

## Bones pràctiques de Responsabilitat Social de les Empreses de Vilafranca del Penedès



# Hotel Mastinell



**Nom:** Hotel Mastinell

**Sector:** Hosteleria

**Activitat :** Allotjament i restaurant

**Nre. Treballadors/es:** 12

**Pàgina web:**  
www.hotelmastinell.com

**Adreça i contacte:**

Ctra. de Vilafranca a Sant Martí Sarroca km 0,5  
08720 Vilafranca del Penedès (Alt Penedès)  
Tel: 931156132

info@hotelmastinell.com



“La nostra filosofia es basa en un compromís sostenible”

### Descripció de l'empresa

A l'Alt Penedès, als peus de la muntanya de Sant Pau, es troba la bodega Mastinell, amb una gran extensió de vinyes pròpies on elaboren caves i vins de qualitat. Amb la finalitat de donar a conèixer als amants del vi tota l'experiència en l'elaboració, recentment han creat al costat del celler l'Hotel Mastinell, un hotel d'alta gamma que defineixen com a centre de turisme enològic, i que disposa d'onze habitacions, una sala de tastos i un centre de convencions per a 160 persones. El projecte es completa amb una àmplia oferta d'activitats al voltant del vi en una zona vitivinícola privilegiada com és el Penedès.

L'Hotel Mastinell forma part d'un grup compostat per cinc hotels, tots de quatre estrelles superiors excepte aquest mateix que té la categoria de cinc estrelles. Es tracta d'un grup d'empreses familiars amb Manuel Valderrama al capdavant i les dues filles, Olivia i Gisela, fent-se càrrec dels diferents negocis. Provenint del sector del manteniment, a l'any 1990 va decidir entrar a l'hoteleria, sempre amb la qualitat del servei i la sostenibilitat com a pilars fonamentals del projecte. Inicialment es va aliar amb el reputat grup hotelier Riu per a complementar la manca d'experiència en la part comercial, i encara mantenen aquesta relació per la bona entesa que sempre han mantingut, a pesar que ara ja disposen d'un coneixement sòlid en tots els aspectes de la gestió hotelera.

El model de negoci que s'ha adoptat en aquest grup d'hotels aposta clarament per la **sostenibilitat social, econòmica i ambiental** amb l'objectiu de marcar una diferència i ser capaços així de captar un tipus de client sensible als impactes ambientals i socials que provoca el turisme.

A més de la voluntat personal de prendre aquesta postura com a opció empresarial, han copsat la **creixent demanda de la clientela**, especialment la procedent de certs països, com els centreeuropeus i nord-americans, la qual cosa els ha fet apostar encara de manera més decidida per aplicar criteris de responsabilitat social.

Pensant en l'**atenció a la clientela** com a focus principal de l'estratègia de gestió de l'empresa, i per tal d'atendre-la millor, des de Mastinell s'ha entès la necessitat de comprendre i dialogar amb la resta dels grups d'interès. Amb el doble objectiu de crear valor econòmic i aquesta voluntat de focalitzar en donar un servei òptim a la clientela, Mastinell genera un constant feedback

“A l’Hotel Mastinell tot respira  
sostenibilitat”

“l’Hotel Mastinell es compromet a  
totes amb el territori”



amb l’equip de treball, la comunitat, els distribuïdors, les institucions locals, altres empreses dels mateix sector del territori, etc.

Des de l’inici, el posicionament és inequívoc en la intenció de minimitzar impactes negatius. La trajectòria empresarial, que sempre ha posat èmfasi en incorporar la sostenibilitat social i ambiental, culmina amb l’últim hotel que s’està construint a Barcelona i que ha rebut la qualificació A en eficiència energètica.

Aquesta sensibilitat ha anat desenvolupant-se i prestant atenció a la generació d’impactes positius com les que es deriven de la interrelació amb cada territori. És per això que tot i tractar-se d’un grup, es prenen en consideració les singularitats de cada territori on estan ubicats els hotels, fet que podem comprendre a la perfecció en el cas del Mastinell.

Amb l’objectiu de promocionar el territori que acull l’hotel, el Penedès en aquest cas, i marcar la diferència per tal de convertir-lo en una destinació amb capacitat de tracció per a turisme d’arreu, procuren aglutinar esforços a nivell territorial, generar sinergies i tenir comportaments coherents aplicant criteris de responsabilitat social.

