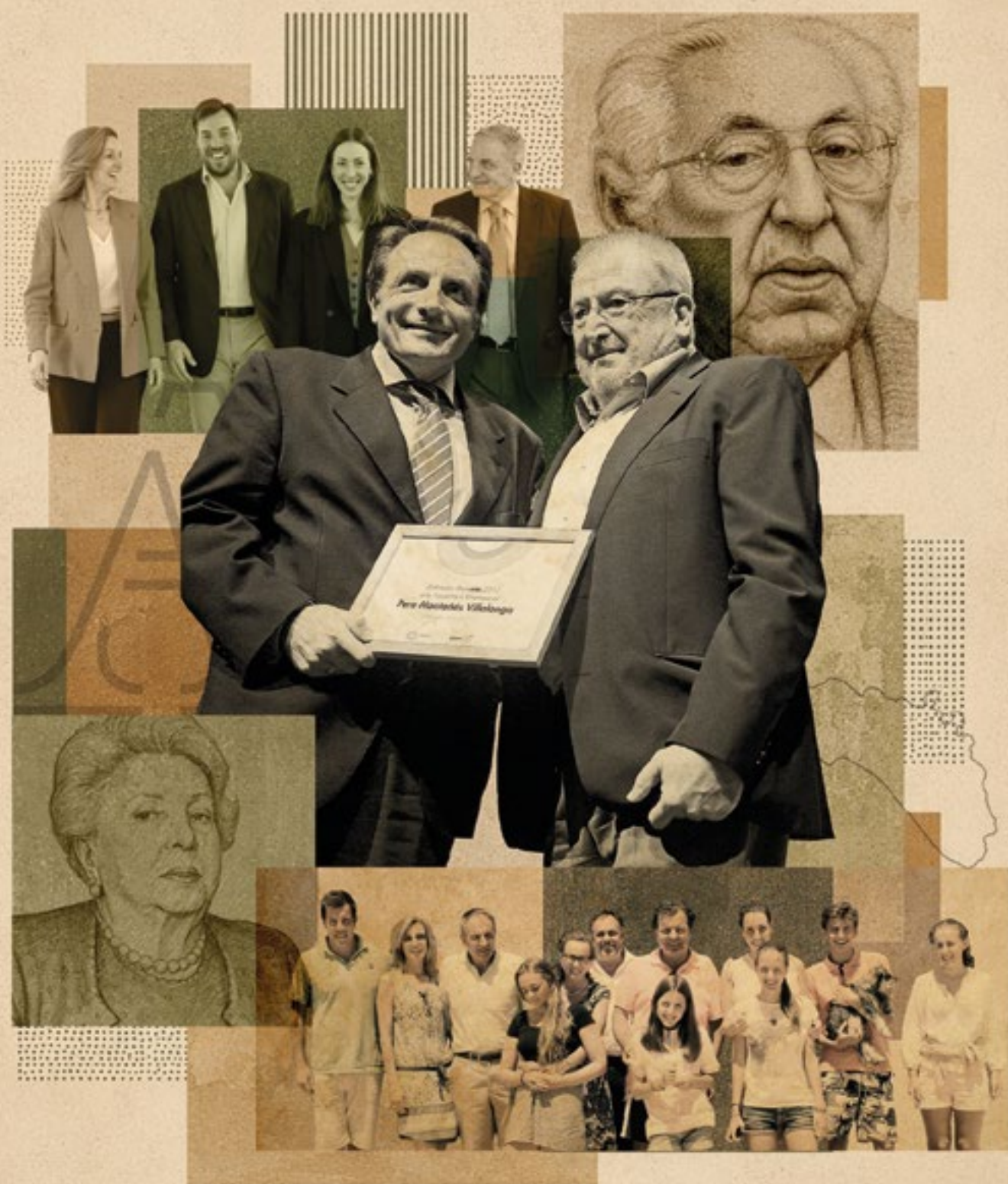




Memoria 2025

ARTIEM

FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE

Memoria 2025 ARTIEM

En la portada de esta Memoria 2025 no vemos sólo una imagen de familia. Vemos la historia viva de una familia empresaria que, generación tras generación, ha sabido transformar sus valores en un proyecto compartido.

Todo comenzó con nuestro abuelo Pedro, a principios de los años treinta del siglo pasado. Décadas después, a principios de los ochenta, nuestro tío Matías, segunda generación, tomó el relevo y dio continuidad al espíritu emprendedor de la familia. A principios de los noventa, Gabriela y yo, como tercera generación, iniciamos una nueva etapa con el nacimiento de ARTIEM, acompañados por mi madre Mercedes y por mis hermanos Pedro y Ana.

Hoy vivimos un nuevo momento de transición. Nuestros hijos, Willy y Carolina, cuarta generación de la familia, empiezan a asumir la responsabilidad de seguir impulsando este proyecto, con la mirada puesta en el futuro y con el compromiso de preservar aquello que nos ha traído hasta aquí.

Más allá de los resultados empresariales, la verdadera herencia que refleja esta portada es la continuidad de unos principios compartidos: la pasión por el trabajo bien hecho, la capacidad de superación ante los desafíos, la innovación para seguir mejorando y la voluntad de adaptarnos a cada tiempo sin perder nuestra esencia y la vocación de crear valor y prosperidad compartida para nuestra comunidad.

Esta portada quiere rendir homenaje a esa trayectoria y, al mismo tiempo, abrir una nueva etapa. Por eso ha sido diseñada por Ana Walburguer Díaz, miembro de la cuarta generación, simbolizando que el legado familiar no solo se conserva: también se interpreta, se actualiza y se proyecta hacia el futuro.

Esta memoria ha sido redactada por la Freshpeople® con la intención de utilizar un lenguaje inclusivo, claro y accesible para que todas las personas implicadas se sientan representadas.

Para facilitar la lectura, se prioriza el uso de fórmulas colectivas o neutras. Cuando esto no sea posible, se utilizará la forma más extendida (por ejemplo, clientes), entendida siempre como una referencia a todas las personas, independientemente de su género.

*"No heredamos la Tierra de nuestros padres,
la tomamos prestada de nuestros hijos."*

Proverbio africano

Contenidos

Carta de los fundadores / 06

1 / ¿Quiénes somos? / 09

- 1 / 1 Nuestros orígenes / 10
- 1 / 2 Nuestra filosofía y principios / 10
- 1 / 3 Nuestra esencia / 10
- 1 / 4 Nuestro propósito / 11

2 / Lo que nos hace diferentes: gestión con propósito / 19

- 2 / 1 Nuestro sueño, nuestras metas / 20
- 2 / 2 Áreas de oportunidad / 22
- 2 / 3 Nuestro algo superior / 25

3 / Nuestro impacto en las personas / 29

- 3 / 1 Creación de empleo de calidad: trabajo con propósito para una vida feliz / 30
- 3 / 2 Promoción de la equidad e inclusividad: la unión hace la fuerza / 43
- 3 / 3 Aportam: alimentación que cuida de las personas y del planeta / 51
- 3 / 4 Desperdicio alimentario / 56

4 / Nuestro impacto en los clientes / 59

- 4 / 1 Transformando nuestros servicios / 63
- 4 / 2 Nuestra competitividad / 64

5 / Nuestro impacto en el medioambiente / 67

- 5 / 1 Reducción de nuestra huella de CO₂: "Queremos aire limpio" / 68
- 5 / 2 Gestión responsable del ciclo del agua: "Cada gota cuenta" / 75
- 5 / 3 Economía circular: "Cada material es un tesoro" / 79

6 / Rentabilidad: la consecuencia de un modelo de gestión con nuestro propósito / 85

- 6 / 1 Cuentas anuales auditadas / 86
- 6 / 2 Revisión objetivos / 92

7 / Movimiento B Corp / 94

8 / Cómo lo contamos al mundo / 96

9 / Conclusiones / 99

Carta de los fundadores

Un entorno global incierto que condiciona la confianza y la evolución económica

Sigue presente la incertidumbre geopolítica y su impacto en la confianza sobre la evolución de la economía y del consumidor.

La inflación real, por encima de la oficial, junto con el incremento del nivel impositivo y unos salarios que, aunque crecen por encima de la inflación, no compensan el encarecimiento del coste de vida, continúan tensionando el contexto económico.

La falta de vivienda asequible, derivada del crecimiento poblacional, las dificultades en el desarrollo de la nueva promoción y los efectos del impulso al alquiler turístico en la última década dificultan cada vez más la atracción y la retención del talento.

El aumento de la demanda en temporadas tradicionalmente bajas ha favorecido la deseada desestacionalización. Sin embargo, en temporada alta persiste cierta masificación, lo que mantiene viva la llamada "turismofobia", manifestada en protestas y declaraciones públicas con un impacto reputacional aún difícil de medir.

La irrupción de la Inteligencia Artificial en nuestra vida cotidiana y en los procesos empresariales representa un cambio rápido y de gran impacto, que debemos entender y abordar como una oportunidad.

Por último, los efectos del cambio climático son cada vez más evidentes, con un aumento de temperaturas y su correspondiente impacto en nuestras emisiones de CO₂ y consumo de agua.

Nuestra visión se construye equilibrando Personas, Clientes, Impacto y Resultados.

En un entorno exigente y en constante cambio, reafirmamos una convicción que define nuestra forma de gestionar: el crecimiento solo es sostenible cuando es equilibrado.

Nuestra visión nace directamente de nuestro propósito —inspirar a las personas a ser felices— y se traduce en una manera de tomar decisiones donde ningún resultado tiene sentido si no se construye desde las personas, si no genera valor para el cliente y si no contribuye positivamente al entorno.

Este equilibrio no es teórico, es una práctica diaria. Significa invertir en el desarrollo y bienestar de las personas, escuchar activamente para evolucionar la experiencia del cliente, asumir nuestra responsabilidad en el impacto que generamos y, al mismo tiempo, asegurar la solidez de los resultados.

En 2025, este enfoque se ha visto reforzado. Hemos seguido avanzando en la calidad de la experiencia que ofrecemos —tanto a nuestros equipos como a nuestros clientes—, consolidando nuestro posicionamiento en los destinos donde operamos. Al mismo tiempo, hemos continuado impulsando iniciativas que amplían nuestra contribución social y ambiental, integrando cada vez más el impacto en la toma de decisiones.

