreas de oportunidad:

- Economía Circular: ser un referente en el sector.
- Emisiones cero: lograr los objetivos de reducción.
- Cultura Lean: lograr la máxima eficiencia con la máxima satisfacción.
- Cultura Experiencial: vender experiencias.
- Distribución 5.0: canal ARTIEM como ventaja competitiva.
- Valor Social: de la filantropía al Impacto
- Creamos Embajadores: el Propósito como ventaja competitiva.
- Crecimiento Sostenible: monetizar el valor intangible.

En una segunda fase se realizaron distintas “mini cumbres” donde participó el resto de la organización.

Los resultados de la cumbre fueron:

1. Realización de un plan estratégico alineado con la visión de la organización y el asentamiento de unas líneas de trabajo denominadas Áreas de Oportunidad.
2. Participación de las personas a todos los niveles y co-creación de este plan.
3. Mayor cohesión entre las personas.



## ¿CÓMO LOGRAR NUESTROS OBJETIVOS?: ÁREAS DE OPORTUNIDAD

A partir de la Cumbre detectamos las 8 áreas de oportunidad que han sido nuestros objetivos durante todo el 2021.

### 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.

Dentro de esta Área han surgido distintos proyectos:

- Segregación de residuos orgánicos para preparar compost.
- Reciclaje de textiles y uniformes.
- Eliminación del plástico de un solo uso.
- Implantación del sistema de agua microfiltrada.

### EMISIONES CERO

ARTIEM tiene el objetivo de reducir al máximo las emisiones a la atmósfera de sus operaciones. Con el fin de impulsar nuestro proyecto 8/80 en 2021 eliminamos el gasoil y aumentamos la generación de energía mediante fotovoltaicas.

### 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 procedimentar 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. Con esto las personas se sienten valoradas, les ayuda a trabajar mejor y les permite desarrollar su potencial. Los proyectos más relevantes se han centrado en el departamento de Pisos de los hoteles y la organización de la oficina central.

### 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, si no por la experiencia completa que van a vivir en nuestros establecimientos. Con la ayuda de todos y cada uno de los que formamos la Freshpeople podemos aportar nuestra mejor versión para conseguir que cualquier momento pueda ser una experiencia transformadora y memorable para un cliente.

Creemos que de este modo seremos capaces de dejar nuestra huella en aquello que hacemos, escuchamos, contamos y vivimos.

Las personas que participan en el desarrollo de las experiencias pueden ver el impacto que provocan en las personas y, en consecuencia, sentirse reconocidos y agradecidos. En creación de esta cultura experiencial han participado las personas de varios departamentos de ARTIEM.

## ÁREAS DE OPORTUNIDAD

### 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. Para ello, hemos hecho modificaciones y ajustes tanto de nuestra página web, como del uso de herramientas para mejorar la relación con el cliente, incluyendo la inteligencia artificial como la mejora de los procesos operativos en la recepción de los hoteles. Fruto de estas iniciativas por un lado nos ha permitido en 2020 y 2021 nuestra venta directa suponga cerca del 40% algo muy relevante en nuestro sector. En 2021 una cifra de negocio, nuevo, de up-selling y cross-selling equivalente al **1% de la facturación total de la compañía.**

### 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.

Estos son algunas de las acciones que hemos realizado:

- Crear experiencia social clientes e informativa con QR asociaciones
- Postres Solidarios
- Rincón Solidario de venta en cada ubicación de los hoteles 100% recaudado para las asociaciones

**Desde el inicio de esta iniciativa se han realizado 40 iniciativas en los distintos centros .**



## CREANDO EMBAJADORES

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

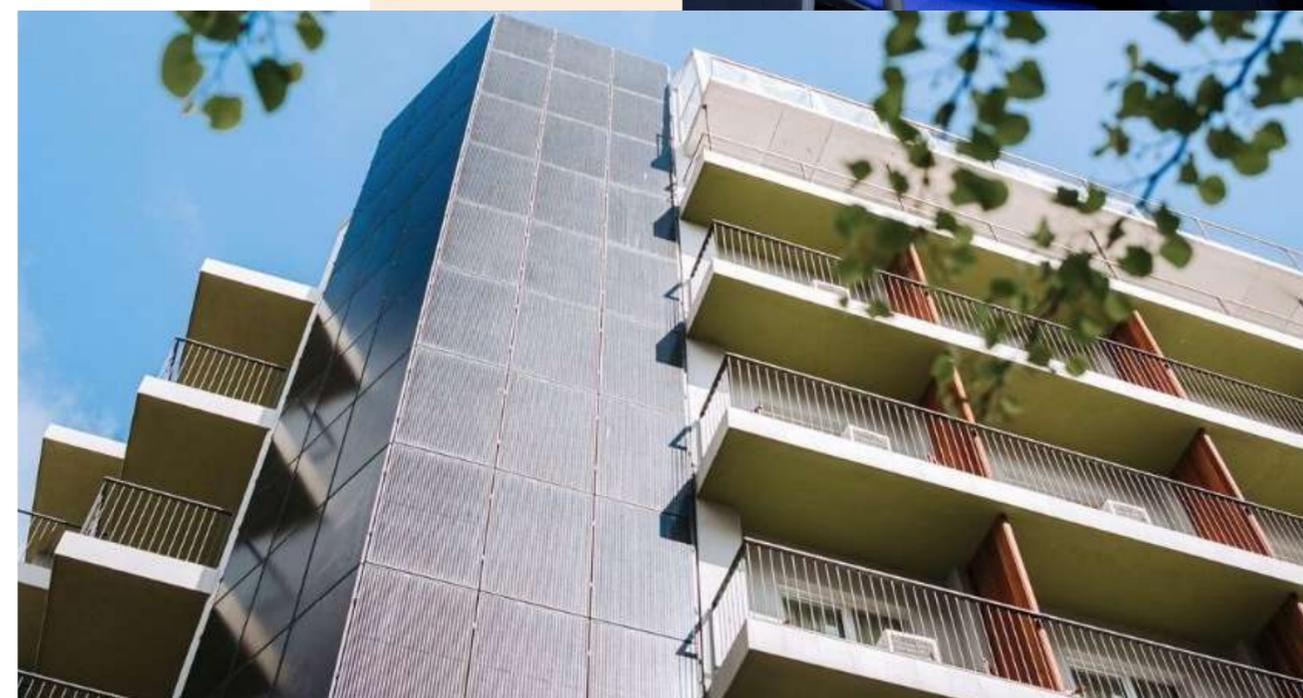
El proyecto “Creamos Embajadores” tiene 3 proyectos clave:

- Embajadores: El cambio de TRABajadores y convertirnos en EMbajadores. Todos podemos ser líderes e inspirar a otras personas a dar lo mejor de sí mismos mejorando en nuestro día a día siguiendo y difundiendo los valores de ARTIEM.
- Artiemizar: Es “estandarizar” al estilo ARTIEM para que clientes externos e internos lo reconozcamos y nos reconozcamos en todo lo que hacemos con la excelencia como único límite.
- Desarrollo Profesionales Fresh: El principal objetivo de este proyecto era que la Freshpeople pudiese crecer personal y profesionalmente, dominando la propia especialidad y conociendo al máximo la de nuestros compañeros.

## CRECIMIENTO SOSTENIBLE

Queremos fundamentar nuestro crecimiento en la creación y valorización de nuestros intangibles. Este objetivo principal quiere duplicar ingresos cada 5 años fortaleciendo nuestra cultura.

- Incrementar los ingresos manteniendo la capacidad alojativa.
- Incrementar la experiencia del cliente aportando valor
- Cultura como producto
- Comercializar soluciones
- Sistemas de medición de las 3Ps



## OBJETIVOS 2021-2022

---

- 1.- QUE LA FRESHPEOPLE, VIVIENDO TODOS LOS VALORES ARTIEM, SEA FELIZ.
- 2.- QUEREMOS SER UNA LOVE BRAND. QUEREMOS CLIENTES ENAMORADOS DE ARTIEM.
- 3.- MEJORES CADA DÍA, SATISFACIENDO SIMULTÁNEAMENTE NUESTRO ENTORNO, PERSONAS Y RESULTADOS.
- 4.- SER UN REFERENTE POR LOS RESULTADOS SOSTENIBLES BASADOS EN LA GENERACIÓN DE VALOR.

RELEVANCIA  
PARA LOS  
GRUPOS DE  
INTERÉS.

ALTA		4	1
		3	2
MEDIA			
MODERADA			
	MODERADA	MEDIA	ALTA

RELEVANCIA PARA EL NEGOCIO.

# People

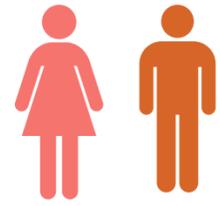
**INFORMACIÓN**

**COMPROMISO CON LA FRESHPEOPLE**

**COMUNICACIÓN**

**COMPROMISO SOCIAL**

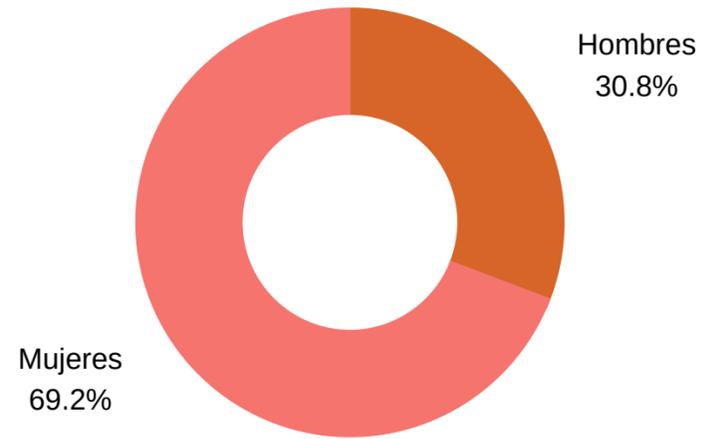
# 235 Freshpeople



## INFORMACIÓN FRESHPEOPLE

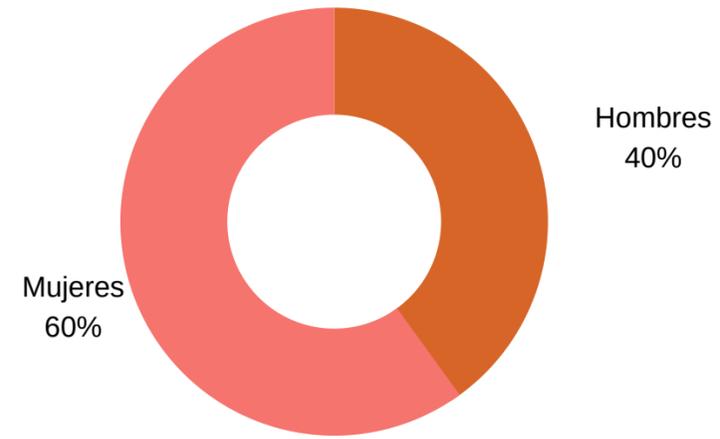
FreshPeople

195



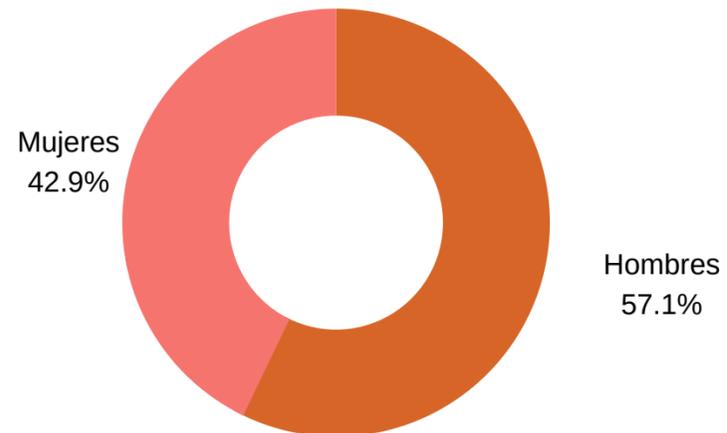
Líderes Nivel 2:

5



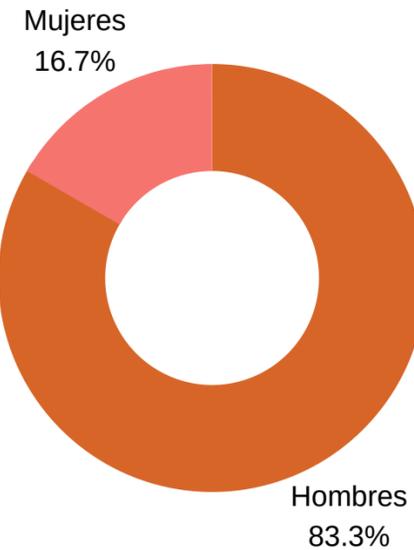
Líderes Nivel 1:

28



Directivos:

6



**Jornada completa**

**Tiempo parcial**

**224**

**11**

**Mujeres**

**Hombres**



**150**



**85**

**Edades:**

**Por antigüedad:**

25 años o menos: **25**

26 a 34 años: **47**

35 a 44 años: **73**

45 a 45 años: **62**

55 años o más: **28**

menos de 2 años: **65**

Entre 2 y 5 años: **65**

Entre 6 a 10: **43**

Entre 11 a 15: **32**

Entre 16 a 20: **13**

Más de 20 años: **17**

Durante el 2021 nuestra FreshPeople ha recibido 3384 horas de formación.



# COMPROMISO CON LA FRESHPEOPLE

---

## INSPIRAR A LAS PERSONAS A SER FELICES

Para lograr nuestro Propósito tratamos de que todos nuestros procesos de negocio ayuden a nuestros clientes a “activar las palancas” que el profesor de psicología de la Universidad de Harvard Tal Ben-Shahar distingue en las personas felices.

Cuales son:

- **Construir relaciones profundas e íntimas.**
- **Simplificar nuestra vida: meditar, leer, (monotarea).**
- **Llevar un estilo de vida saludable.**
- **Dejar que las emociones fluyan.**
- **Expresar gratitud.**
- **Actividades que nos proporcionen significado y placer.**

## FRESHPEOPLE© JOURNEY

El eje central de ARTIEM está en las PERSONAS. Por eso, nuestra FreshPeople© necesita acompañamiento durante todo el proceso de incorporación.

Las decisiones y acciones que se ponen en marcha, están siempre sustentada por los **Valores ARTIEM**:

- Nos basamos exclusivamente en relaciones de **confianza**.
- Nos apasiona lo que hacemos y lo transmitimos con **alegría**.
- Todos somos **líderes**, inspirando a los demás a dar lo mejor de sí mismos.
- **Innovamos** haciendo cosas diferentes, para transformarnos en una empresa mejor
- Nos motiva **superarnos** cada día como personas.
- Creamos prosperidad **sostenible** para todos a través de nuestra integración en el entorno.



Para ello se ha creado el 'FreshPeople© Journey con el objetivo de dar confianza a las personas que vienen nuevas a formar parte del equipo ARTIEM y transmitir nuestros valores.

Hay 3 periodos claves en el FreshPeople© Journey:

1. Pre Contratación
2. Onboarding
3. Offboarding

### Pre-Contratación.

Cada posición por cubrir tiene una descripción de la vacante, que cuenta con una breve descripción del puesto, las funciones principales a desarrollar en el mismo, las competencias, experiencia y la formación requerida.

Las candidaturas seleccionadas para las entrevistas son, en primer lugar, analizadas en función a los Valores ARTIEM (confianza, pasión y alegría, liderazgo, innovación, superación, e inclusividad) para poder ser tenidos en cuenta para seguir en el proceso.

En el proceso de selección se involucran a las partes directamente relacionadas con esa posición, dándole el liderazgo a los responsables.

Una vez seleccionado el candidato, se le envía email con condiciones de contratación & ARTIEM Experiences. En este envío, principalmente se pretende dar confianza al candidato, confirmando todo lo hablado por escrito y haciendo hincapié en la importancia de los Valores ARTIEM, y las Experiences que queremos que viva y comparta, siendo parte de la FreshPeople© Family



## Onboarding

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

### Procedimiento:

- Primer día: Le damos la bienvenida al hotel y realizamos una visita por las instalaciones presentándole a los compañeros
- Primeros pasos: realizamos un plan de acogida por parte de Personas y Bienestar, organizamos una formación inicial del puesto por parte del responsable y pedimos opinión a la nueva incorporación sobre este proceso.
- Comienzo del programa 'Cómplice - Ahijado': Un miembro de la FreshPeople© es nombrado el cómplice de la persona que comienza, será el que le acompañe en el conocimiento de la filosofía y forma de trabajar de ARTIEM.
- 15 días después del inicio: Realizamos una formación para la asimilación de APPS internas, ofrecer la valoración inicial y realizamos la sesión de 'Te escuchamos' con Personas y Bienestar.
- Evaluaciones mensuales: Tenemos un protocolo mensual de comunicación. Realizamos diferentes evaluaciones donde el manager ofrece información al talento; realizamos Focus Group con miembros del departamento de Personas y Bienestar; las puertas de las oficinas del CEO y del departamento de Personas y Bienestar están siempre abiertas; utilizamos un canal de comunicación transversal constante en Happy Force.
- 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 a los recién llegados del Bono Fresh para disfrutar las experiencias ARTIEM (spa, actividad deportiva ARTIEM y restauración).



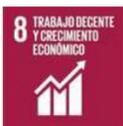
## Offboarding

El proceso de offboarding es esencial para agradecer a los talentos 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 Happy Force.

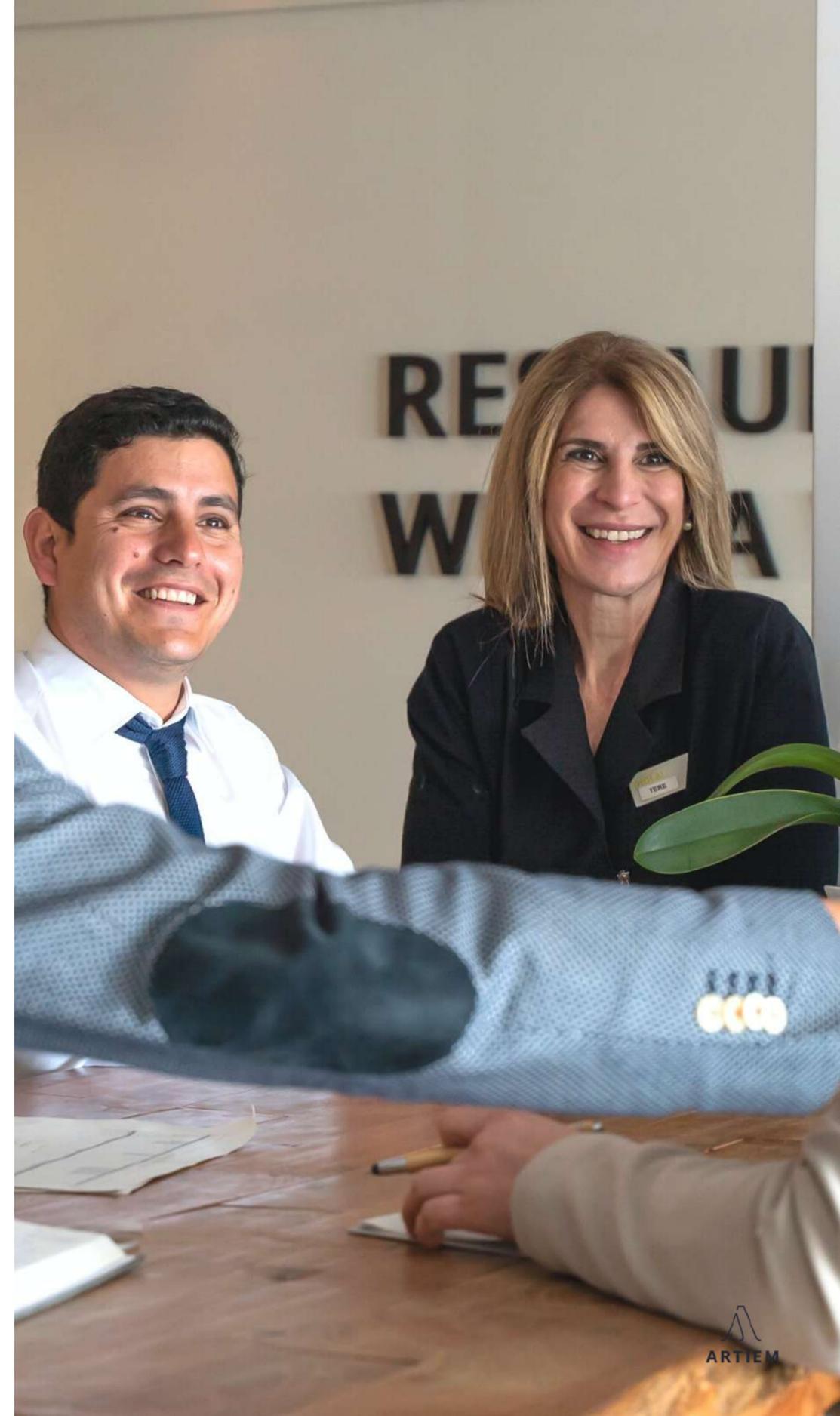


## PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Desde el departamento de Personas & Bienestar se realizan anualmente 2 auditorías internas al año, en materia de Prevención de Riesgos Laborales (PRL). 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.

Este año al haber personas que cambiaron de departamento y/o de centro, se hizo más hincapié en este tema, para que todos estuviesen con las formaciones y las prevenciones ajustadas a cada puesto.



## GREAT PLACE TO WORK

El proceso de análisis, evaluación y certificación Best Workplace España es un proceso que nos ha permitido crecer y ser mejores día a día en los últimos 9 años. Este proceso se lleva al cabo desde Great Place to Work, empresa especializada en análisis de clima de empresas y consta de un cuestionario de 78 preguntas dirigidas al trabajador cuya opinión es lo más importante y de una auditoría de nuestra cultura corporativa.