### Compromisos amb la comunitat

Molt conscients de la riquesa cultural i els valors paisatgístics del territori on estan ubicats, Mastinell s’hi integra plenament per a transmetre al client una experiència total en la seva estada. És per això que des del mateix hotel s’organitza l’estada de vacances oferint diverses activitats de lleure i culturals sempre vinculades estretament a l’enoturisme en tots els seus aspectes, sortides amb bicicleta, rutes de cellers, visita als diferents museus locals...

Amb els Castellans de Vilafranca, i mitjançant el projecte Green Towers, han tancat un acord perquè els client puguin anar a visitar un assaig i integrar-se en aquesta activitat, han fet proves pilot amb turistes nacionals i ho viuen com una experiència molt autèntica.

Per a tot plegat necessiten la implicació de la comunitat i treballar en xarxa. La voluntat és de generar activitat i negoci per a tots, i ho expressen afirmant que *s’han de comprometre a totes amb el territori*. A fi d’aconseguir aquest lligam es concerten reunions amb les diferents institucions de la zona. Donat que el tipus de clientela a qui està enfocada tota aquesta activitat té un perfil força exigent quant a la qualitat del servei que reben, demanen a la comunitat professionalització i rigor. Capacitat de transmetre coneixement, gestió del multilingüisme, passió per la terra i el producte que estan venent.

Aquest mateix compromís que es demana a la comunitat, l’Olivia, que s’encarrega de la gestió del Grup hotelier i durant els primers mesos de funcionament de l’Hotel Mastinell ha exercit de directora, intenta fomentar-lo vers la comunitat. És per això que forma part de les diverses organitzacions que existeixen a la comarca com ara associacions empresarials, entre d’altres. També participen en fires locals, tornejos, festes majors; fan aportacions a hospitals i col·laboren amb altres entitats sense ànim de lucre de la zona sempre a partir de donacions de producte. Amb l’Ajuntament hi ha hagut

molta entesa a fi de sumar esforços per a engegar aquest projecte, l'Hotel Matinell, un projecte dinamitzador de l'activitat econòmica amb capacitat de crear valor al territori.

Pel que fa als serveis i productes que ofereixen a l'hotel, la filosofia és consumir producte de proximitat, *slow food*, que a més d'afavorir els productors de la comarca també garanteix la qualitat de l'oferta. Amb aquests proveïdors de proximitat s'organitzen visites als obradors per a apropar encara més la clientela al producte del territori.

Pel que fa als vins que serveixen, preferentment són del Penedès i també altres de catalans. També destaca l'ús de cafès Novell, tant pel fet de ser una empresa local com perquè tenen una certificació de producte responsable.

### Compromisos ambientals

Els aspectes ambientals han estat molt presents en el projecte des de la mateixa concepció. L'edifici en si n'és una mostra oferint aquesta màxima en tot el conjunt: combinació de disseny, tradició i sostenibilitat. Ens explica l'Olivia que el projecte inicial era força diferent. Donada la singularitat urbanística i la voluntat de no trencar el traç paisatgístic van haver de fer grans esforços per resoldre les dificultats que van anar sorgint durant el procés de construcció, però la sostenibilitat i l'harmonització amb l'entorn foren en tot moment dos aspectes irrenunciabls.

L'hotel presenta una imatge espectacular, es tracta d'un edifici que emula com s'apilen les botelles en la fermentació en rima, la segona fermentació del cava, i queda perfectament integrat en el paisatge, urbanísticament parlant. Cal recordar que aquest projecte va guanyar la Medalla d'Or 2011 en el *Shanghai International Interior Design Festival*.

Però no és únicament una qüestió d'estètica. Al davant mateix d'aquest modern edifici hi ha el celler, que aporta tot l'encant de la tradició i del qual fan bandera. Tot plegat envoltat per les vinyes, es converteix en un conjunt impactant per al visitant.

Però a més d'aquest aspecte formal, cal remarcar la sostenibilitat ambiental de l'edifici, en el qual s'han utilitzat les noves tecnologies per tal d'aconseguir **eficiència energètica** i minimitzar l'impacte ambiental. A més de polítiques de consum responsable, sempre amb aquesta idea de coherència amb el turisme sostenible, com ara que totes les habitacions disposen d'un sistema d'obertura amb targeta intel·ligent que desactiva el sistema elèctric quan no hi ha ocupació.