Todo ello se ha traducido en una evolución positiva de nuestros resultados, no como un fin en sí mismo, sino como la consecuencia natural de trabajar de forma coherente con lo que somos y lo que queremos ser.

Porque creemos que el verdadero progreso no está en crecer más, sino en crecer mejor.

Avanzamos con foco en el desarrollo sostenible de nuestros cuatro pilares.

El desarrollo de estos pilares requiere trabajo constante y visión a largo plazo. Muchas acciones evolucionan y otras nacen. En 2025 destacamos:

→ **Personas.** Reforzamos nuestra apuesta por la escucha, la comunicación y la formación. Este año hemos ampliado la escucha mediante encuestas a toda la Freshpeople® sobre el ejemplo de valores y propósito por parte del equipo directivo.

El Proyecto Impulso ha permitido mapear el talento interno y cubrir posiciones de liderazgo desde dentro de la organización.

Seguimos mejorando la experiencia de la Freshpeople® mediante mejores instalaciones, beneficios y condiciones.

Impulsamos la cultura Lean, enfocada en eliminar lo innecesario, mejorar lo relevante y potenciar el talento.

Continuamos promoviendo la autogestión de equipos como base para la realización profesional.

Además, avanzamos en la robotización de procesos, tanto en gestión como en operaciones, incluyendo limpieza.

- **Clientes.** La escucha activa —redes sociales, encuestas Geshotel y mystery guest— ha permitido mejorar instalaciones y servicios, alcanzando un nivel de satisfacción de 93,5 puntos (ReviewPro), situándonos entre los TOP 10 en nuestros destinos.
- **Impacto.** Conscientes de la creciente dificultad para mejorar, reforzamos la monitorización y apostamos por la mejora continua mediante metodologías Lean (5S, Kaizen, A3), reduciendo residuos, desperdicio alimentario y consumo de recursos.

Aprender continuamente es la base de nuestro crecimiento. Abordamos los retos con actitud de aprendizaje, convencidos de que en él reside nuestro crecimiento.

Personas. La constancia es clave. La diversidad generacional y multicultural exige adaptar nuestras políticas. La implantación de la cultura Lean, que implica cambios profundos en hábitos y mentalidad, ha avanzado, aunque no al ritmo deseado, lo que nos lleva a replantear la estrategia de cara a 2026.

Clientes. Alcanzamos niveles muy altos de satisfacción, fruto de decisiones pasadas. Esto nos impulsa a innovar, salir de la zona de confort y profundizar en el conocimiento de nuestro cliente objetivo, definido por comportamientos y valores, aunque con limitaciones en los recursos actuales.

Impacto. La dificultad de seguir avanzando al ritmo necesario nos lleva a reflexionar. Como hicimos en 2017 con el plan 8/80, en 2026 deberemos impulsar un nuevo salto estratégico.



Familia Díaz-Aliaga: Gabriela, Willy, Carolina y Pepe

El relevo generacional asegura continuidad, evolución y sostenibilidad

El año 2025 marca un hito en nuestra empresa familiar con el inicio del relevo generacional. Willy Díaz asume la dirección general, separando las funciones de CEO y Dirección General.

Este proceso, planificado durante años, ha implicado formación, experiencia externa y un recorrido interno de más de 10 años en distintas funciones dentro de ARTIEM.

El relevo es esencial para la empresa familiar: transmite legado, incorpora nuevas visiones y garantiza el crecimiento sostenible, reforzando la confianza de nuestros stakeholders.

No está exento de retos: la claridad en la comunicación, la gestión del impacto tras décadas de liderazgo, y la necesidad de escuchar más y hablar menos. Mantener un segundo plano sin dejar de aportar valor es, sin duda, uno de los mayores aprendizajes.

Un punto de inflexión que nos impulsa hacia un nuevo estadio de crecimiento.

2025 ha sido un buen año en el avance de nuestras líneas estratégicas, pero también un punto de inflexión que nos invita a dar un salto hacia un nuevo estadio, aprovechando los cambios y oportunidades que se presentan.

Gracias a todas las personas que han puesto su energía, sus ideas y su corazón este año. A quienes nos acompañan desde dentro y desde fuera. A quienes creen, como nosotros, que Freshpeople® Make The Difference.

Con gratitud y visión compartida hacia el futuro,

Gabriela Aliaga Eberle & José Guillermo Díaz Montañés

Fundadores de ARTIEM



Pepe y Gabriela.

1

¿QUIÉNES SOMOS?

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

1 / 1 Nuestros orígenes

El origen de ARTIEM es una familia empresaria que, como muchas otras, ha cultivado y transmitido sus valores generación tras generación. En la actualidad, estamos embarcados en la transición de la tercera a la cuarta generación.

El 19 de marzo de 1993, Pepe y Gabriela, como tercera generación de la familia empresaria, asumieron el liderazgo de ARTIEM, dando inicio a una nueva etapa marcada por la continuidad de los valores y fundamentos que habían guiado su trayectoria familiar.

1 / 2 Nuestra filosofía y principios

Fruto de esta vivencia, surgen dos reflexiones que han marcado la cultura actual de ARTIEM:

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

Por el contrario, existe otra visión del CAPITALISMO, "en mayúsculas", abanderada por Edward Freeman en 1984¹ que defiende que *"El mantenimiento en el tiempo de los buenos resultados económicos depende de la calidad de la relación de la empresa con muchos sectores: sin duda, con los propietarios-accionistas, pero también con los clientes, los proveedores, los empleados, los reguladores y agentes creadores de opinión, así como el entorno social en que se ubica y el conjunto de las sociedades en que opera"*. Este enfoque que considera al CAPITALISMO como OPORTUNIDAD, constituye un movimiento creciente en el mundo, que abanderan tanto grandes como pequeñas empresas, y que las lleva a agruparse en torno a corrientes como Conscious Capitalism o B Corp.

La segunda reflexión viene de lo que Simón Sinek² conceptualizó como el Golden Circle, una idea que defiende que *"La gente no compra lo que haces; ellos compran el por qué lo haces"*.

Estas dos reflexiones, junto con los valores que vivimos en nuestra familia empresaria, son la base de los dos Principios en los que fundamentamos nuestra Cultura hoy:

1

La estrategia de crear valor para todas nuestras partes interesadas no es solo nuestra responsabilidad social como empresa, sino que también nos ayuda a crear ventajas competitivas sostenibles.

2

Trabajamos para que la Freshpeople® de ARTIEM seamos un equipo de personas comprometidas con nuestro entorno y felices en nuestro trabajo. Profesionales que proporcionen bienestar y satisfacción a nuestros huéspedes buscando la excelencia en el servicio para que nos ayuden a crecer como empresa.

1 / 3 Nuestra esencia

Estos dos principios constituyen la base de nuestra creencia de que las empresas han de asumir la responsabilidad de convertirse en agentes de cambio para lograr un entorno próspero. Por ello, en ARTIEM aspiramos a convertirnos en un ejemplo de que cuidando y atendiendo las necesidades de las partes interesadas (comunidad, Freshpeople®, accionistas, naturaleza, generaciones futuras, ...) se garantiza no solo la viabilidad del negocio, sino la conversión de este en un modelo competitivo y rentable.

Gracias a estos orígenes y al trabajo de tres décadas, hemos sido capaces de articular un sistema que nos permite impulsar de forma sostenible nuestra visión.

¹ Freeman, R.E. [R.Edward]. (1984). *Strategic Management: a stakeholder approach*. Cambridge University Press.

² Simon Sinek. *The Golden Circle*. <https://simonsinek.com/golden-circle>

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

1 / 4 Nuestro propósito

Redactamos nuestro propósito por primera vez en 2007 con el objetivo de dar forma y formalizar nuestra MISIÓN, nuestros VALORES y nuestra VISIÓN.

Fue diez años más tarde, en 2017, cuando, al tomar conciencia de la profunda transformación que habíamos vivido como sociedad, nos planteamos cómo adaptarnos a ella. Observábamos un mundo con más derechos, más libertades y más tecnología, que prometía mejorar nuestras vidas. Sin embargo, también veíamos cómo aumentaban la crispación, la ansiedad y la depresión. En definitiva, la gente no era feliz.

Esta reflexión nos llevó a replantearnos nuestra razón de ser como empresa, nuestro propósito. Decidimos dar un paso más allá: pasar de "proporcionar bienestar a nuestros clientes mediante el cuidado del cuerpo y de la mente" a "inspirar a las personas a ser felices".

Pero ¿qué es la felicidad? La felicidad, que no el mero placer, ha tratado de ser definida por numerosos pensadores y filósofos a lo largo de la historia.

Para Aristóteles, la felicidad consistía en hacer el bien. Sócrates, por su parte, sostenía que es el bien supremo del ser humano y que se alcanza a través de la práctica de la virtud. Más adelante, Karl Marx defendía que la felicidad representa la plenitud humana, y que el ser humano más feliz es aquel que contribuye a la felicidad de los demás. Nietzsche, en cambio, rompía con la idea de la felicidad como comodidad o ausencia de sufrimiento, y la situaba en el proceso de superación personal, crecimiento y afirmación de la vida.

En ese camino, encontramos la definición de felicidad propuesta por Alan Webber, fundador de la revista *Fast Company*. Por su sencillez y profundidad, decidimos adoptarla como propia, como fuente de inspiración: *"La felicidad es encontrar algo superior a uno mismo y dedicarle la vida entera"*.

Circulo Virtuoso

Competitividad a través del propósito



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

¿CÓMO HACEMOS REALIDAD NUESTRO PROPÓSITO?

*Hacemos realidad nuestro PROPÓSITO
a través de una organización:*



Luís, ARTIEM Asturias

1

Que vive la **CULTURA** a través de sus **VALORES**.

Teníamos claro que, para cumplir esta misión, era imprescindible que la Freshpeople® también fuese feliz. Esto nos llevó a identificar los valores que definen nuestra forma de ser y a comprender de qué manera contribuyen a esa felicidad.

Así, entendemos que la Freshpeople® está formada por personas que situamos la **CONFIANZA** en la base de nuestras relaciones, lo que nos permite sentirnos valoradas y respetadas. Desde esa confianza, afrontamos con **PASIÓN** un trabajo que nos llena y, por ello, transmitimos y contagiamos **ALEGRÍA** en lo que hacemos.