**Nos complace anunciar que somos la única empresa turística que durante 9 años consecutivos (desde 2014) hemos estado entre las 50 mejores empresas para trabajar en España según Great Place to Work.**



## VENTAJAS FRESHPEOPLE

Hay un descuento especial para toda la FreshPeople y sus familiares directos. Tenemos un 20% de descuento en todos los servicios ARTIEM y en todos los hoteles. Además, 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, etc) para que nos sea aplicado el mismo descuento que hacen a ARTIEM, en una compra particular para la FreshPeople.

## DISTRIBUCIONES DE LAS PRIMAS POR DEPARTAMENTOS

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.

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.

Por la situación vivida en 2021 no se pagaron primas.

## SALUD Y BIENESTAR

Desde 2013 tenemos un programa de media hora semanal de "entrenamiento" en todos los departamentos con el fin de mejorar los movimientos posturales. Para ello realizamos ejercicios de fortalecimiento musculares y divulgamos hábitos saludables.

Debido a la pandemia, en 2021 no hubo sesiones en ningún centro de ARTIEM aunque esperamos recuperarlo durante el próximo 2022.



## DIVERSIDAD ES INCLUSIVIDAD

Desde hace 10 años colaboramos con distintas entidades como *Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca* y *Down Madrid* para acercar las personas con discapacidad al mundo laboral, que en 2021 representaron el 2,62% de nuestra plantilla.

## RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

En la web de ARTIEM hay un apartado donde los candidatos pueden entregar su CV y mantenerlo actualizado.

En el proceso de selección participan los jefes de departamento y los directores de los hoteles, además de la directora del Departamento de Personas y Bienestar.



# COMUNICACIÓN

## CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Continuamente se busca la forma de poder llegar a todas y cada una de las personas que forman ARTIEM.

Desde el departamento de Personas & Bienestar se han ido ampliando las vías y utilizando los siguientes canales de comunicación:

- Mail
- Teléfono
- Instantánea/nuevas tecnologías: Happyforce
- Cara a cara/personal
- Entrevistas de salida
- Encuestas comedor de personal para poder mejorar la calidad del servicio ofrecido.

## Happy Force

Consiste en una plataforma de feedback que permite una comunicación honesta y transparente entre los empleados y la empresa.

Consideramos que es una manera de poder llegar a todas y cada una de las personas que quieran participar de una forma sencilla y visual a través de una APP móvil, manteniendo el anonimato de cada empleado que participe.

No solo se trata de una herramienta que nos permite medir el clima laboral de manera continua, sino que también sirve como:

- **Buzón de sugerencias** que ha permitido implementar cambios en el día a día.
- **Plataforma de preguntas y encuestas.** A través de Happy Force lanzamos encuestas y preguntas sobre aspectos de la empresa.



## ARTIEM Wiki

Hemos creado un equipo en Teams, donde hay diferentes canales de comunicación por áreas donde se guarda toda la documentación.

De este modo, los empleados tienen acceso a toda la información relevante para su puesto y procesos internos.

Poco a poco se va alimentando con todos los manuales y los videos explicativos que se han ido haciendo por áreas.

# COMPROMISO SOCIAL



## DESARROLLO CON PARTNERS AFINES A NUESTROS VALORES



La creciente demanda de nuevas necesidades de nuestros clientes y el compromiso de contribuir a la economía local, nos ha llevado a profundizar en alianzas con diferentes actores de nuestro entorno.



### Compromiso Social:

AECC  
Cáritas  
Raitana



Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca  
Down Madrid  
Amaqtedu



### Medioambiente:

0 Plastic  
Plasticfree Menorca  
Menorca Preservation



### Deporte:

Camí de Cavalls 360°  
Elitechip  
Dani Molina Triatleta

### Finanzas:

Triodos Bank  
Caixabank

### Proveedores:

Sa Cooperativa del Camp  
Panaderia Pedro  
Dalrit  
Comercial Catchot

**Este “compromiso con la prosperidad sostenible de nuestro entorno” es lo que hace de ARTIEM un gran lugar para trabajar.**





## MEMBRESÍAS Y PATRONATOS

- Vicepresidente Confederación Asociación Empresarial de Baleares (CAEB).
- Vicepresidencia Asociación de Cadenas Hoteleras de Baleares (ACH)
- Presidencia de Honor y Vocal Junta Directiva del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)
- Patrono FUNDACIÓN IMPULSA BALEARS.
- Vocal Consejo Asesor Territorial CAIXA BANK.
- Presidente Plataforma Tecnológica del Turismo. THINKTUR.
- Socios Fundación Empresa y Clima.

La participación se materializa en forma de:

- Participación activa 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.

## HABITACIÓN SOLIDARIA

Desde ARTIEM tenemos como finalidad recaudar fondos de forma continua para ayudar a suplir las necesidades de alimentación de una familia media colaborando con **Cáritas**.

Con este fin, en ARTIEM hemos identificado en cada uno de nuestros hoteles una habitación que denominamos **habitación solidaria**.

La totalidad del importe de la reserva de estas habitaciones va destinado a Cáritas quien emite al cliente un certificado de la donación realizada. De esta forma el donante tiene constancia del destino de su dinero y recibe un certificado de donación.



**Desde que empezamos el proyecto en 2020 hasta finales de 2021, hemos recaudado 62.666,27 euros.**

Además, con esta acción queremos potenciar el orgullo de pertenencia entre la FreshPeople, mejorar nuestra notoriedad de Marca y conectar con una demanda social creciente que impulsa el compromiso de las empresas con la prosperidad de la comunidad.

## APORTAM

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.

Actualmente, el **18% de nuestros proveedores cumplen estos criterios sostenibles**.



**La habitación con vistas a un mundo mejor**

**The room with a view to a better world**



## COLABORACIONES ENTIDADES SOCIALES Y CULTURALES.

En ARTIEM colaboramos con diferentes entidades que promueven y sostienen actividades culturales como son Amics de s'Òpera y Fundació Hospital de la Isla del Rey.

Apoyamos a centros comerciales locales, compartimos con los colectivos vulnerables el género que queda al cerrar los hoteles y con fundaciones de personas con capacidades especiales en programas de inserción laboral.

A través de donativos en forma de inscripciones a carreras solidarias o venta de material promocional ayudamos asociaciones contra el cáncer u otras enfermedades raras.



## COMPROMISO CON LA FORMACIÓN

ARTIEM colabora con institutos y universidades de distintos países para períodos de prácticas de estudiantes (FORST).

Diferentes directivos de nuestro equipo colaboran como ponentes en casos como la Universidad San Telmo que analiza el caso ARTIEM en sus asignaturas de gestión empresarial.

ARTIEM Es patrono de la cátedra de turismo de San Telmo Business School.



---

# Planet

**CONSUMOS 2021**

**RESIDUOS 2021**

**CUIDADO MEDIOAMBIENTAL**

# CONSUMOS 2021

## Suministros por estancia ARTIEM Audax

Electricidad (kWh)	Agua (l)	Propano (l)
18,09	269,93	0,1

## Suministros por estancia ARTIEM Capri

Electricidad (kWh)	Agua (l)	Propano (l)
15,450	222,16	1,32

## Suministros por estancia ARTIEM Carlos

Electricidad (kWh)	Agua (l)	Gas (l)	Propano (l)
10,68	185,81	0,483	0,046

## Total generado ARTIEM Audax

Emisiones (t CO2)	kWh Fotovoltaica
800,789	47,209

## Total generado ARTIEM Capri

Emisiones (t CO2)	kWh Fotovoltaica
338,805	41,756

## Total generado ARTIEM Carlos

Emisiones (t CO2)	kWh Fotovoltaica
178,409	28,821



### Suministros por estancia ARTIEM Asturias

Electricidad (kWh)	Agua (l)	Propano (l)
36,08	473,77	3,083

### Total generado ARTIEM Asturias

Emisiones de (t CO2)
268.590 CO2

### Suministros por estancia ARTIEM Madrid

Electricidad (kWh)	Agua (l)	Propano (l)
19,815	143,837	1,67

Emisiones (t CO2)
249.084 CO2



El objetivo de ARTIEM es reducir al huella de carbono de sus operaciones. A través del proyecto 8/80 que comenzamos en 2018, queremos reducir el 80% de las emisiones generadas en nuestros hoteles en 8 años.

Para ello, apostamos por las energías renovables y realizamos un plan de reducción de los suministros eliminando en algunos de nuestros hoteles el uso del gasoil.

En 2021 hemos generado a través de las fotovoltaicas 105.441 kWh, lo que equivale a un 4,7% de la energía de nuestros hoteles.

Sabemos que no es suficiente, por eso, nos enfocamos en el día a día por reducir el consumo de los suministros.

En comparación a 2019 hemos **reducido** en todos nuestros hoteles un **14% el consumo eléctrico, un 25% el consumo de agua, un 85% el consumo de gasoil y un 30% el gas general.**

**En comparación a 2019 hemos reducido un total de 20,9% nuestras emisiones en todos nuestros hoteles.**



# RESIDUOS 2021

## Kilos por estancia ARTIEM Audax

Papel	Envases	Vidrio
0,15	0,055	0,161

## Kilos por estancia ARTIEM Carlos

Papel	Envases	Vidrio
0,51	0,19	0,32

## Kilos por estancia ARTIEM Capri\*

Papel	Envases	Vidrio
n.d.	0,03	0,06

\*Peso extraído de los contenedores de los hoteles ubicados en la calle



## MATERIALES PELIGROSOS RECICLADOS EN 2021

Cada hotel de ARTIEM recoge el aceite usado en restauración por empresas certificadas que garantizan su procesamiento de forma correcta.

De cara a 2022 queremos buscar una colaboración local con alguien que pueda fabricar jabones para ARTIEM en Menorca reaprovechando este residuo.

En 2021, la producción de residuos peligrosos fue mínima, debido a la baja operatividad de los hoteles o a la no reposición de algunos elementos (luminaria). Por esta razón no disponemos de los datos de consumo.

Asimismo, aunque la normativa indique que hay que retirarlos de forma semestral, contamos con entregarlos a nuestro gestor autorizado en la primera entrega útil del 2022.

	Audax	Capri	Carlos	Total
Aceite usado (kg/año)	350	10	170	530



**INNOVANDO PARA SER MEJORES CADA DÍA**  
**INNOVATING TO BE BETTER EVERY DAY**

Los beneficios no son el objetivo sino la consecuencia de hacer las cosas bien.  
*Profits are not the goal but the consequence of doing things well.*



¿QUIERES SER UNA EMPRESA MEJOR  
CON UN COMPROMISO DE GENERAR  
UNO EN NUESTRO ENTORNO. ¿NOS AYUDAS?

DO YOU WANT TO BE A BETTER COMPANY  
WITH A COMMITMENT TO MAKING A POSITIVE  
DIFFERENCE IN OUR ENVIRONMENT. WILL YOU HELP US?