A fi de mesurar el consum hi ha un protocol de diàleg establert entre el personal de manteniment i el personal directiu on es comuniquen els consums diaris per tal de fer un seguiment exhaustiu i detectar qualsevol punta injustificada de d'ús. Val a dir que actualment estan treballant per aconseguir la qualificació A en edificació energèticament eficient.

En aquest moments disposen d'una caldera de biomassa tant per les bombes de calor i aire condicionat, com per l'aigua calenta. Donat que els resulta insuficient, tenen previst d'instal·lar panells solars per complementar aquests



serveis. Gràcies a la gelosia de les finestres s'optimitza la filtració solar, també es creen corrents d'aire creuat a fi de reduir els consums al mínim necessari per arribar a la confortabilitat òptima. A més, la il·luminació de l'edifici és amb LED i el mobiliari i els elements decoratius provenen de matèries primes naturals i certificades pel seu baix impacte ambiental. Pel que fa al tractament de residus es fa la recollida selectiva.

### Compromisos laborals

Alineat amb el compromís amb el territori i la comunitat, es prioritza la contractació de **personal de la zona**. Intenten que siguin un equip de persones del propi territori, que puguin parlar dels indrets, de la cultura, del paisatge en primera persona, aquest coneixement es complementa amb formació relacionada amb el món la viticultura i l'enologia, d'altra manera no podrien *vendre la passió pel Penedès*. En sentit invers, en altres hotels de la cadena, interessa que hi hagi personal d'origens diferents per tal de poder atendre millor la diversitat de la clientela, però aquí s'ha posat el focus del territori per davant.

Tanmateix, donada l'estacionalitat del turisme i el fet de ser un grup d'hotels on Mastinell és el de més recent obertura, també es contempen necessitats de mobilitat d'un establiment a un altre, segons necessitats, sempre amb el consentiment de la persona i mai imposant condicions que farien incompatible la feina amb la vida familiar de la persona treballadora.

D'altra banda, s'apliquen polítiques molt flexibles per tal de **conciliar la vida familiar amb la vida laboral** i fins i tot es promou que el personal faci estades formatives malgrat que això pot suposar absència del treball durant períodes llargs. La voluntat és dialogar i buscar solucions per tal d'afavorir la qualitat de vida de les persones ja que, en paraules de la directora, *si estàs bé a casa estàs bé a la feina*. Per a Hotel Mastinell és important tenir personal ben format i satisfet de treballar en una empresa on es valora la professionalitat i la voluntat de reciclar coneixements.

El grup disposa d'una guia d'acollida del personal, que ara voldrien personalitzar per a cada hotel, destinat a fer que l'equip de treball pugui seguir unes pautes perfectament establertes en el dia a dia de la feina.

La plantilla de treball són agents actius a l'hora de promocionar el territori i des de la direcció no es pot entendre d'una altra manera. La persona que serveix el dinar sap com fer un maridatge i davant la demanda de la clientela té capacitat per vendre el producte de la terra, transmetre la cultura del vi i el cava tan arrelades a la comarca.

L'equip de treball s'entén com un dels actius més importants de l'empresa ja que son la cara visible de l'empresa davant el visitant. Des de la direcció es vol retenir les persones implicades en el projecte com a peces d'un puzzle que va configurant la imatge d'un hotel que aspira a transmetre uns valors vinculats al territori com a atribut diferenciador.

### Compromís amb la clientela



El focus principal de l'estratègia de gestió de l'Hotel Mastinell és oferir un servei excel·lent a la clientela. Amb aquest objectiu es treballa en els diferents departaments de l'empresa i cada any fan una **auditoria interna de qualitat**. Els compromisos que s'han adquirit amb la comunitat i amb l'equip de treball són fruit d'una reflexió que els ha portat a pensar que aquest és el camí per donar un servei de màxima qualitat: incorporar criteris de sostenibilitat ambiental, econòmica i social.

Donada la gran difusió a Internet i la quantitat de webs on els viatgers expressen l'opinió sobre destinacions turístiques, Mastinell considera aquest un dels canals més importats de comunicació. Els comentaris a la xarxa són el termòmetre per a mesurar la percepció que té el client de l'establiment i del servei rebut. És per això que Mastinell vol estar informat i conèixer els fòrums d'opinió en els quals pot ser esmentat. Gràcies a Review tenen coneixement dels comentaris que es publiquen i això els permet millorar, conèixer i donar resposta a possibles inquietuds o demandes de la clientela. Si en algun cas s'ha donat una valoració no plenament satisfactòria, han procurat entendre el perquè a fi de millorar actuacions futures, ja que el fet de ser un hotel de sols 12 habitacions els permet personalitzar molt el tracte.