Este camino solo es posible cuando decidimos sobre nuestra propia vida, es decir, cuando **LIDERAMOS** nuestro futuro. Ese liderazgo personal nos impulsa a asumir nuevos retos, avanzar, crecer —tanto personal como profesionalmente—, ampliar nuestros límites y salir de nuestra zona de confort; en definitiva, a **SUPERARNOS**.

Para lograrlo, nos comprometemos a explorar nuevas formas de hacer las cosas y a seguir aprendiendo, apostando por la **INNOVACIÓN**. Sin embargo, todo este crecimiento individual no sería suficiente sin un impacto positivo en nuestro entorno. Por eso, entendemos que nuestro propósito debe ser también **INCLUSIVO**, contribuyendo al bienestar colectivo.

2

Donde las personas viven su **PROPÓSITO** personal a través del **PROPÓSITO** de ARTIEM.

Construimos una organización donde las personas tenemos autonomía, podemos ser nosotras mismas y encontramos un sentido en lo que hacemos. Fomentamos una cultura centrada en eliminar lo innecesario, mejorar lo que realmente importa y potenciar a cada persona para que alcance su máximo potencial.

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

Comprendimos que el modelo organizativo tradicional, basado en jerarquías, ya no respondía a las necesidades actuales. Por ello, hemos evolucionado hacia una organización donde el propósito está en el centro, y donde la Freshpeople® disponemos de autonomía para trabajar, tomar decisiones y desarrollarnos en un entorno que favorece nuestro crecimiento personal y profesional.

2

En la que la PERSONA está en el centro de las operaciones.

Nos planteamos cómo llevar nuestra misión a la operativa diaria con nuestros clientes. Ya realizábamos muchas acciones de forma intuitiva —como el cuidado, la amabilidad o el diseño de experiencias— que contribuían a generar bienestar.

A partir de la conceptualización del profesor Tal Ben-Shahar sobre la felicidad, identificamos lo que denominamos "*las seis palancas de la felicidad*", que articulan nuestra propuesta de valor:

- **Construir relaciones profundas:** fomentamos conexiones significativas tanto entre la Freshpeople® como con nuestros clientes.
- **Simplificar nuestras vidas:** creamos entornos y servicios que reducen la complejidad y el estrés.
- **Promover un estilo de vida saludable:** impulsamos hábitos saludables, incluyendo espacios y momentos para la meditación y el descanso.
- **Permitir que las emociones fluyan:** generamos un entorno que favorece el bienestar emocional.
- **Practicar la gratitud:** la cultivamos tanto internamente como con nuestros clientes y la comunidad.
- **Realizar acciones con significado:** diseñamos experiencias que combinan propósito y disfrute, alineadas con nuestros valores de sostenibilidad y autenticidad.

Con una estructura organizativa que lo hace posible.

Queremos una organización centrada en eliminar lo que no aporta valor, mejorar lo que sí importa y ayudar a las personas a desarrollarse al máximo.

"¡MEJORES CADA DÍA!" ha sido nuestro lema desde casi el inicio. Sin embargo, hasta ahora no contábamos con una metodología que garantizara su aplicación de forma consistente.

Recientemente hemos incorporado la cultura LEAN, desarrollada por Toyota, para avanzar con mayor agilidad hacia una mejora continua. Esta nos permite trabajar mejor, generar más valor y desarrollar el potencial de las personas.

Entendemos LEAN no solo como un conjunto de herramientas, sino como un sistema de pensamiento y comportamiento organizativo orientado a maximizar el valor para el cliente, eliminar desperdicios, optimizar procesos y fomentar una mejora continua basada en el aprendizaje y el respeto por las personas.



Elena, ARTIEM Asturias

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

NUESTRA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Para materializar todo lo anterior, desarrollamos una estructura organizativa e implementamos unas políticas y procesos.

En ARTIEM buscamos motivar a nuestro equipo a dar lo mejor de sí mismo. Por ello, representamos nuestra organización como un árbol: una estructura viva que crece y florece cuando sus raíces son sólidas.

En la base se sitúan Gabriela y Pepe, quienes han dado forma al enraizamiento de ARTIEM y han transmitido los valores que sostienen todo el proyecto. Desde 2025, Willy Díaz asume la dirección general y lidera la gestión del día a día de la compañía, dando continuidad a este legado en una nueva etapa.

A partir de ahí, los mandos intermedios actúan como el tronco, aportando equilibrio y dirección. Son quienes acompañan a las personas responsables de los distintos departamentos en el desarrollo de sus equipos, representados como los tallos.

De este modo, construimos una organización que impulsa a cada profesional a crecer, florecer y dar lo mejor de sí, siempre desde la base sólida de nuestro propósito.

POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

La Freshpeople® somos la cara visible de ARTIEM, la razón por la que la compañía existe. Somos responsables de transmitir al entorno nuestra misión: *"Inspirar a las personas a ser felices"*.

Para hacer realidad nuestro tag line *"Freshpeople® make the difference"* definimos políticas y procedimientos que nos permiten acercarnos a nuestro propósito.

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

NUESTRAS UBICACIONES



6 establecimientos



535 Habitaciones

Pensamos que lo importante es que las personas que trabajan en los hoteles satisfagan al 100% las necesidades de nuestros huéspedes, por ello centralizamos todas las funciones de soporte en una sede única, cuya misión es asistir a los hoteles para que puedan prestar el mejor servicio. En ARTIEM Oficinas, Mahón (Menorca), se ubican las áreas de Dirección General e Impacto Positivo, Personas y Bienestar, Finanzas y Contabilidad, Sistema, Compras, Comercial, Marketing y Calidad y Medioambiente.



ARTIEM CAPRI

1975

Mahón (Menorca)

75 habitaciones

Características:

Restaurante y Grab & Go "The Green"
ARTIEM Club: zona wellness y deporte (gimnasio y actividades dirigidas)
ECDs

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM AUDAX

1994

**** SUP

Cala Galdana (Menorca)

240 habitaciones

Características

2 Restaurantes: "Galdana" y "Oliva"
2 Bares: "Blue Café" y "The View Pool Bar"
1 Piscina de dos niveles
ARTIEM Club: zona wellness (Blue Spa) y deporte (gimnasio, actividades dirigidas, bikepark, alquiler de kayak y bicicletas)
ECD

Sistema de gestión

Propiedad.

C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?



ARTIEM URBAN APARTMENTS

1996



Mahón (Menorca)

7 apartamentos de uso turístico completamente equipados y reformados en 2023.

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM MADRID

2015

Madrid (zona Arturo Soria)

83 habitaciones

Características

Restaurante y Grab & Go "The Green"

Gimnasio

ECDs

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM CARLOS

2010

Es Castell (Menorca)

85 habitaciones

Características

Restaurante "Medi"

Bar "Dock Lounge snack bar"

Piscina exterior con agua de mar, infinity jacuzzi, zona wellness y gimnasio con vistas al puerto

ECD

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM ASTURIAS

2018

Quintueles-Villaviciosa (Asturias)

45 habitaciones

Características

Restaurante y lounge "The Green"

ARTIEM Club: zona wellness (Spa) y deporte

(gimnasio, actividades dirigidas, bikepark y pistas de pádel)

Espacio Prana

1 piscina exterior

1 cine

ECDs

Sistema de gestión

Arrendamiento.



Nuestro Impacto Positivo

2

LO QUE NOS HACE DIFERENTES: **GESTIÓN CON PROPÓSITO**

C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

2 / 1 Nuestro sueño, nuestras metas

En enero de 2019, ochenta y nueve personas de la Freshpeople® trabajamos tres días seguidos para definir cómo queríamos que fuese nuestro futuro y cuál sería la forma de construirlo. A partir de lo que ya teníamos, quisimos imaginar hasta donde podríamos llegar. Dibujamos nuestra imagen atractiva de futuro basada en cuatro aspiraciones:



Silvia y Raquel, Menorca 2019

1

Que la Freshpeople® sea feliz viviendo los valores de ARTIEM.

Todas las definiciones anteriores de felicidad tienen algo en común: la felicidad es un camino no un fin. Un camino que hay que recorrer, que es exigente y que requiere una actitud, pero cuando se avanza nos sentimos realizados, plenos.

La reflexión que hicimos en 2017 nos llevó a una conclusión clave: vivir nuestros valores es lo que nos impulsa a avanzar en el camino hacia la felicidad. En ARTIEM, la Freshpeople® somos personas que basamos nuestras relaciones en la **CONFIANZA**, lo que nos permite sentirnos valoradas y respetadas. Desde esa confianza, afrontamos con **PASIÓN** un trabajo que nos llena y, como resultado, transmitimos y contagiamos **ALEGRÍA** en todo lo que hacemos. Si llegamos a este punto es porque, sin duda, decidimos sobre nuestra vida, **LIDERAMOS** nuestro futuro. Ese liderazgo personal nos lleva a plantearnos nuevos retos, a avanzar, a crecer personal y profesionalmente, a ampliar nuestros límites y salir de la zona de confort, en definitiva, a **SUPERARNOS**. Para ello, nos comprometemos a explorar nuevas maneras de hacer las cosas y a formarnos, apostamos por **INNOVAR**. Todo esto que, indudablemente, nos hace crecer como personas, por sí solo no nos daría la felicidad plena. Creemos que la felicidad se alcanza al encontrar un propósito superior que, a través de nuestras acciones, nos permita contribuir a una prosperidad compartida.

Como organización, creemos que para alcanzar esa plenitud es fundamental que todas las personas que formamos parte de ARTIEM nos sintamos unidas por un propósito común, que podamos desarrollarnos, siendo autónomas, dentro de un entorno donde se nos valore todo nuestro potencial.

Uno de nuestros referentes intelectuales, el profesor Tal Ben Shahar de la Universidad de Harvard, afirma que las personas felices se caracterizan por desarrollar unas relaciones profundas e íntimas, llevar un estilo de vida saludable y simplificar su vida. Además, estas personas expresan sus emociones de forma natural, son agradecidas y buscan que todo lo que hagan tenga un significado.