# CUIDADO MEDIOAMBIENTAL

## REAPROVECHAMIENTO DEL CICLO DE AGUA EN ARTIEM AUDAX



El ARTIEM Audax dispone de un sistema de osmosis inversa que genera el agua necesaria para el proceso de lavado de menaje del hotel. Esta osmosis genera un rechazo de agua que oscila entre los 900 m<sup>3</sup> y los 1000 m<sup>3</sup> año.



En el 2019 este rechazo se canalizó hacia el depósito de acumulación de las piscinas externas y del spa del hotel. Como resultado, el 100% del agua necesaria para el mantenimiento de las piscinas procede de este rechazo que equivale aproximadamente a 800 m<sup>3</sup> de la piscina exterior y a 800 m<sup>3</sup> del spa.



Además, se han instalado unos depósitos acumuladores que recogen el agua que procede de la limpieza de los filtros de la piscina. Con esta acción hemos optimizado el ciclo del agua en el Hotel Audax y le hemos dado un triple uso: para limpieza del menaje, para aportar en las piscinas y finalmente para el riego de los jardines.



## SISTEMA DE RECUPERACIÓN DE CALOR DE LOS EQUIPOS DE CLIMATIZACIÓN

Optimizamos nuestro control del clima/temperatura usando el aire caliente producido por la maquina de aire acondicionado para generar agua caliente sanitaria.

## PLACAS FOTOVOLTAICAS Y CARGADORES ELÉCTRICOS

Un entorno libre de humos favorece en la salud de todos sus habitantes. En nuestra lucha por reducir las emisiones queremos impulsar el uso de coches eléctricos. Por eso, hemos instalado cargadores dobles para coches eléctricos en los hoteles ARTIEM Audax, Carlos, Capri y Asturias.

Entre 2019 y 2021 hemos instalado placas fotovoltaicas en ARTIEM para obtener energía limpia en nuestros hoteles:

ARTIEM Audax: 30 kWp  
Alojamiento personal "Yuma": 50 kWp  
ARTIEM Capri: 18,6 kWp  
ARTIEM Carlos: 30 kWp

## REDUCTORES CAUDALES GRIFO

Todos nuestros grifos, tanto de duchas como de lavabos, llevan un reductor de caudal que permite ahorrar agua.



## LIMPIEZA DEL LITORAL

En junio de 2021 iniciamos una limpieza del litoral en colaboración con 0 plastic. **En la expedición se recogieron alrededor de 327 Kg de plástico y cerca de 2.500 micro-plásticos fueron retirados de las costas de Menorca.**

Un 15% de los plásticos recogidos, concretamente botellas PET y tapones de botellas, serán reutilizados para fabricar la suela de las sandalias Menorquinas Pwani.

Un grupo de personas voluntarias de ARTIEM que fuimos en kayak recogimos 5,3 kg de plástico. Además, desde ARTIEM donamos 650 € a la fundación y abonamos 210 € para el uso de los kayaks.



## PROYECTO SOSTENIBILIDAD 8/80

En 2017 fijamos el objetivo de reducir un 80% la huella de carbono en 8 años ideando un plan de acciones e inversiones hacia el objetivo.

Los principales objetivos son:

- Minimizar el impacto ambiental a o “casi-cero” emisiones.
- Ser un ejemplo de modelo de gestión para el desarrollo de iniciativas similares.

Desde 2020 hemos eliminado el Gasoil en el Hotel ARTIEM Audax.

### Resultados 2021:

- Sensibilización de la FreshPeople
- Rentabilización del capital invertido del 17%.
- Logro de un 45% del objetivo previsto para 2026.
- Creación de una red de personas que nos permite compartir buenas prácticas.
- Eliminación de 58.000 litros de gasoil.

## RECOGIDA DE LA MATERIA ORGÁNICA

En 2019 comenzamos a recoger el desperdicio alimentario en el hotel ARTIEM Capri. La materia orgánica en el hotel es recogida por el ayuntamiento de Mahón y convertida en compost para el campo. Con esta iniciativa queremos potenciar la economía circular en nuestro hotel y en la isla de Menorca.

Junto con este proyecto hemos empezado una campaña de concienciación del cliente acerca del desperdicio alimentario.

**De lo que no hemos podido reducir hemos recogido un total de 3.453 kilos de materia orgánica para convertirlos en compost.**

Tenemos prevista la implantación de la práctica en todos los hoteles. La recogida y la gestión de residuos dependerá de la colaboración de los diferentes ayuntamientos.

Por otro lado, en Madrid recogimos 918 kg de agosto a diciembre, lo que equivaldría a un 0,13kg por estancia.



## REDUCCIÓN O ELIMINACIÓN DE ENVASES DE UN SOLO USO.

En 2020 fijamos el objetivo de eliminar el uso del plástico en nuestras operaciones y en nuestro entorno.

Para ello trabajamos en dos líneas:

1. Nos adherimos al movimiento 0 Plastic. Con el objetivo de involucrar a más personas y organizaciones de todas partes de España,
1. Redujimos y eliminamos del plástico en nuestras operaciones. Con este objetivo se ha diseñado un plan para eliminar los envases de plástico como botellas de agua, pajitas, búsqueda de nuevos tipos de envases o de mayor tamaño o reutilizables.

**¡En 2021 eliminamos 64.000 botellas de plástico!**

Además, hemos iniciado una alianza con la empresa Oceans 52, empresa Bcorp, que distribuye agua en envase sostenible y destina el 52% de sus beneficios a proyectos de preservación de los océanos.

Para ello, Plasticfree Menorca realizó un diagnóstico del estado actual del uso de los plásticos donde hemos obtenido una puntuación de 3 estrellas. Nuestro objetivo para el 2022 es lograr las 4 estrellas.

En 2021 redujimos los envases de un solo uso buscando sustitución de éstos por envases de granel o la eliminación de los mismos. **Este año hemos conseguido que el 65% de las botellas de vidrio de cerveza ofrecidas en nuestros hoteles sean retornables.**

En 2015 empezamos a eliminar los botes de jabón y champú de un solo uso en las habitaciones y los sustituimos con dispensadores rellenables y en los años siguientes cambiamos todos nuestros *amenities* por productos sostenibles o reutilizables. **En 2021 finalmente eliminamos todos los rastros de plástico tanto en restauración como en habitaciones.**



## RECICLAJE DE TEXTILES - UNIFORMES

Debido a la rotación del personal, utilizamos muchas prendas durante muy poco tiempo. Por eso, nos hemos puesto manos a la obra y hemos iniciado un plan para darles una segunda vida y abordar una necesidad social.

- Hemos donado prendas sin logo ARTIEM a Cáritas
- Hemos estado clasificando y pesando todas las prendas estropeadas y textiles de nuestros hoteles para luego reciclarlas

**¡En 2021 recogimos en total 586,55 kg de ropa!**

De este total de kg recogidos el 25% de esta ropa fue reintroducido en el mercado y el 75% fue destinado a una reconversión textil.



## COLABORACIÓN CON MENORCA PRESERVATION FUND

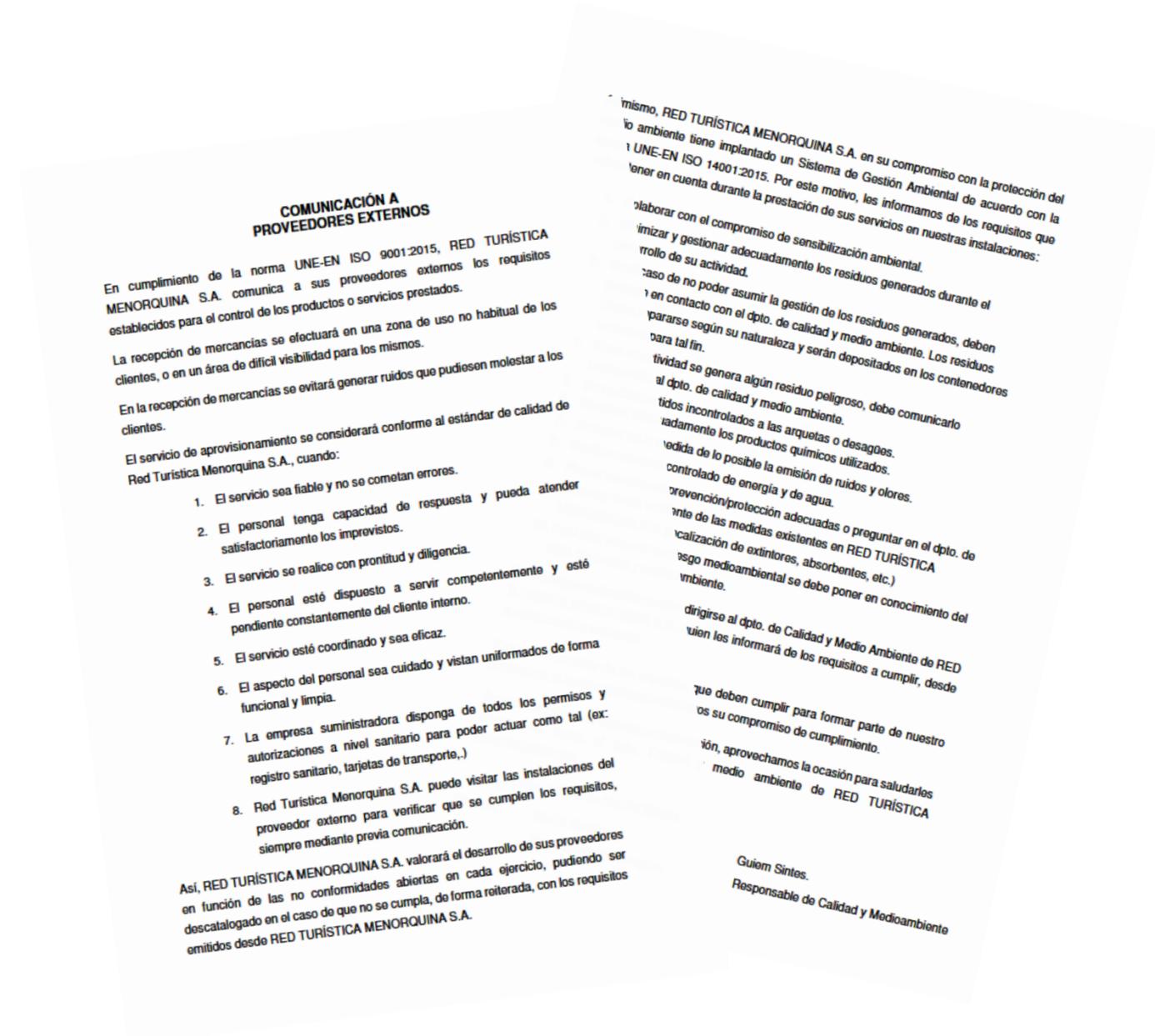
En 2021 iniciamos la campaña de "en ARTIEM no tiramos la toalla". La finalidad de esta acción es donar a Menorca Preservation Fund el equivalente de los cambios de toallas de piscina que cobramos a los clientes para concienciarlos en la necesidad de reducir los lavados. Este 2021 hemos logrado una recaudación total de 200 € correspondiente al ARTIEM Carlos



## COMPROMISO PROVEEDORES

Para ARTIEM es esencial trabajar con colaboradores que comparten nuestros mismos valores. Por eso, solicitamos a nuestros proveedores unos requisitos para el control de nuestros productos y servicios, que tienen en cuenta la calidad y el impacto medioambiental en nuestras instalaciones.