La filosofia d'Hotel Mastinell és la d'oferir al visitant alguna cosa més que una estada en un hotel singular; es pretén oferir una experiència, que comença en el moment del check-in, que no es fa des d'un taulell sinó asseguts còmodament. Tot seguit s'acompanyen a l'habitació des d'on se'ls fa una primera presentació de l'entorn. El nom de les habitacions, relacionat amb la viticultura, ja motiva la conversa, i en obrir les finestres també tenen l'oportunitat de presentar les vistes, amb les vinyes i les muntanyes. I en algun moment de l'estada també faran una visita guiada a la cava, amb una explicació de dues hores sobre la tradició de l'elaboració de cava. La visita es fa sempre, si cal per a un sol client, i acaba amb un tast.

Per treure tot el profit d'aquestes accions, disposen d'un registre dels comentaris per control intern. Cada final de mes hi ha reunió on es contrasten els resultats d'aquests qüestionaris. Un elevat 65% l'omplen, cosa que els permet millorar. El *check-out* també està molt treballat vinculant l'estada al territori i a l'experiència. El client valora molt positivament com un hotel tan petit pot donar tant de si.

En el post *check-out* s'elabora un petit informe a fi de fer un seguiment al client, cal tenir en compte que el fet de disposar únicament de 12 habitacions els permet d'oferir un tracte molt personalitzat.

Sempre amb aquesta intenció d'integrar el visitant en el dia a dia del territori, durant els esmorzars es diposita un newsletter a la taula amb un parell de propostes que es poden dur a terme durant la jornada i alguna informació d'interès, per exemple:

- un massatge (vinoteràpia)
- una activitat, cada dia diferent: el dia de mercat a Vilafranca, es proposa aquesta visita, els dilluns es suggereix una visita a Vinseum, Museu del Vi de Catalunya ubicat a Vilafranca, ja que l'entrada és gratuïta, altres habituals són visita al museu de la xocolata o visita a caves Torres

- meteorologia

## El producte



Ja hem parlat del compromís amb la comunitat apostant pel producte de proximitat. Volem subratllar, però, que aquesta alternativa abasta dos objectius. D'una banda, afavoreix el productor local i el territori, i d'altra banda es garanteix un producte de qualitat, un altre dels pilars fonamentals de la filosofia de l'Hotel Mastinell.

Essent el focus de l'estratègia empresarial oferir un servei òptim a la clientela i fomentar la riquesa del territori a través de l'eix vertebrador de la cultura del vi, es treballa amb aquesta determinació fins i tot en els més petits detalls, com ara els productes d'ús personal de què disposen totes les habitacions. Es tracta d'una gamma de productes elaborats amb **ingredients naturals provinents del raïm**. És una línia amb propietats terapèutiques creats per a l'Hotel Mastinell. Pel que fa a altres estris com ara la gorra de dutxa o el kit dental disposen d'un *packaging* fet amb paper ecològic.

I encara que no sigui activitat de l'hotel sinó del celler també volem fer referència al vi i cava que elaboren. Fins fa poc el cava que elaboraven es venia localment i sols un 8% a fora, però ara ja han començat a orientar-se a l'exportació ateses les condicions del mercat local. Per coherència amb la seva filosofia i donant resposta a la sensibilitat creixent cap a postures més sostenibles, estan treballant en una línia de producció de **vins i caves ecològics**.

Properament obriran el restaurant, però la intenció no és en absolut que la clientela estigui tancada dins l'hotel sinó que vagin a conèixer el territori i els diversos restaurants. La seva estratègia per al restaurant no és de retenció sinó que es vol fomentar que tothom tingui una gran experiència de territori, i per això mateix, quan estan a l'hotel també se'ls convida a no tastar sols el cava propi Mastinell sinó d'altres.

## Conclusions

El que més sorprèn quan s'hi arriba per primer cop és la construcció i la **integració a l'entorn**. Darrera aquest moderníssim edifici, amb una clara identificació al modernisme d'Antoni Gaudí i integrant elements de la tradicional masia catalana, trobem una arquitectura sostenible i respectuosa amb el medi ambient.