C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

2

**Queremos ser una Love Brand.
Queremos clientes enamorados de
ARTIEM.**

Siguiendo la definición de Karl Marx sobre la felicidad previamente comentada, creemos que hacer felices a los demás nos convierte en personas empáticas, lo cual nos empuja a pensar diferente, innovar, para conseguirlo. Cuando experimentamos este sentimiento, transmitimos pasión y alegría en lo que hacemos..

3

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

Cuando vivimos en coherencia, es decir, cuando percibimos que lo que ocurre en nuestra vida está alineado con nuestros valores, alcanzamos un equilibrio con nuestro entorno social, ambiental y económico. En ese estado, podemos afirmar que nos sentimos plenamente satisfechos.

En un contexto como el actual, marcado por el cambio constante y la incertidumbre, alcanzar esta armonía exige una actitud de humildad que nos permita identificar oportunidades de mejora, avanzar e innovar. Todo ello sin perder de vista la necesidad de dar respuesta, de manera simultánea, a las expectativas y necesidades de los distintos grupos de interés con los que nos relacionamos. Esta actitud nos ayuda a reconocer el valor de la inclusión y a adoptar una forma de pensar basada en la "Y", frente a la lógica excluyente de la "O". De este enfoque surgen nuevas formas de pensar y actuar, que impulsan la innovación, favorecen la creación de ventajas competitivas sostenibles y contribuyen a generar un mayor valor compartido para todas las personas.

4

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

Si aspiramos a inspirar a otras personas a recorrer este camino, es fundamental demostrar que un propósito sólido es una guía clave para la creación de valor y prosperidad compartida a largo plazo. Cuando tenemos claro qué queremos ser y lo integramos en nuestra práctica diaria, avanzamos con determinación hacia nuestros objetivos. En este sentido, es nuestro propósito el que orienta nuestras decisiones para promover la felicidad de las personas a través de nuestras políticas y procesos, al tiempo que impulsamos la prosperidad de la comunidad. Como resultado, fortalecemos y sostenemos en el tiempo nuestra capacidad de generar valor de manera responsable, garantizando una rentabilidad económica sostenible.

Estas aspiraciones nos conducen hacia la construcción de nuestro futuro deseado, nuestra visión:

"Ser una organización de referencia por su modelo inspirador e innovador, centrado en la felicidad de las personas, y por su compromiso con la prosperidad sostenible y el impacto positivo en su entorno."

C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

2 / 2 Áreas de oportunidad

Para avanzar hacia nuestra imagen atractiva de futuro, necesitábamos una hoja de ruta compartida. Así nacieron las Áreas de Oportunidad: siete temas clave que definimos entre todos como líneas de trabajo principales para hacer realidad nuestra visión. Estas áreas no son departamentos ni etiquetas, sino espacios vivos de trabajo e innovación.



Economía Circular

Impulsamos un modelo regenerativo, donde cada recurso cuenta. Aplicamos las "7R" de la economía circular en nuestras cocinas, habitaciones y compras para reducir residuos y alargar la vida útil de los materiales. Nuestra estrategia se concreta en acciones como la mejora en la separación de residuos, la reutilización de equipamientos o el rediseño de experiencias.



Emisiones Cero

Reducir nuestra huella es proteger el entorno y la salud. Lo hacemos adoptando energías renovables, la recuperación de calor, tecnología IoT³ y formación. Controlamos consumos energéticos y de agua, al tiempo que avanzamos hacia un modelo cada vez más eficiente y responsable.



Valor Social

Colaboramos con entidades locales que apoyan a personas en situación de vulnerabilidad y generamos vínculos que transforman. Lo hacemos a través de talleres, habitaciones solidarias, arte con propósito o eventos deportivos con causa, creamos oportunidades reales de inclusión, participación y desarrollo personal.

³ IoT: *Internet of things*. Dispositivos y objetos interconectado por una red

C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO



Embajadores del Propósito

La Freshpeople® somos el motor del cambio. Apostamos por el desarrollo, bienestar y liderazgo. Desde la autogestión TEAL hasta el equipo transversal, generamos espacios para vivir el propósito desde dentro y construir una cultura basada en la confianza, el cuidado y la mejora continua.



Cultura Experiencial.

Las experiencias son el corazón de nuestra propuesta. Diseñamos momentos que dejan huella mediante la aplicación de psicología positiva, atención plena y hospitalidad con alma. Queremos que cada interacción con ARTIEM genere conexión, recuerdo y emoción.



Distribución 5.0.

Cuidamos la forma en que nos relacionamos con nuestros clientes. Apostamos por canales directos, transparentes y sostenibles -como la web o e-mail marketing- que nos permiten transmitir lo que somos, no solo lo que ofrecemos, y generar relaciones duraderas con impacto positivo.



Crecimiento Sostenible.

Crecemos con sentido cuando lo hacemos cuidando del entorno, las personas y el negocio. Apostamos por un modelo equilibrado donde se valoran tanto los resultados financieros como los intangibles: reputación, compromiso, innovación, talento. Un crecimiento que genera prosperidad compartida.



Cultura LEAN.

Trabajamos para crear valor sin desperdicio. Con la metodología LEAN optimizamos procesos, reducimos ineficiencias y fomentamos la participación del equipo que ayuda a las personas a desarrollar todo su potencial. Automatizamos, simplificamos y mejoramos para liberar tiempo y energía, y dedicarnos a lo que realmente importa.

C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

Las Áreas de Oportunidad son, en esencia, nuestro marco de coherencia. Nos ayudan a decidir, priorizar y actuar con propósito. Son la brújula que guía cada paso hacia ese futuro atractivo que seguimos construyendo juntos, y se concretan en planes de acción plurianuales o anuales que nos permiten avanzar de forma sostenida.

NUESTRAS ÁREAS DE OPORTUNIDAD: ORIGEN, RETOS Y EVOLUCIÓN

Cada Área de Oportunidad se formó con un grupo de personas que, movidas por su motivación personal o por su conocimiento, se ofrecieron voluntarias para impulsarlas. Entre ellas se elegían dos líderes responsables de dinamizar el trabajo, que contaban con el acompañamiento de un *sponsor* miembro del equipo directivo, que ofrecía apoyo y alineamiento estratégico.

Al comenzar a trabajar, nos encontramos con la dificultad de implementar estas líneas de acción transversales en una organización que mantenía una estructura tradicional y jerárquica. Este choque cultural y operativo generó tensiones, ya que en la práctica las Áreas de Oportunidad "competían" con los modos de funcionamiento habituales, y en ocasiones eran percibidas como iniciativas ajenas o un esfuerzo añadido que no terminaba de integrarse en la dinámica diaria de todos los equipos y funciones.

Con el tiempo, esta situación hizo que la energía inicial de entusiasmo se fuera diluyendo poco a poco. Sin embargo, también descubrimos que allí donde existía un liderazgo comprometido y sostenido, como en las Áreas de Economía Circular y Valor Social, el impulso se mantenía vivo. Esto demostraba que la clave estaba en la convicción y el ejemplo de quienes asumían la responsabilidad de avanzar.

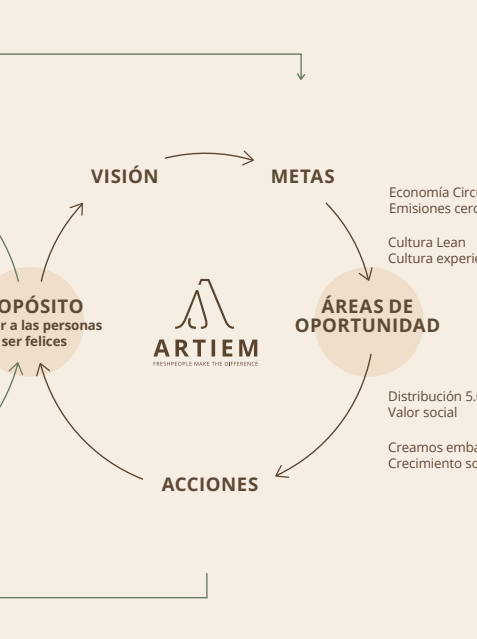
Este aprendizaje nos llevó a reflexionar sobre la tensión entre la estructura jerárquica tradicional y la necesidad de contar con formas de organización más planas, colaborativas y adaptativas. A partir de este pensamiento, surgió la decisión de profundizar en el desarrollo de capacidades orientadas a la cultura TEAL y a la implantación de prácticas LEAN que nos permitieran evolucionar hacia un modelo más ágil y participativo.

A pesar de las dificultades, desde el inicio hemos mantenido el foco en desarrollar estas siete Áreas de Oportunidad como áreas estratégicas, integrándolas progresivamente en nuestra estructura, aprendiendo de la experiencia y consolidando la convicción de que son palancas esenciales para construir el futuro que deseamos.

esidades podemos verlas representadas

forma, identificamos aquellas necesidades que podemos contribuir a mitigar o satisfacer con los recursos que tenemos disponibles como empresa y en colaboración con otras organizaciones y autoridades públicas.

Por lo tanto, nuestra misión, nuestro objetivo último es construir un Modelo de Negocio Virtuoso que nos permita hacer realidad el sueño de un mundo mejor mediante un modelo de empresa que permita a la sociedad satisfacer las **necesidades de nuestro mundo y de la sociedad al mismo tiempo**. Creemos que, cuanto más contribuimos a paliar estas necesidades, más cerca estamos de alcanzar nuestro objetivo de crear prosperidad sostenible. Porque estamos convencidos de que es posible ser competitivo y feliz al mismo tiempo, lo que denominamos Sistema ARTIEM de Negocio Virtuoso Positivo.



C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

PRIORIDADES DE IMPACTO

Las seis prioridades que tenemos en ARTIEM para contribuir a un mundo mejor para todos son:

1

Creación de empleo de calidad: "Trabajo con propósito para una vida feliz"

Aspiramos a ofrecer un trabajo de calidad donde las personas puedan ser ellas mismas, autorrealizarse y desarrollarse. Queremos que todas remen en la misma dirección, compartan el mismo propósito y se cuiden entre ellas para ser felices, dentro y fuera del trabajo. Las personas felices inspiran a otras a serlo.