Para ello, enviamos un comunicado compartiendo nuestros requerimientos y abrimos los canales de escucha en el caso que tengan alguna duda.



# Profit

**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS**  
**MODELO DE NEGOCIO**  
**FILOSOFÍA DE GESTIÓN**  
**CULTURA DE LA EXCELENCIA**  
**DATOS ECONÓMICOS**  
**EFICIENCIA E INNOVACIÓN**

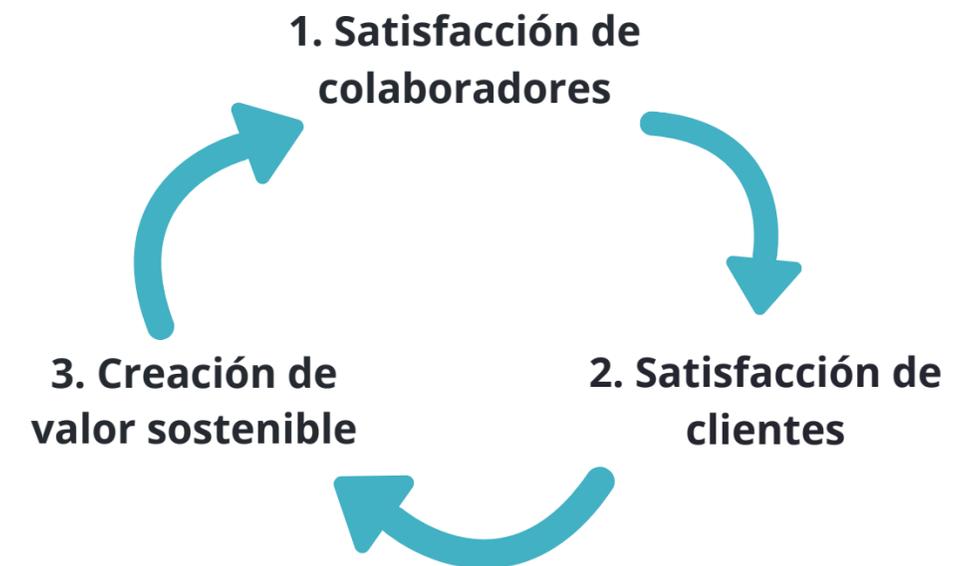
# OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

---

En ARTIEM hemos mantenido como prioridad la aplicación de una estrategia que sea sostenible a largo plazo, al objeto de minimizar el impacto de los ciclos económicos que afectan a nuestro negocio.

Por este motivo, hemos seguido una política de reinversión de nuestros beneficios, pero conservadora en el crecimiento del número de establecimientos hasta no tener desarrollado un modelo de negocio propio.

Los resultados de nuestra gestión quedan suficientemente reflejados en la evolución de nuestros tres grandes objetivos estratégicos



## SATISFACCIÓN DE COLABORADORES

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 45 hora por persona y año.

Hemos desarrollado una serie de políticas que nos han ayudado a ser considerados por todas las personas que trabajamos en ARTIEM como un Best Workplace. Para medir la satisfacción de nuestros equipos utilizamos dos herramientas:

- Modelo Great Place to Work que nos da una visión de un momento del año.
- App Happy Force: Que permite monitorizar en tiempo real el estado de las personas, así como compartir, opinar, proponer ideas, agradecer...

## SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Para ARTIEM es sumamente importante cuidar de nuestra reputación. Por ello confiamos en herramientas como Review Pro que te dan una fotografía en tiempo real con su indicador Global Review Index (mide la satisfacción del cliente) de cómo está valorada por los huéspedes la empresa.

**La valoración media que los clientes hacen de nuestros hoteles en las redes sociales y portales con TripAdvisor, Expedia, Booking, Google y otros es 92,4%**

### The Green.

Hemos trasladado del concepto de sala VIP de los aeropuertos a los hoteles ARTIEM Madrid y ARTIEM Capri, eliminando la restauración tradicional, ampliando el horario de servicio tradicional a 24h, proporcionando una oferta adaptada a las necesidades del cliente de negocios.



## CREACIÓN DE VALOR SOSTENIBLE

Conscientes de que las ventajas competitivas residen en los intangibles, hemos apostado por una estructura formada por un equipo de personas de un elevado nivel de formación y motivación.

Hemos aplicado una política fiscal a largo plazo: reducción de la carga fiscal optimizando la política de amortizaciones.

Aplicación de criterios de amortización acelerada de activos, adecuándolas a la vida útil de nuestro modelo de negocio.

La visión a largo plazo del accionariado: política de reinversión de beneficios y no reparto de dividendos.

Los resultados de la compañía son poco sensibles al ciclo.

Para medir las cinco consideraciones que nos permiten crear valor lo hacemos con dos indicadores:

- ROIC (Retorno del Capital Empleado)
- EBITDAR s/Ventas.

## Empuje para la desestacionalización de nuestros destinos.

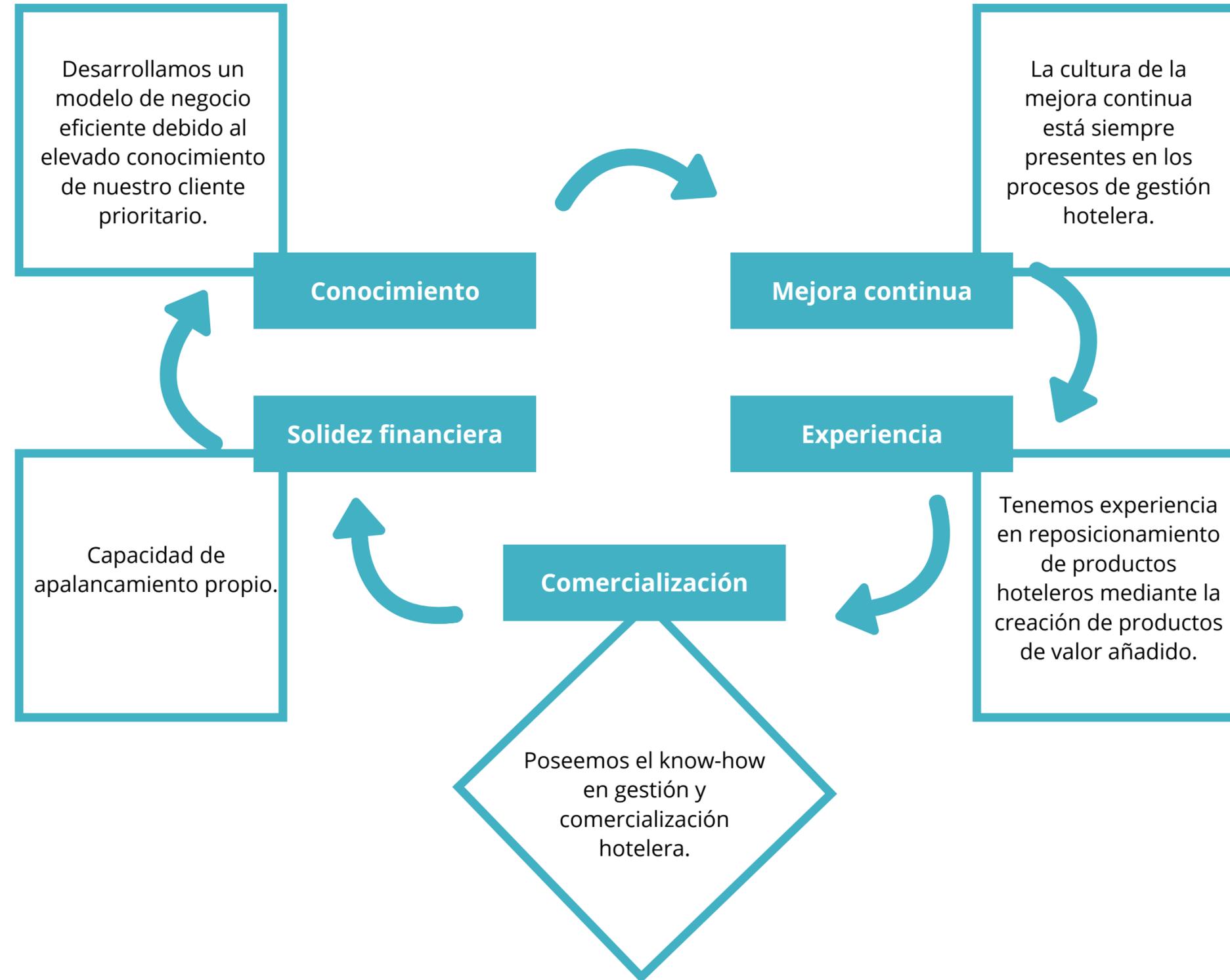
Con el fin de crear valor queremos empujar la desestacionalización, La estacionalidad conlleva los siguientes riesgos:

- Dificultad para atraer y retener talento.
- Necesidad de, en poco tiempo, rentabilizar inversiones que cada vez son mayores.
- Baja rentabilidad de los activos, que limita la reinversión y por lo tanto la pérdida de competitividad.
- Congestión temporadas punta, con su impacto en la población local.
- Necesidad de ayudas de la administración para el mantenimiento de la población.

En ARTIEM queremos ver este reto como una oportunidad, por eso, desde 1998 estamos trabajando para anticipar la apertura y retrasar el cierre de nuestros hoteles. Somos los primeros que abrimos y los últimos que cerramos, alargando dos meses más temporada tradicional tanto en Menorca como en Asturias



# MODELO DE NEGOCIO



ARTIEM es una empresa familiar de capital menorquín, con sólida base profesional, que nace en 1974 con vocación de permanencia.

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.

## FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

La realización de esta estrategia es posible porque combina los factores claves de éxito de nuestro modelo: Satisfacción Colaboradores, Satisfacción 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.

El crecimiento de ARTIEM se basa en los siguientes principios:

- Tiene que permitir desarrollar nuestra misión y valores como compañía.
- Tiene que suponer una oportunidad para fortalecer o desarrollar nuestras capacidades operativas:
  - Excelencia en la gestión.
  - Eficiencia e Innovación
  - Personas
- Tiene que permitirnos crear valor como compañía capitalizando y rentabilizando los activos tangibles e intangibles existentes.
- 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.
- Incorporación de la 4ª generación en 2015.