Aquesta és la impressió a nivell urbanístic i ambiental, però la gestió de l'Hotel Mastinell va més enllà. Quan parlem de sostenibilitat, aquest és un terme que tendeix a distorsionar-se i quedar enquadrat en aspectes únicament ambientals, mentre que la realitat és que sostenibilitat és un concepte molt ampli que abasta aspectes socials i també econòmics. Podem dir que Hotel Mastinell és un model de negoci amb voluntat d'integrar la sostenibilitat

“Hotel Mastinell és un model de negoci amb voluntat d'integrar la sostenibilitat ambiental, social i econòmica en l'ADN de l'operativa empresarial.”

*“són un exemple palpable de com la responsabilitat social d'una empresa es pot posar al servei de l'entorn, en el sentit més ampli de la paraula, i com pot ser un engranatge al servei de la construcció d'un territori socialment responsable”*

ambiental, social i econòmica en l'ADN de l'operativa empresarial.

Ens ha sorprès la franquesa amb que expliquen que ells són nous al territori. I les conseqüències que en treuen en el sentit de estar decidits a ser-ne part plenament, implicant-s'hi i creant valor compartit: *"vam arribar i no tenien bones i males relacions amb ningú, i senzillament hem intentat ser un agent més del territori, intentant que tothom hi surti guanyant"*.

L'Hotel Mastinell és una empresa decidida a **observar i aprendre**. Observa el seu voltant, els grups d'interès amb qui té relació com ara clientela, treballadors, proveïdors, entitats locals... i té en compte el territori i el medi ambient, en definitiva la realitat que l'envolta. Escolta les xarxes socials, es preocupa per la reputació, i va creixent com a *empresa 2.0*. Aprèn les necessitats que es creen cada dia, les tendències que marquen els comportaments i que susciten inquietuds. Fins i tot amb operadors amb qui competeixen estan oberts a fer accions conjuntes a fi de donar una imatge cohesionada. Tot plegat ho recull, ho treballa, ho reflexiona a fi de donar resposta i crear valor social i econòmic en el recorregut fins a arribar a l'objectiu desitjat per a tota empresa: el benefici econòmic. Aquest és un procés que reverteix sobre la mateixa empresa en positiu, la retroalimenta i es crea un flux virtuós que es tradueix en l'excel·lència que es vol assolir.

Les bones pràctiques que identifiquem en els **cinc vectors**, a nivell ambiental, social, econòmic, laboral i de bon govern, constitueixen una plataforma òptima per incorporar la responsabilitat social de manera més transversal i sistematitzada, integral i integrada, en l'estratègia de gestió empresarial. Aquesta és la fase en la que es troba Hotel Mastinell. Disposa de l'engranatge necessari per adoptar la responsabilitat social com a model de negoci amb l'objectiu clar de millora constant que va associat de manera inherent a aquest concepte i que té com a propòsit l'excel·lència social.

En el seu cas, són un exemple palpable de com la responsabilitat social d'una empresa es pot posar al servei de l'entorn, en el sentit més ampli de la paraula, i com pot ser un engranatge al servei de la construcció d'un **territori socialment responsable**, on aquests valors es vagin estenent al llarg de la cadena de proveïment i entre les aliances d'empreses i finalment esdevingui un atribut de territori, reconeixible pel turisme.

*Aquesta fitxa ha estat elaborada en data de juny de 2013 per Vector 5, Excel·lència i Sostenibilitat a partir de l'entrevista realitzada a Olívia Valderrama, copropietària, i Jordi Ferrer, director, a càrrec Josep Maria Canyelles i Marta Ribera. La fitxa reflecteix informacions aportades per l'empresa i ha estat validada per aquesta. En aquest procés també s'han identificat aspectes subjecte de millora, i s'està acompanyant l'empresa per tal d'abordar-los. L'elaboració de les fitxes d'RSE s'emmarca en el projecte Destinations Turistiques Socialment Responsables impulsat per la **Fundació Pro-Penedès** i la col·laboració de l'Ajuntament de Vilafranca del Penedès. Aquest projecte està subvencionat pel SOC i el Fons Social Europeu, d'acord amb el Programa d'Ajuts a projectes Innovadors i Experimentals, regulat per l'Ordre EMO/312/2012.*