En una industria marcada por la estacionalidad como la hotelera, nuestro reto pasa por incrementar los meses de operación para ofrecer empleo durante todo el año, así como en invertir en la transformación digital para automatizar tareas como el *Digital House Keeping* (DHK) y el proceso de compras o Krivaku, además de establecer sistemas de trabajo como la Cultura *Lean*, que permite liberar tiempo para que las personas puedan desempeñar su labor, crecer y desarrollarse.

2

Promover la equidad y la inclusividad: "La unión hace la fuerza"

Cada persona es única y son las características que nos diferencian las que nos permiten lograr objetivos inimaginables. ¿Habríamos llegado a la Luna si todo el mundo fuese igual? ¿O ha sido posible gracias al trabajo de equipos con perfiles completamente diferentes? Si así se logró aterrizar en la Luna, construir un mundo inclusivo y con igualdad de oportunidades será el camino que nos permitirá alcanzar cualquier meta, incluso la felicidad.

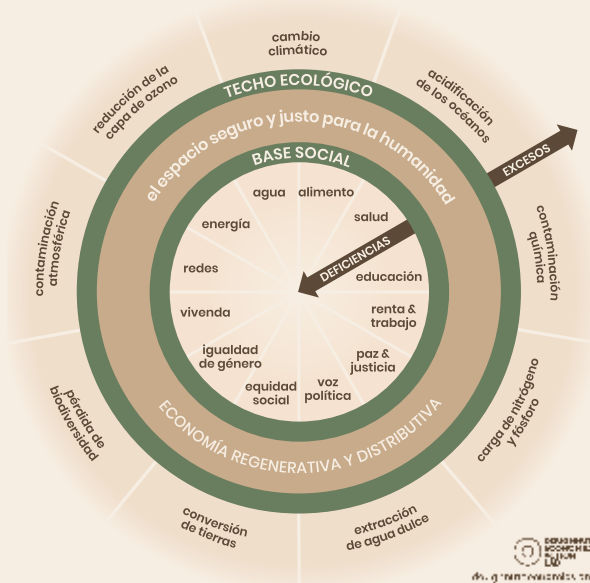
Por este motivo, en ARTIEM trabajamos con entidades y fundaciones de nuestros destinos para apoyar la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión, además de promover la participación de nuestros clientes en las causas que defendemos gracias a iniciativas como la Habitación Solidaria. Apoyamos proyectos de recuperación del patrimonio con el objetivo de que se conviertan en un recurso que aporte valor al destino, generando riqueza para la comunidad, como es el caso de la Fundación Hospital de la Isla del Rey de Menorca.

3

Aportam: "Alimentación que cuida de las personas y del planeta"

La manera en que nos alimentamos nos permite construir un mundo mejor porque mejora nuestro bienestar, cuida de nuestras comunidades y protege nuestro planeta. La alimentación es clave para alcanzar la felicidad debido al impacto que tiene en nuestro cuerpo, mente y planeta.

Por este motivo, trabajamos para ofrecer una alimentación saludable y de temporada, así como en la reducción de desperdicio alimentario. Asimismo, trabajamos con una política de compras que nos ayude a actuar para lograr este fin.



C 2 / LO QUE NOS HACE DIFERENTES: GESTIÓN CON PROPÓSITO

4

Reducir nuestra huella de CO2: "Queremos aire limpio"

El aire limpio es esencial para nuestra felicidad y bienestar; sin él, nuestro futuro se vería comprometido.

Esta idea nos lleva a trabajar en la mejora de la eficiencia energética de las habitaciones, la recuperación de calor, invertir en energías renovables y en tecnologías como la IoT, o apoyar la movilidad sostenible.

5

Gestión eficiente del ciclo del agua: "Cada gota cuenta"

El agua es esencial para la existencia de la vida humana y de los distintos ecosistemas. Un mundo sin agua es un mundo estéril. Como bien imprescindible para nuestra supervivencia, debemos hacer un uso responsable de este recurso para garantizar su disponibilidad presente y futura.

Trabajamos esta prioridad optando por una jardinería de plantas autóctonas, implementando sistemas de reducción del consumo hídrico en las habitaciones, concienciando al cliente sobre el cambio de leñería o invirtiendo en soluciones que permiten reutilizar el agua hasta en tres ciclos.

6

Economía Circular: "Cada material es un tesoro"

Nos gusta el planeta que tenemos. Por eso, realizamos compras y elecciones responsables que nos permitan alargar la vida de los bienes que poseemos y gestionar de manera correcta aquellos que no se pueden usar. Contribuimos a que el planeta se regenere y siga conservándose tal y como es.

Para avanzar en esta prioridad, hemos puesto en marcha la *Charity box*, las acciones Rebuild, la gestión consciente de *amenities*, la reducción de material impreso y unas políticas de compras de materiales no perecederos.

Todas estas prioridades de impacto actúan como balizas que marcan nuestro camino para materializar los proyectos que emprendemos cada año. Gracias a ellas, avanzamos hacia nuestra "imagen atractiva de futuro", que se concreta en nuestras cuatro metas estratégicas.

Los proyectos son lo que habitualmente vemos, aunque lo realmente importante es aquello que nos mueve e impulsa para hacerlos realidad: Nuestro PARA QUÉ es "Inspirar a las personas a ser felices".



Gabriela Aliaga, CEO y Directora de Personas y Bienestar

3

NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

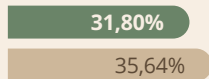
3 / 1 Creación de empleo de calidad: trabajo con propósito para una vida feliz

Trabajadores según tipo de contrato

Fijos



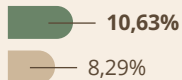
Fijos Hombres



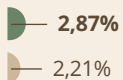
Fijos Mujeres



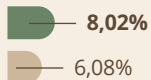
Eventuales



Eventuales Hombres



Eventuales Mujeres



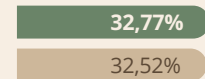
2025 2024

Trabajadores según tipo de jornada

Completa



Completa Hombres



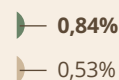
Completa Mujeres



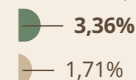
Parcial



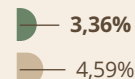
Parcial Hombres



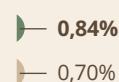
Parcial Mujeres



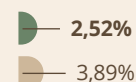
Reducida



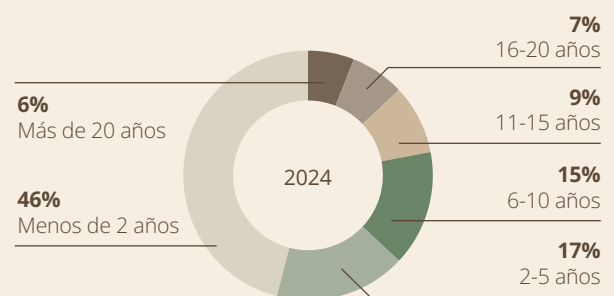
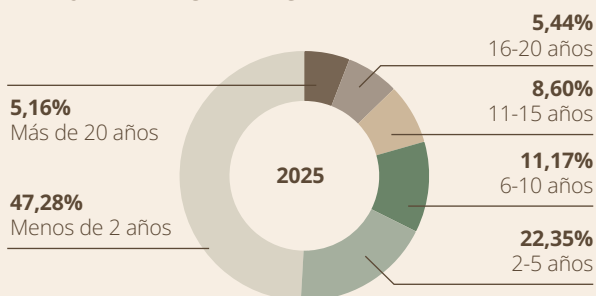
Reducida Hombres



Reducida Mujeres

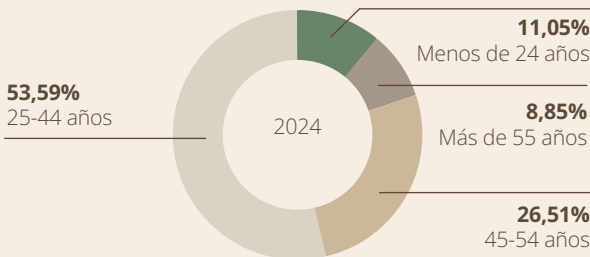
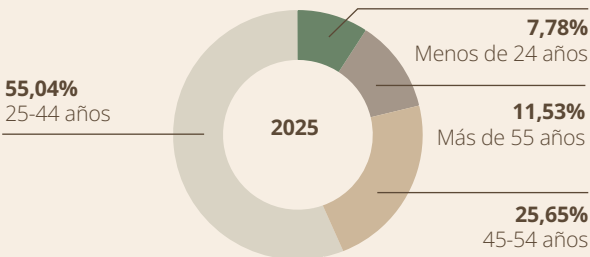


Trabajadores según antigüedad



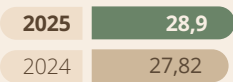
C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Trabajadores según edad



Plantilla promedio

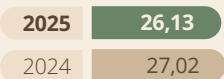
FTE⁵ Asturias



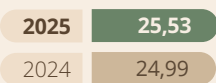
FTE Audax



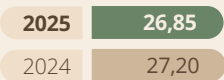
FTE Capri



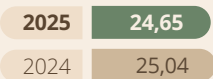
FTE Carlos



FTE Madrid



FTE Central

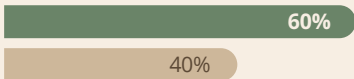


FTE Total



Consejo de administración

2025



2024

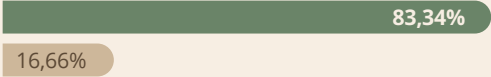


Dirección

2025



2024



Hombres Mujeres

El logro de nuestro propósito exige que ARTIEM sea un lugar donde las personas puedan desarrollarse con coherencia entre lo que son y lo que hacen. De esta manera, buscamos convertir la organización en un lugar donde las personas puedan vivir su propósito a la vez que el de ARTIEM, puedan ser ellas mismas y tengan autonomía, y, como consecuencia contribuyan al logro del propósito corporativo. No entendemos el trabajo como una función operativa, sino como un espacio donde cada persona puede contribuir desde su propio propósito.

⁵ FTE (Full time equivalent): equivalente a tiempo completo

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Para que esto sea posible, necesitamos un entorno que cuide el bienestar integral —físico, emocional y social—, proteja la cultura que nos define, mejore continuamente los procesos y acompañe el crecimiento del talento interno. Y, de forma imprescindible, garantice condiciones laborales que permitan cubrir las necesidades personales con dignidad y estabilidad.