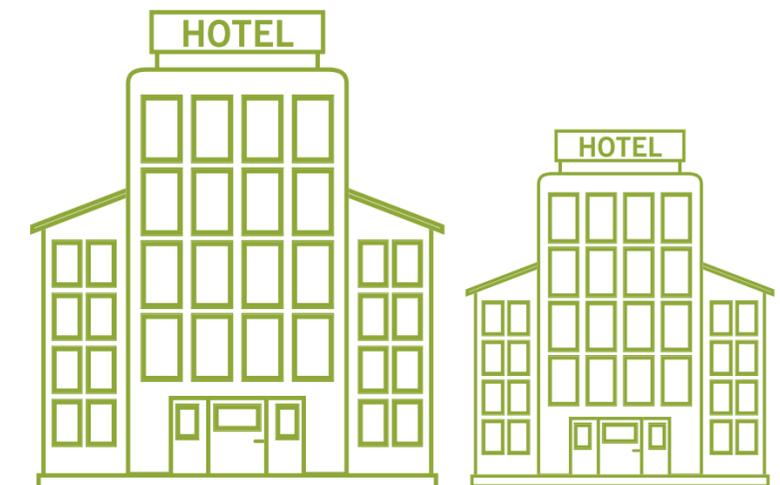
## AMPLIACIÓN DE NEGOCIO

A finales del 2014 actualizamos nuestro plan estratégico que nos permitió seguir trabajando para lograr nuestra visión a través de nuestros tres objetivos estratégicos (Satisfacción de personas, Brand Equity, Performance).

**Para lograrlo tenemos el imperativo de ser capaces de incrementar el valor de ARTIEM y, por lo tanto, detectamos la necesidad de crecer.**

El crecimiento entre los años 2015 al 2018 supone incrementar nuestro Ebitdar un 90%, lo que nos obliga a incorporar nuevos establecimientos, pero siempre de acuerdo a nuestra VISION de CRECIMIENTO según lo explicado anteriormente.

En diciembre de 2015 incorporamos el ARTIEM Madrid y el diciembre 2017 el ARTIEM ASTURIAS.



## FILOSOFÍA DE GESTIÓN

### NO SE TRATA DE DIVIDIR LA TARTA, SINO DE HACERLA CRECER

La estrategia de crear valor a todos los *stakeholders*, no es sólo rentable sino que nos ayuda a crear ventajas competitivas sostenibles.

#### CIRCULO VIRTUOSO

Trabajamos para que la FreshPeople de ARTIEM sea un equipo de **personas comprometidas** con su entorno y felices en su trabajo. Gracias a ello, proporcionan bienestar y satisfacción a nuestros huéspedes buscando la excelencia en el servicio, de tal forma que éstos nos ayudan a crecer como empresa.

#### WIN-WIN

Creemos que para lograr la prosperidad de nuestro entorno y de nuestros *stakeholders*, no es solo nuestra responsabilidad como empresa, sino que es una forma de lograr **ventajas competitivas sostenibles**.



# SOMOS LA PRIMERA COMPAÑÍA HOTELERA DE EUROPA Y TERCERA DEL MUNDO EN LOGRAR LA CERTIFICACIÓN BCORP.

## CULTURA DE LA EXCELENCIA



- Creamos prosperidad sostenible para todos a través de nuestra integración con el entorno.
- Hacemos participe a nuestro huésped de las actividades de preservación y mejora de nuestro medio natural.
- Colaboramos con entidades sin ánimo de lucro en proyectos contribuyendo económicamente y con tiempo de dedicación de nuestra gente.
- Realizamos programas de difusión de nuestra cultura y tradiciones.
- Hemos firmado el Código Ético Mundial para el Turismo con el fin de demostrar nuestro compromiso con el turismo responsable y sostenible.
- Consumimos y difundimos los productos autóctonos y la gastronomía local.
- Trabajamos para lograr la integración de nuestros proveedores locales en nuestra cadena de valor.
- Disponemos de Sistemas de gestión altamente desarrollados en nuestros hoteles.
- Tenemos un sistema de información para estar constantemente en comunicación con todos los miembros del equipo.
- Participamos de forma destacada en asociaciones hoteleras de ámbito nacional como ITH y local, como Ashome y Fundación Impulsa Balears. Participamos como ponentes en numerosos foros y congresos.
- Personalizamos y desarrollamos la cultura del detalle.
- En 2021 renovamos las certificaciones ISO para todos los hoteles y la EMAS para ARTIEM Audax.



Committed Entity

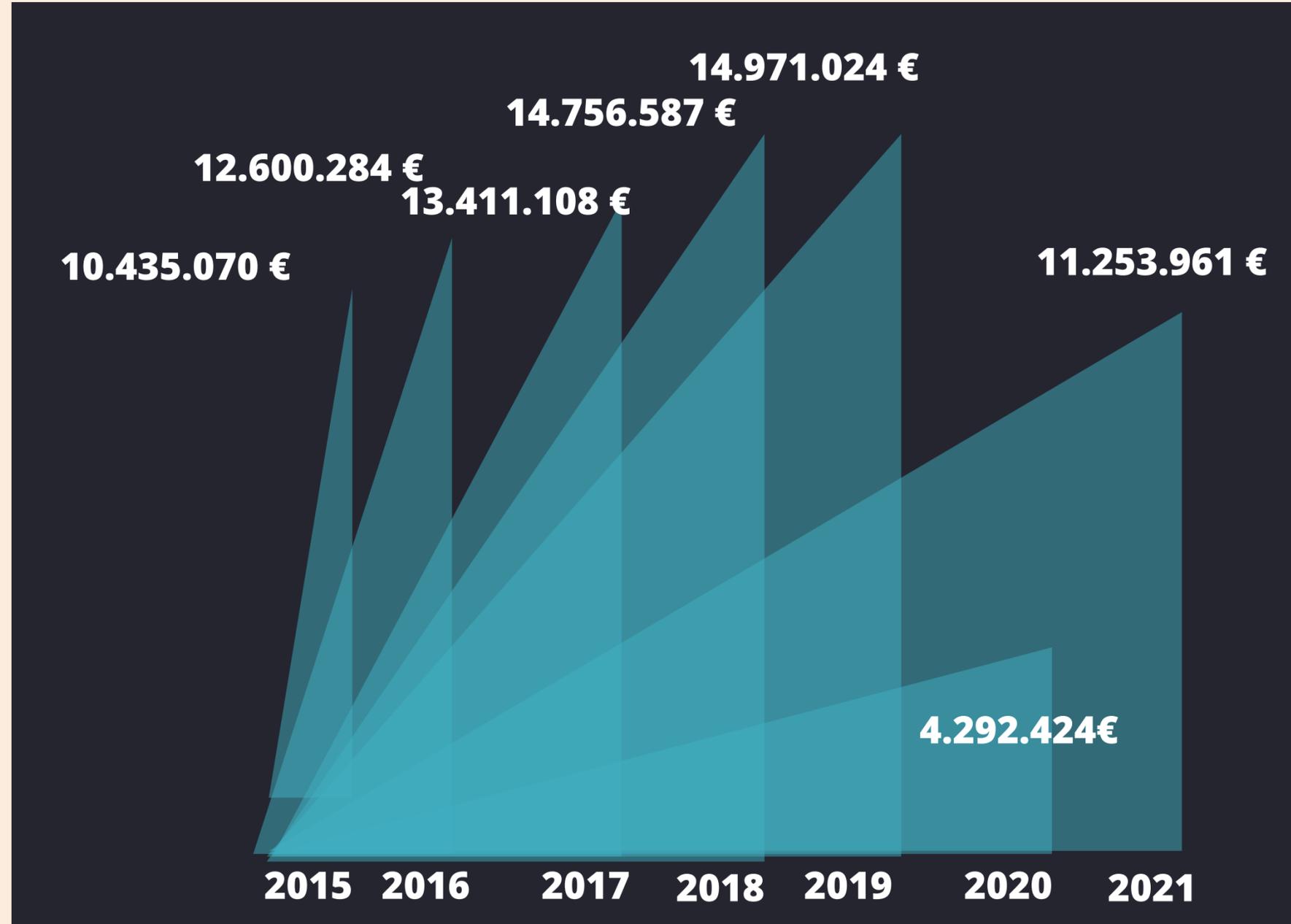


## RECONOCIMIENTOS.

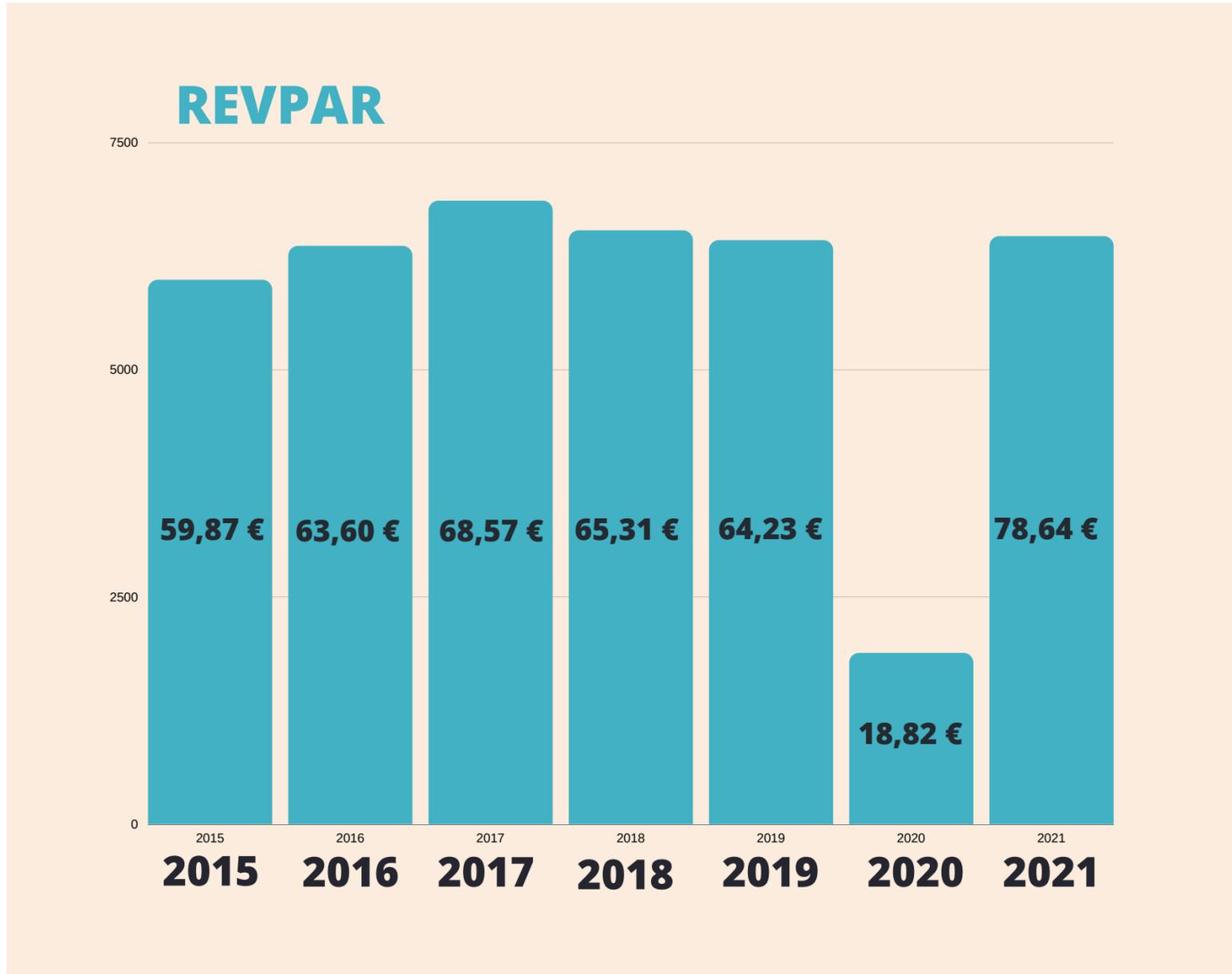
- Recibimos nuevos reconocimientos en los premios Travellers' Choice de TripAdvisor. ARTIEM Madrid tiene el gusto de estar entre los 25 mejores de España y ARTIEM Carlos entre los 25 más románticos de España (última actualización 2019)
- El tour operador TUI ha reconocido al hotel Audax con esta distinción durante los últimos 7 años por el nivel de la prácticas sostenibles que desarrolla.
- Obtención del premio Caixa Bank 2021 Nacional y de Baleares:
  - III Edición Premios H&T - Mejores iniciativas 2020 - fase nacional, primer premio "Categoría empresarial solidaria"
  - III Edició Premis H&T - Millors iniciatives 2020 Direcció Territorial Balears - "Categoría empresarial solidàries"