SALUD Y BIENESTAR

Cuidado integral del bienestar de la Freshpeople®

Un pilar fundamental para convertir a ARTIEM en un lugar de trabajo que contribuya a la plenitud de la Freshpeople® es el cuidado de su bienestar, tanto a través de acciones concretas como inspirando y facilitando la adopción de hábitos en el entorno privado que contribuyan a este objetivo. Es por esto que abordamos este reto desde una perspectiva multidisciplinar:

El deporte: nos ayuda a lograr nuestra mejor versión, mejorando nuestro cuerpo, mente y relaciones sociales. Lo favorecemos entre la Freshpeople® a través de:

- Estiramientos diarios al inicio de la jornada laboral para los equipos de ARTIEM Audax
- Acceso gratuito a los gimnasios de los hoteles
- Cuota gratuita para entrenar con el equipo de triatlón ARTIEM Club.
- Sesiones de entrenamiento para el Triatlón ARTIEM Half Menorca en la piscina del hotel ARTIEM Audax
- Inscripciones gratuitas y difusión de información sobre competiciones deportivas en nuestros destinos para fomentar la participación de la Freshpeople® y sus familiares directos.

Alimentación equilibrada: clave para el bienestar y, en consecuencia, para lograr la felicidad. El estómago es "nuestro segundo cerebro" por lo que cuidar lo que comemos es cuidar de la salud física y mental de la persona. A través de iniciativas del proyecto Aportam trabajamos para ofrecer una alimentación equilibrada a nuestra Freshpeople® en los comedores y les empoderamos para poder sacar el máximo provecho de la alimentación en su vida privada.

Residencia Freshpeople® "Yuma": nuestra labor con la residencia de la Freshpeople® es crear un espacio cuidado, que proteja el descanso de las personas residentes. Para ello, también trabajamos para cuidar del clima social entre la Freshpeople® que se alojan allí durante la temporada. Ver más información más adelante.

Bienestar emocional y equilibrio personal: uno de los mayores desafíos en la actualidad es el cuidado de la salud en el ámbito psicológico, y abordarla en el entorno laboral es indispensable al ser el espacio en donde pasamos buena parte de las horas de nuestra vida. Por este motivo, y haciendo referencia a las palancas de la felicidad de Tal Ben-Shahar, en las oficinas centrales dedicamos semanalmente unos minutos a parar y realizar sesiones voluntarias de meditación guiada, a las cuales llamamos "Namasté". Para favorecer este momento, habilitamos una sala en nuestras instalaciones con iluminación tenue, alfombras, sofás o pufs para un mayor confort. Además, en la residencia de la Freshpeople® Yuma implementamos los "Viernes de escucha activa". Lideradas por el equipo de Personas y Bienestar, estas sesiones tienen como objetivo generar un espacio seguro de diálogo con y entre las personas residentes para así mejorar la convivencia.



Loren, ARTIEM Carlos

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

YUMA: Residencia para la Freshpeople®

La dificultad de acceso a la vivienda es una de las principales tensiones sociales en destinos como las Islas Baleares. Para ARTIEM esto no es una cuestión periférica: es una realidad que afecta directamente a las personas que hacen posible nuestro proyecto y nuestro propósito.

Desde la apertura del hotel ARTIEM Audax, en 1994, contamos con una residencia para la Freshpeople® en Cala Galdana con un total de 72 plazas. No como una solución operativa para cubrir turnos, sino como un hogar temporal para quienes se desplazan para trabajar en ARTIEM.

Entendemos Yuma como un hogar, un espacio donde descansar, desconectar, ser uno mismo y convivir en un entorno sano. Esa ambición nos obliga a ir más allá del alojamiento. Implica cuidar las instalaciones, pero también el clima social y emocional entre las personas residentes.

Con los años hemos ido mejorando y creando nuevos espacios —zona de barbacoa, gimnasio, cocina y salón comunitarios—. En 2025 renovamos todos los equipos de descanso apostando por el mismo modelo que ofrecemos a nuestra clientela, buscando prestar la misma atención al detalle tanto dentro como fuera.

El cuidado más humano lo hacemos a través de:

- Entrevistas de salida a cada residente para seguir mejorando las instalaciones
- Acompañamiento específico a las personas en prácticas, en coordinación con sus centros educativos, para garantizar su adaptación al entorno y que su experiencia en la residencia les genera bienestar y contribuye a su desarrollo formativo
- Reorganización de espacios a partir de la escucha activa para garantizar un descanso de calidad y la convivencia saludable.
- Incorporación de formación en habilidades para mejorar la convivencia, gestión emocional y resolución de conflictos.

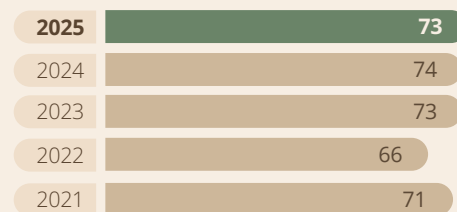
Happyforce

Utilizamos esta herramienta desde 2018 para monitorizar diariamente el clima psicosocial entre la Freshpeople® y obtener una fotografía continua de cómo se encuentra nuestra cultura en el día a día.

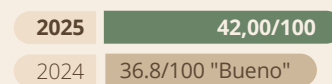
A través de la aplicación, cada persona puede compartir cómo ha sido su jornada y expresar comentarios, reconocimientos o sugerencias de forma anónima. Con estas valoraciones se construye el Happiness Index, que recoge dimensiones alineadas con nuestro propósito como son la justicia, equidad, diversidad, inclusividad y el bienestar. Gracias a estos resultados podemos seguir de manera constante el estado emocional de la organización.

La medición diaria facilita la detección temprana de posibles puntos de mejora y nos ayuda a intervenir cuando es necesario. También refuerza la comunicación bidireccional y el reconocimiento entre equipos, además de servir como canal para compartir información relevante sobre la compañía y el bienestar.

Happiness Index



eNPS (Employee Net Promoter Score)⁶



⁶ eNPS (Employee Promoter Score): indicador para medir la satisfacción y fiabilidad de la Freshpeople®

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Scores

Relaciones



Motivación intrínseca



Feedback



Alineación



Bienestar



Compensación y reconocimiento



La evolución del Happiness Index, el cual desciende ligeramente este último año, refleja que la satisfacción general se consolida, pero que aún existe margen para mejorar la experiencia diaria de la Freshpeople®. En contraste, crece el eNPS, lo que supone un mayor nivel de recomendación de ARTIEM como lugar para trabajar. Este crecimiento nos habla de algo muy nuestro: cada vez más personas recomendarían ARTIEM como lugar para trabajar, reflejando orgullo de pertenencia y conexión con nuestro propósito.

Si miramos en detalle, vemos cómo seguimos reforzando aspectos clave de nuestra cultura. Mejora la motivación intrínseca y la alineación, señal de que avanzamos en ese equilibrio tan propio de ARTIEM: que las personas entiendan el rumbo y encuentren sentido en lo que hacen. También el bienestar crece ligeramente, en línea con las iniciativas impulsadas. En paralelo, la ligera caída en relaciones, feedback y reconocimiento se enmarca en este mismo contexto de evolución: al elevar el nivel, también crecen las expectativas, recordándonos la importancia de seguir cuidando el cómo mientras avanzamos en el qué.

Código Ético de ARTIEM

El Código Ético es una de las herramientas que nos ayudan a traducir la cultura en reglas claras de comportamiento interno y de terceros que trabajan con ARTIEM. A través de él protegemos el respeto a los derechos fundamentales de la Freshpeople®, de las personas que forman parte de nuestra cadena de valor y del planeta. Más que una declaración, es un marco de actuación que orienta nuestras decisiones y establece un marco de actuación cuando surgen dilemas o situaciones complejas.

Dentro de nuestra web disponemos de toda la información relativa a la ética y transparencia en ARTIEM⁷.

Denuncias recibidas



⁷ <https://www.artiemhotels.com/etica.html>

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Prevención de riesgos laborales

ARTIEM ha de ser un lugar donde no solo crecer a nivel personal y profesional, sino un lugar seguro en donde poder ejercer nuestra labor diaria. Para lograrlo trabajamos diariamente para poder mejorar y asegurar que el ambiente de trabajo es seguro y saludable para todas las personas.

Número de accidentes



Días de baja



Mantenemos un número de accidentes bajo y controlado, con 10 casos tanto en 2024 como en 2025, lo que supone un resultado muy positivo y refleja la estabilidad de los indicadores de siniestralidad.

Además, se observa una mejora significativa en su impacto, ya que los días de baja se han reducido de 457 a 372, lo que supone 85 días menos respecto al año anterior. Esto refleja que, además de contener la siniestralidad, los accidentes registrados han sido de menor gravedad, evidenciando una evolución favorable en prevención, una mayor eficacia de las medidas implantadas y una recuperación más rápida de las personas afectadas.

Uniformidad

Como cada año, recogemos la opinión de la Freshpeople® sobre la comodidad de los uniformes antes de realizar cualquier cambio. De esta manera, podemos enfocar nuestros esfuerzos en la selección de tejidos más frescos y confortables, adaptados a las necesidades reales de la actividad diaria. El mayor desafío en esta dimensión es lograr el equilibrio entre tejidos resistentes al día a día de los equipos, confortables y que procedan de unas buenas prácticas de fabricación.

Espacios de trabajo y descanso más confortables

Durante 2025 se llevaron a cabo inversiones en los espacios de trabajo y descanso de la Freshpeople® de ARTIEM Audax y de las oficinas centrales. En ARTIEM Audax se remodeló y diseñó un nuevo comedor para la Freshpeople®, haciéndolo más funcional y acogedor, con nuevo equipamiento para una mejor experiencia durante los descansos para comer.

En las oficinas centrales ubicadas en Maó se rediseñó la planta baja de manera colectiva consultando a la Freshpeople® de corporativo sobre sus necesidades. De esta consulta y tras someterlo a votación, la reforma conllevó la creación de nuevos espacios de trabajo y reuniones, pero también para los tiempos de descanso. Asimismo se acondicionó una de las salas para acoger las sesiones de meditación guiada, así como reuniones más informales. El amueblado y acondicionamiento de esta sala se hizo recuperando mobiliario y elementos en perfecto estado retirados después de las reformas en los hoteles (sofás, pufs, mesitas, ...). De esta manera mejoramos las condiciones del entorno laboral, pero manteniendo un pensamiento circular.

Krivaku

En 2017 desarrollamos un sistema de cintas transportadoras para conectar la cocina central con dos de los restaurantes de ARTIEM Audax, salvando los distintos niveles entre ambos espacios. Estas cintas transportan bandejas limpio-sucio de cubiertos, cristalería y vajilla entre el tren de lavado de la cocina central y las distintas plantas donde se ubican las salas de los restaurantes.

El proyecto surgió al observar el esfuerzo físico que suponía para la Freshpeople® transportar manualmente carros pesados entre cocina y sala. Buscábamos una solución que mejorara esas condiciones de trabajo sin afectar al servicio.

Además de facilitar la operativa diaria, el sistema permite que el equipo de restauración pueda dedicar más tiempo a la atención al cliente. Es una mejora técnica con un impacto claro en mejorar el bienestar de la Freshpeople® y la calidad de servicio que ofrecemos.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

DESARROLLO DE LA FRESHPEOPLE®

Entendemos el desarrollo de la Freshpeople® como un proceso integral que combina crecimiento personal y profesional, convirtiendo a ARTIEM en un espacio en donde cada persona pueda ser ella misma y cumplir su propósito personal. Para facilitar ese desarrollo, nuestra labor es ofrecer las condiciones y herramientas necesarias para que cada persona pueda avanzar y aportar lo mejor de sí misma.

Creemos que el crecimiento individual y el crecimiento organizativo están conectados. Cuando las personas evolucionan, la organización también lo hace, y el propósito deja de ser una declaración para convertirse en práctica diaria.

Freshpeople® Journey

El desarrollo comienza el primer día en que una persona se incorpora a ARTIEM. Acompañamos ese proceso desde la selección hasta el final de su etapa en la organización, entendiendo que cada fase requiere apoyo y claridad.

El objetivo es facilitar una integración real en la cultura, ofreciendo las herramientas necesarias para comprender cómo trabajamos, qué esperamos y qué puede esperar cada persona de la organización. Queremos que la incorporación no sea solo un trámite operativo, sino el inicio de un recorrido con sentido y transparencia que promueva la integración de las nuevas incorporaciones en los equipos.

Proyecto Impulso ARTIEM: Personas que crecen

Consiste en un modelo de crecimiento interno para promover un desarrollo profesional justo, transparente y alineado con la cultura Freshpeople®. Su finalidad es identificar y activar el talento interno con rigor y objetividad, garantizando la igualdad de oportunidades, reforzando el compromiso y favoreciendo trayectorias profesionales sostenibles en el tiempo.

A través de un proceso estructurado de Job Benchmarking y mapeo de talento, en ARTIEM obtuvimos una visión clara y compartida de las capacidades reales del equipo, contrastándolas con los perfiles ideales de los puestos clave. Este enfoque basado en datos permite reducir sesgos, mejorar la toma de decisiones y asegurar que las promociones internas y los movimientos de desarrollo respondan tanto al potencial de las personas como a las necesidades estratégicas de la organización.

El proyecto contribuye a alinear cultura, liderazgo y rendimiento, al diseñar planes de carrera y rutas de desarrollo profesional que sitúan el bienestar, el propósito y los valores en el centro del crecimiento. De este modo, se refuerza el liderazgo, se incrementa la motivación y se favorece la fidelización del talento, reduciendo la rotación y fortaleciendo la cohesión interna. Queremos conseguir con el proyecto Impulso personas más conscientes de su potencial, equipos más alineados y una organización más resiliente, coherente y preparada para crecer desde dentro.

En 2025, el primer año de este proyecto, participaron un total de 94 personas de toda la organización



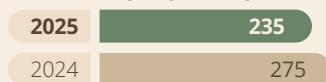
Equipo de Administración y Finanzas

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

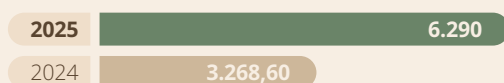
Plan de formación

Cuando nueva Freshpeople® se incorpora en ARTIEM, pasa a ser beneficiaria del plan formativo ARTIEM, orientado a potenciar la mejora continua y la autonomía de las personas para que puedan desarrollar todo su potencial. Para lograrlo, focalizamos la formación en habilidades técnicas, blandas ("soft skills") y de liderazgo para acompañar su crecimiento personal y profesional dentro de la compañía, mientras transformamos la cultura organizacional.

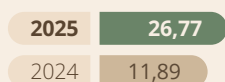
Personas que participaron en formaciones



Horas de formación



Promedio de horas de formación por persona



Este plan de formación integra desde sesiones formativas en formato presencial, online y asíncrono hasta el acompañamiento por parte de un equipo externo de coaches y la creación de equipos de trabajo para avanzar hacia una nueva concepción de los procesos organizacionales.

En 2025 reforzamos nuestra apuesta por el desarrollo de la Freshpeople® desde un enfoque más accesible y conectado con el negocio. La incorporación de la plataforma de formación Turiscool, disponible para todo el equipo desde marzo de 2025, ha abierto nuevas oportunidades formativas en el sector, facilitando que cada persona pueda desarrollarse a su ritmo y según sus intereses, impulsando una cultura de aprendizaje continuo.

Al mismo tiempo, hemos seguido reforzando este desarrollo junto con colaboradores externos estratégicos de formación, para así avanzar con el modelo de liderazgo e impulsar proyectos con impacto directo en la operativa. A todo ello, se suman la incorporación de nuevas capacidades como herramientas y habilidades específicas que nos permiten seguir evolucionando y combinar conocimiento, práctica y mejora constante para generar valor en el día a día.

Jornadas de Welcome Back

Seguimos realizando las jornadas de Welcome Back como punto de encuentro para managers de todos los centros para iniciar la temporada y desarrollar dinámicas de cohesión, liderazgo, así como presentar las líneas de acción para la temporada que se inicia.

Este año, además, hicimos por primera vez la jornada Welcome Back para el equipo de las oficinas centrales y corporativo para presentar novedades en la estructura organizativa, la planificación estratégica y retos del año, así como realizamos dinámicas de cohesión de equipo.

Formación en liderazgo para mandos intermedios

Esta acción formativa está orientada a desarrollar a un segundo colectivo de mandos intermedios y personas con potencial para asumir responsabilidades de liderazgo, profundizando en los aspectos troncales que configuran el Liderazgo ARTIEM y en el impacto que este tiene a la hora de situar el propósito y los valores en el centro del día a día profesional.

A través de este proceso, las personas participantes exploran el liderazgo desde los modos de ser y de hacer, incorporando una mirada más consciente y alineada con la cultura ARTIEM. Asimismo, se les acompaña en la integración del propósito en las operaciones diarias y en la adquisición de herramientas que favorecen un liderazgo pleno, coherente y sostenible, tanto para las personas como para los equipos que lideran.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Coaching individual

En 2025 destinamos 150 horas a sesiones de coaching individual, dirigidas a Freshpeople® en mandos intermedios y al equipo directivo. El objetivo fue acompañar procesos de desarrollo profesional, transición de responsabilidades e integración en la cultura de ARTIEM.

A través del trabajo de observación directa (*shadowing*⁸) y de conversaciones estructuradas de retroalimentación, abordamos el liderazgo desde la práctica diaria, revisando comportamientos y estrategias de toma de decisiones. Este acompañamiento nos permite alinear el ejercicio del liderazgo con los valores de la organización y reforzar una manera de gestionar centrada en las personas.

Jornadas de cohesión y planificación para los equipos de cocina, sala y pisos

Concebidas como un espacio de encuentro para generar empatía, reforzar la colaboración y alinear a las personas de las áreas de restauración y pisos ante la nueva temporada. Estas jornadas permiten trabajar de forma intencionada la integración de las nuevas incorporaciones, facilitando su adaptación tanto al equipo como a la cultura ARTIEM desde el primer momento.

Durante estas sesiones se clarifican y refuerzan los valores, principios y normas de funcionamiento que guían nuestra forma de trabajar, asegurando un marco común de referencia. Asimismo, se aborda de manera conjunta la planificación de la temporada, identificando los principales retos, definiendo roles y responsabilidades y organizando la distribución de tareas y los acompañamientos necesarios para favorecer un funcionamiento equilibrado y colaborativo de los equipos.

Equipos autogestionados

Desde 2022 comenzamos a incorporar el modelo TEAL en varios centros, comenzando por ARTIEM Madrid.

El modelo TEAL, descrito por Frederic Laloux⁹, propone una forma de organización basada en tres pilares: autogestión, desarrollo pleno de las personas y propósito evolutivo compartido. En términos prácticos, supone avanzar hacia estructuras menos jerárquicas, donde los equipos asumen mayor responsabilidad en la toma de decisiones y el liderazgo se distribuye.

La implantación ha requerido formación, acompañamiento y una revisión profunda de roles y dinámicas. TEAL no es solo una herramienta organizativa, sino una cultura que exige confianza, claridad y madurez profesional.

En ARTIEM Asturias y ARTIEM Audax intentamos avanzar en esta dirección, pero la apuesta no obtuvo los resultados esperados. Observamos que el contexto cultural y el momento del equipo no favorecían su desarrollo, por lo que decidimos reordenar la estructura y avanzar a otro ritmo.

Este ajuste nos confirmó que la cultura no se impone ni se acelera. Requiere tiempo, coherencia y aprendizaje continuo. Actualmente el modelo continúa desarrollándose en ARTIEM Madrid, ARTIEM Carlos y en el equipo de Personas y Bienestar, donde ha encontrado mayor encaje

⁸ Shadowing: hacer sombra consiste en que una persona coach acompaña durante un tiempo a una persona experta para observar de cerca sus prácticas, comportamientos y rutinas clave.

⁹ Laloux, F. [Frederic]. (2014). *Reinventar las organizaciones*. Editorial Arpa.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

METODOLOGÍA LEAN

La metodología Lean es la manera de entender cómo con cada proceso o actividad podemos generar valor para las personas. Para lograrlo son prioritarias la observación y reflexión continua de nuestros procesos diarios para identificar el valor que generan. Así, esta metodología se fundamenta sobre un principio fundamental: la eliminación sistemática de desperdicios de tiempo, de recursos, de movimientos y de materiales.