## DATOS ECONÓMICOS

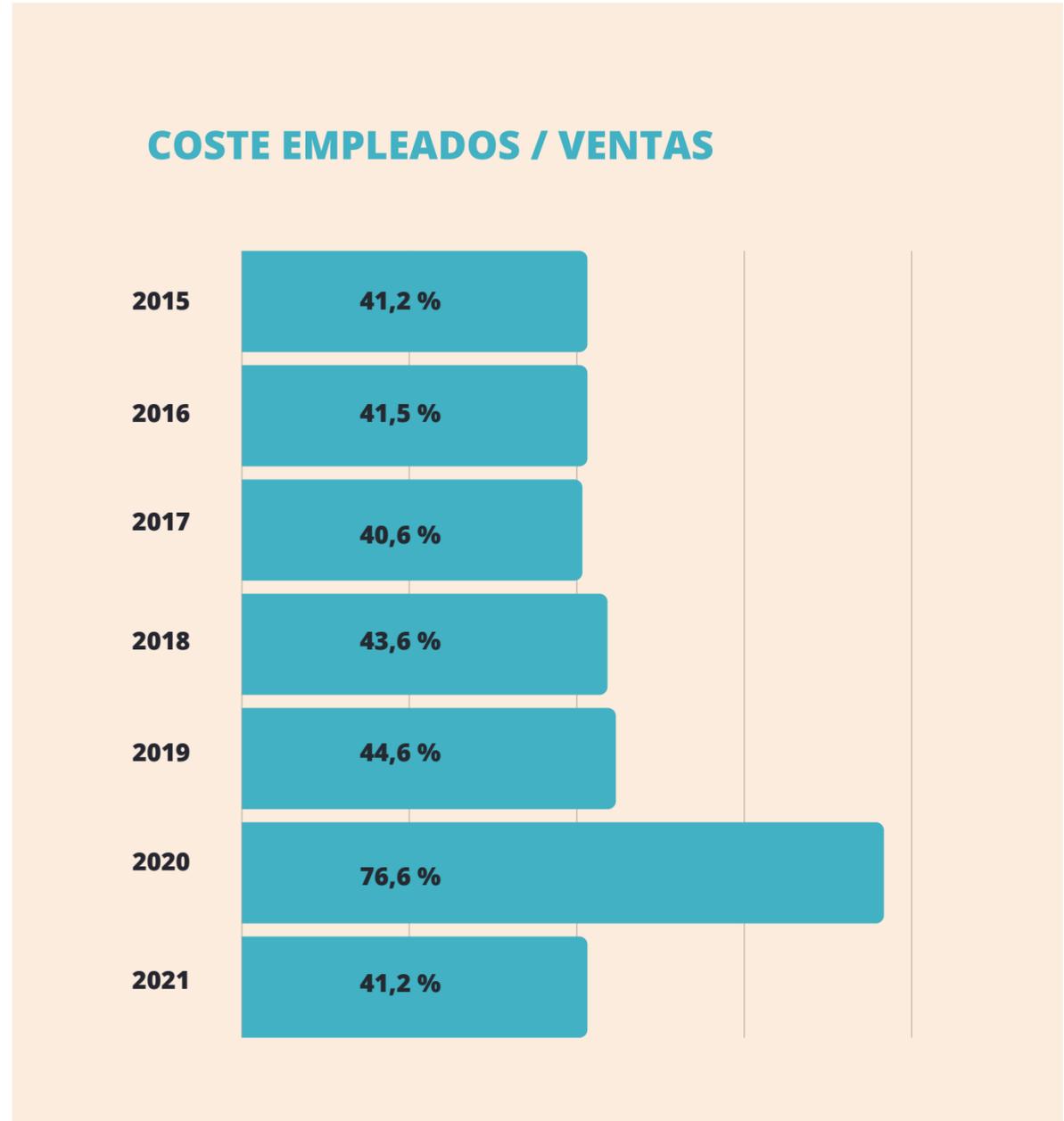
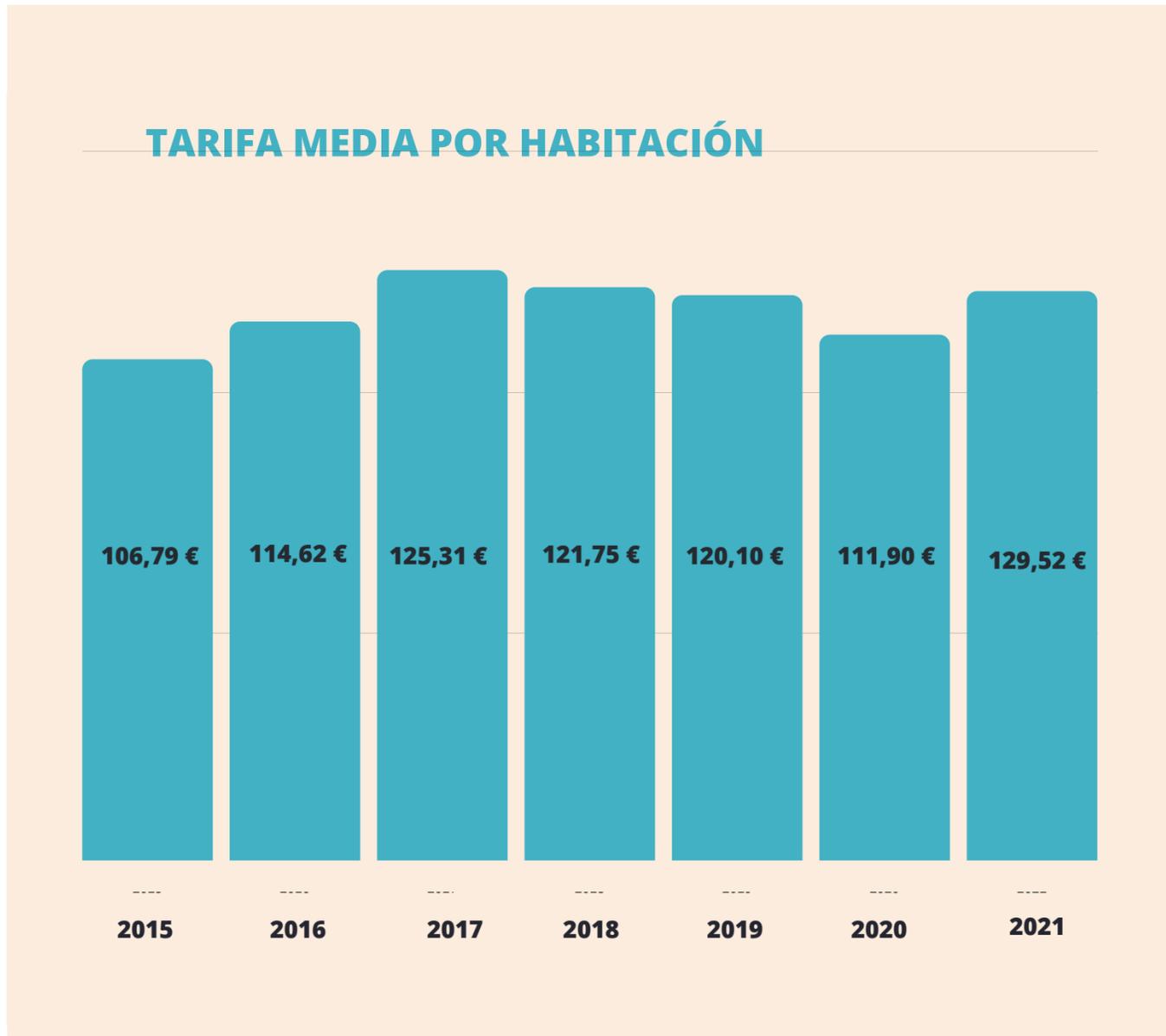


En 2021 hemos conseguido recuperar buena parte del terreno perdido en 2020 como consecuencia de la pandemia. A pesar de que la crisis sanitaria ha seguido condicionando nuestra operación, hemos sido capaces de diversificar los mercados internacionales e impulsar el nacional. De esta forma se ha podido equilibrar la cuenta de resultados. No obstante, seguimos estando lejos de los niveles habituales, con apenas 11 millones de facturación. Paralelamente, hemos mantenido los niveles de calidad y contenido los costes operativos. De esta manera se han sentado las bases para el crecimiento futuro una vez se haya estabilizado la situación sanitaria.

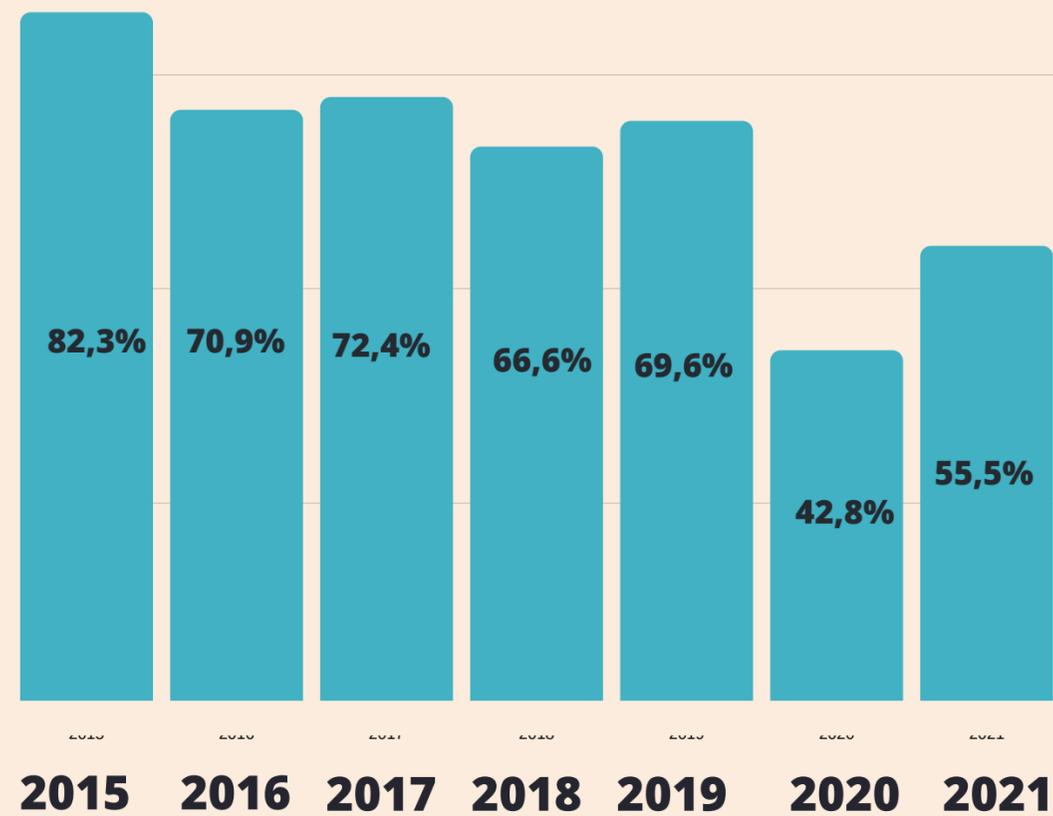


El impulso del RevPar está ligado al crecimiento de las tarifas medias y a un menor periodo de operación. Al haber incrementado substancialmente la venta directa, se ha mejorado el mix de tarifas y como consecuencia la tarifa media agregada ha podido crecer de forma significativa. En definitiva, hemos vendido más caro, pero sobre todo hemos vendido más a través de los canales con tarifas más elevadas

En 2021 hemos llegado al objetivo global de 64,47 RevPAR.



## OCUPACIÓN



## BENCHMARK CON DATOS DEL SECTOR

La tasa media anual de ocupación se ha recuperado sensiblemente pero sigue siendo inferior a cualquier año normal. La temporada alta ha sido relativamente buena pero lejos de lo habitual. No obstante, el efecto ha sido muy desigual entre los diferentes hoteles.

Los de ciudad, especialmente Madrid, han sufrido las consecuencias de la pandemia y han experimentado una ocupaciones inauditamente bajas. Los hoteles vacacionales, en cambio, han tenido una ocupación razonable.

# EFICIENCIA E INNOVACIÓN



## EFICIENCIA DE PROCESOS

En 2021 hemos continuado mejorando en nuestros procesos con el fin de ser eficientes de una manera innovadora.

### Cultura Lean.

El objetivo de Lean es desarrollar una cultura hacia una organización más eficiente mediante unos cambios en los procesos del negocio con el fin de incrementar la velocidad de respuesta por medio de reducción de desperdicios, costes y tiempos, logrando, además, que las personas trabajen mejor y con un mayor sentido de su propósito.

### Digitalización de la gestión de comandas

Continuamos apostando por el proyecto consiste en digitalizar todo el proceso de gestión de comandas de clientes entre bar, restaurante y cocina.

### Digitalización del proceso de compras ARTIEM

**Temos como objetivo** reducir en un 50% el trabajo administrativo del responsable de compras para poder incrementar el tiempo destinado a temas de gestión. Hemos monitorizado las tareas administrativas para automatizarlas de formas progresiva y describir y documentar el nuevo proceso.

## Domotización

Hemos ampliado el proyecto de monitorización de diferentes contadores de suministros, somos capaces de leer y contabilizar 43 contadores, de los cuales 39 son eléctricos, 2 de gasoil, 6 de agua y 3 de gas. De igual forma monitorizamos 9 lecturas de temperatura.

### Krivaku

En junio del 2017 se puso en marcha la instalación de cintas de transporte de menaje de los restaurantes a cocina (KRIVAKU). El "invento" consiste en una serie de cintas transportadoras de bandejas de menaje que se genera durante el servicio en los restaurantes desde los office hasta la zona de tren de lavado de la cocina.

### EdocAssitant

Hemos desarrollado un software propio y patentado por ARTIEM. Que permite procesar los datos procedentes de los documentos de entrada a la organización independientemente del origen: web, e-mail, carpetas de documentos.

### Software PowerBI

Utilizamos una herramienta para el control de los departamento, mejorar objetivos y estudiar acciones de mejora.

### DHK (Digital House Keeping)

Proyecto permite eliminar completamente el papel en la planificación del trabajo del departamento de pisos y de servicios técnicos.



# Indicadores GRI

## METODOLOGÍA Y ALCANCE DE LA MEMORIA

Esta Memoria de Sostenibilidad de 2021 pone de manifiesto el compromiso de ARTIEM en materia de sostenibilidad y recopila todas las acciones realizadas durante dicho año.

Dentro del alcance de este documento se encuentran nuestros 5 hoteles:

- ARTIEM Capri.
- ARTIEM Carlos.
- ARTIEM Audax.
- ARTIEM Madrid.
- ARTIEM Asturias.

En su elaboración, ha estado presentes en todo momento los responsables de los departamentos correspondientes que aseguran la fiabilidad de los datos, así como la empresa **ético** que ha apoyado en la correcta estructuración de los mismos.







**GRI 103: ENFOQUE DE GESTIÓN.****PÁGINAS**

<b>1. Perfil de la organización.</b>	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	3 3 13
--------------------------------------	--	--------------

**GRI 201: ESTÁNDARES TEMÁTICOS ECONÓMICOS.**

<b>1. Desempeño económico.</b>	201-1 Valor económico directo generado y distribuido. 201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático. 201-3 Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación. 201-4 Asistencia financiera o recibida del gobierno.	55, 56, 57, 58 No aplica No aplica No aplica
<b>2. Presencia en el mercado.</b>	202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local. 202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local.	No aplica No aplica
<b>3. Impactos económicos indirectos.</b>	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados. 203-2 Impactos económicos indirectos significativos. 204 Prácticas de adquisición. 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	No aplica No aplica 51 33
<b>4. Prácticas de adquisición.</b>	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales.	No aplica
<b>5. Anticorrupción</b>	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción. 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción. 205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas. 206 Competencia desleal. 206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.	No aplica No aplica No aplica No aplica No aplica

**GRI 300 ESTÁNDARES TEMÁTICOS AMBIENTALES.****PÁGINAS**

<b>1. Materiales.</b>	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen. 301-2 Insumos reciclados. 301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado.	38, 39 38, 39 38, 39
<b>2. Energía.</b>	302-1 Consumo energético dentro de la organización. 302-2 Consumo energético fuera de la organización. 302-3 Intensidad energética. 302-4 Reducción del consumo energético. 302-5 Reducción en requerimientos energéticos de productos y servicios.	36, 37 No aplica No aplica 36, 37 No aplica
<b>3. Agua.</b>	303-1 Extracción de agua por fuente. 303-2 Fuentes de agua que afectadas significativamente por la captación de agua. 303-3 Agua reciclada y reutilizada.	No aplica No aplica 40
<b>4. Biodiversidad</b>	304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro o junto a áreas protegidas o de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas. 304-2 Impactos significativos de las actividades, productos y servicios en la biodiversidad. 304-3 Hábitats protegidos o restaurados. 304-4 Especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN (Unión Internacional para la conservación de la naturaleza) y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No aplica No aplica No aplica No aplica
<b>5. Emisiones</b>	305-1 Emisiones directas de gases de efecto invernadero (GEI) - Alcance 1. 305-2 Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) - Alcance 2. 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI - Alcance 3. 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI. 305-5 Reducción de las emisiones de GEI . 305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO) . 305-7 Óxidos de nitrógeno (NOx), de azufre (SOx) y otras emisiones atmosféricas significativas.	36, 37 36, 37 No aplica No aplica 36, 37 No aplica No aplica

**GRI 300 ESTÁNDARES TEMÁTICOS AMBIENTALES.****PÁGINAS**

<b>6. Efluentes y residuos.</b>	306-1 Vertido de aguas en función de su calidad y destino. 306-2 Residuos por tipo y método de eliminación. 306-3 Derrames significativos. 306-4 Transporte de residuos peligrosos. 306-5 Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías.	No aplica No aplica No aplica 37 No aplica
<b>7. Cumplimiento Ambiental.</b>	307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental.	52
<b>8. Evaluación ambiental de proveedores.</b>	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con criterios ambientales. 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	No aplica No aplica

**GRI 400 ESTÁNDARES TEMÁTICOS SOCIALES**

<b>1. Empleo.</b>	401-1 Nuevas contrataciones y rotación del personal. 401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados temporales o a tiempo parcial. 401-3 Permiso parental.	29 28 No aplica
<b>2. Relaciones trabajador - empresa.</b>	402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales.	No aplica

**GRI 300 ESTÁNDARES TEMÁTICOS AMBIENTALES.****PÁGINAS**

<b>3. Salud y seguridad en el trabajo.</b>	403-1 Representación de los trabajadores en comités formales trabajador - empresa de salud y seguridad. 403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, absentismo, días perdidos y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional. 403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad. 403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos.	27  No aplica No aplica 29
<b>4. Formación y enseñanza.</b>	404-1 Media de horas de formación al año por empleado. 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición. 404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional.	23 18 25
<b>5. Diversidad de oportunidades.</b>	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados. 405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres.	22, 23 No aplica
<b>6. No discriminación.</b>	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	No aplica
<b>7. Libertad de asociación y negociación colectiva.</b>	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	No aplica
<b>8. Trabajo infantil.</b>	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	No aplica
<b>9. Trabajo forzoso obligatorio.</b>	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso y obligatorio.	No aplica
<b>10. Prácticas en materia de seguridad.</b>	410-1 Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso y obligatorio.	No aplica

**GRI 300 ESTÁNDARES TEMÁTICOS AMBIENTALES.****PÁGINAS**

<b>11. Derechos de los pueblos indígenas.</b>	411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	No aplica
<b>12. Evaluación de los derechos humanos.</b>	412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos. 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre los derechos humanos. 412-3 Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos.	No aplica No aplica No aplica
<b>13. Comunidades locales</b>	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo. 413-2 Operaciones significativas con impactos negativos significativos -reales y potenciales- en las comunidades locales.	No aplica No aplica No aplica
<b>14. Evaluación de los proveedores.</b>	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales. 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas.	No aplica No aplica
<b>15. Política pública.</b>	415-1 Contribuciones a partidos y/o representantes políticos.	No aplica
<b>16. Salud y seguridad de los clientes.</b>	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios. 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No aplica No aplica
<b>17. Marketing y etiquetado.</b>	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-2 Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios. 417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing.	No aplica No aplica No aplica
<b>18 Privacidad con el cliente.</b>	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	No aplica
<b>19. Cumplimiento socioeconómico.</b>	419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	No aplica