Entendemos Lean como una cultura y una forma de pensar que sitúa a la persona en el centro, orientada a desarrollar todo su potencial y a mejorar continuamente la manera en que trabajamos. Para hacerlo posible, se apoya en una metodología y en un conjunto de herramientas que nos ayudan a generar más valor y a avanzar de forma coherente.

Los 5 principios de Lean



Nadiria Training & Consulting.

Durante el año 2025 hemos seguido integrando este enfoque en el día a día. Algunos ejemplos concretos son:

- Aplicación de la herramienta 5S¹⁰ para reorganizar los almacenes del departamento de pisos en ARTIEM Madrid.
- Uso del método A3¹¹ para analizar y mejorar el proceso de cotización de grupos en el equipo comercial de oficinas centrales.
- Procesos KAIZEN¹² para revisar y simplificar el montaje del buffet en ARTIEM Madrid, el *Sprunch* en ARTIEM Asturias, la limpieza de baños en habitaciones de salida en ARTIEM Carlos y la reorganización del espacio "The Green" en ARTIEM Capri.

Horas de valor no añadido convertidas a horas de valor añadido

2025	1.805
2024	2.103
2023	3.579
Total	7.487

Estos resultados muestran la realidad tras la implementación de esta metodología: los avances más pronunciados suceden al inicio dado que los procesos intervenidos son más críticos y tienen mayor margen de mejora. Por tanto, el primer año el impacto siempre será mucho mayor que los años consecutivos. Es importante destacar que el tiempo ganado es acumulativo. De esta manera, mientras que en el primer año todos los esfuerzos están orientados a la puesta en marcha, a partir del segundo año también entra en juego el mantenimiento de los cambios implementados anteriormente, así como la consolidación de esta cultura de mejora continua.

¹⁰ 5S: metodología japonesa de reorganización de los espacios de trabajo en 5 fases – *Seiri* (clasificar), *Seiso* (ordenar y limpiar), *Seiketsu* (estandarizar), *Shitsuke* (disciplina).

¹¹ A3: El método A3 es una técnica estructurada que facilita la resolución de problemas y la toma de decisiones mediante la presentación visual en un único documento tamaño A3.

¹² KAIZEN: Término japonés que engloba la cultura de mejorar continuamente los procesos para eliminar cualquier desperdicio.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Lean Day

Este año celebramos por primera vez el *Lean Day* de ARTIEM, un encuentro pensado para compartir los avances logrados en los distintos centros a partir de la aplicación de la metodología *Lean*.

El evento se realizó presencialmente en Menorca y fue retransmitido para facilitar su seguimiento por parte de toda la Freshpeople®, independientemente de su ubicación. Además, contamos con intervenciones de profesionales de diferentes centros de ARTIEM y con la experiencia de organizaciones invitadas como el Hospital de Bellvitge y Dreamplace Hotels, que compartieron su recorrido en la mejora de procesos.

Más allá de los casos concretos, el objetivo del encuentro fue generar un espacio de aprendizaje compartido y reconocer el trabajo realizado por los equipos. También permitió reforzar la idea de que mejora continua no es un proyecto puntual, sino que ha de estar integrado dentro de la cultura organizacional.

Cocina Push-Pull en ARTIEM Audax

En 2025 iniciamos en el restaurante Oliva de ARTIEM Audax la transición de un modelo de producción "*push*", basado en previsiones, hacia un modelo "*pull*", ajustado a la demanda real del cliente.

El cambio buscaba mejorar la calidad del trabajo de la Freshpeople® reduciendo desplazamientos innecesarios entre cocina y buffet, y disminuir el desperdicio alimentario. Al mismo tiempo, permitía aumentar la presencia del equipo en buffet y mejorar la atención al cliente.

La transformación requirió de la adaptación de las instalaciones del restaurante para poder responder a la demanda desde el buffet. Sin embargo, el desafío más relevante no fue técnico, sino cultural y organizativo: implicó la revisión de hábitos consolidados y la modificación de la forma tradicional de operar el buffet.

Durante 2025 se hizo la prueba piloto en el servicio de desayuno y durante 2026 se implantará también en el servicio de cena buffet. Como conclusiones de esta primera etapa:

- Se redujeron desplazamientos, lo que implica mejora en el bienestar de la Freshpeople®
- Se redujeron los consumos en las partidas de frío y caliente, mientras se ganó mayor control sobre la producción
- Se aumentó la calidad del producto servido al estar recién elaborado
- Se ganó mayor presencia en el buffet con lo que impacta positivamente sobre la atención al cliente
- Se reorganizaron los horarios para que el equipo pudiera entrar una hora más tarde
- Este ahorro de tiempo en la elaboración de desayuno se pudo derivar al apoyo de los equipos del servicio de cenas.

Los resultados reflejan una gestión más eficiente de los productos: se redujo de forma significativa el desperdicio alimentario, lo que permitió ofrecer más valor con menos recursos. Además, este proceso nos ayudó a comprender mejor el comportamiento del cliente en el buffet.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

SEGURIDAD FINANCIERA

Entendemos que un trabajo de calidad ha de contribuir a la persona más allá del contexto laboral. Debe permitir que las personas puedan organizar su vida personal con estabilidad y previsión, y atender las necesidades fundamentales de su hogar. Por eso consideramos prioritario trabajar sobre la seguridad financiera de la Freshpeople®.

Algunas medidas concretas que aplicamos son:

- Pago de la nómina el 25 de cada mes para facilitar la planificación financiera, adelantando el ingreso antes de la llegada de la mayor parte de los gastos fijos en los hogares
- Sistema de remuneración vinculado a objetivos corporativos (sociales, medioambientales y económicos) que pueden suponer el 20% del salario bruto anual y aplican a todas las categorías laborales, para contribuir a que el equipo se sienta partícipe de nuestro propósito. En 2025 se pagaron 415.512,56 euros en primas, un 13,73% de los beneficios netos del ejercicio de la organización. Esto son 65.620,56 euros más que en 2024.
- Seguro médico privado completo de colectividades gratuito para la Freshpeople®, que permite la inclusión de familiares directos, con el objetivo de garantizar el acceso a una sanidad de calidad complementaria al sistema nacional de salud.

Además, complementamos estas medidas con beneficios que refuerzan el bienestar y la vinculación con el proyecto:

- 20 % de descuento en alojamiento y experiencias ARTIEM para la Freshpeople® y familiares directos.
- Bono Fresh anual que permite disfrutar de determinadas experiencias ARTIEM (estancias o accesos a spa).
- Descuentos en comercios locales.
- Condiciones especiales en productos y servicios de otras empresas B Corp.
- Plataforma de beneficios Freshpeople® Club (*Inspiring Benefits*) con acuerdos en tiendas online, instituciones académicas y otros servicios.

Estas medidas forman parte de una visión más amplia: entender la estabilidad económica como una condición necesaria para que las personas puedan desarrollarse profesionalmente con tranquilidad



Eric y Laura, Oficinas Centrales ARTIEM

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN TRABAJO DE CALIDAD DURANTE EL 2025

En 2025, el contexto social —marcado por la crisis de la vivienda, la inestabilidad geopolítica y el aumento de las desigualdades derivadas del desajuste entre el coste de vida y los salarios— supone un reto relevante en el ámbito de las personas. En particular, la falta de vivienda en la isla dificulta la captación y retención de talento en ARTIEM, mientras que el clima social genera un mayor desgaste emocional, con personas más tensas y agotadas. Este escenario impacta directamente en nuestro propósito de inspirar la felicidad.

Desde ARTIEM damos respuesta asegurando condiciones que permitan a las personas llevar una vida de calidad, desarrollarse y cuidar de su entorno cercano. Actuamos desde la escucha activa —tanto de las necesidades internas como de las del territorio, a través de entidades con las que colaboramos— y las trasladamos a planes de acción concretos. Conseguir que la Freshpeople® haga suyo el propósito requiere coherencia entre cultura y operativa; en este punto identificamos un reto claro: evitar que la presión del día a día nos aleje de este enfoque.

Aun así, los resultados refuerzan que avanzamos en la dirección adecuada. La Freshpeople® percibe ARTIEM como un entorno donde no solo trabajar, sino también crecer y formar parte de un proyecto común que demuestra que un producto hotelero de calidad puede contribuir al desarrollo sostenible.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 / 2 Promoción de la equidad e inclusividad: la unión hace la fuerza

La equidad y la inclusividad son condiciones necesarias para lograr construir una organización coherente y sostenible en el tiempo. Esto conlleva garantizar la igualdad de oportunidades y revisar de forma constante cómo tomamos decisiones, distribuimos responsabilidades y facilitamos el acceso de todas las personas a nuestras operaciones, tanto siendo parte de ellas como Freshpeople®, colaboradores externos o como clientes.

La diversidad de perfiles, experiencias y perspectivas enriquece la toma de decisiones y fortalece la capacidad de adaptación. Por eso incorporamos la equidad y la inclusividad como parte de nuestros objetivos corporativos, integrándolas en la gestión diaria y no únicamente como un compromiso formal.



Manuel con el equipo de Personas y Bienestar

EQUIDAD E INCLUSIVIDAD LABORAL

En donde se garantiza la igualdad de oportunidades a todas las personas candidatas, valorando exclusivamente sus competencias para el puesto. Tenemos un firme compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión, creemos en las personas y no en las etiquetas.

Procesos de selección

En nuestros procesos de selección trabajamos para garantizar la igualdad de oportunidades, evaluando a las personas candidatas en función de sus competencias, alineación con los valores de ARTIEM, experiencia profesional y adecuación al puesto.

Nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión se traduce en revisar los criterios y dinámicas de selección para minimizar los sesgos y asegurar que la incorporación de nueva Freshpeople® a ARTIEM se base en capacidades y potencial, no en circunstancias personales ajenas al desempeño profesional.

Conciliación familiar

La conciliación entre la vida personal y profesional es crítica para lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Las características de la actividad hotelera, que requieren de atención ininterrumpida, la convierten en más compleja que en otros sectores con horario más reducido. Con todo en ARTIEM, trabajamos para favorecer que la Freshpeople® logre encontrar el equilibrio mientras se cuida del buen funcionamiento diario de la operativa. Entre las medidas que incorporamos están el trabajo híbrido, con flexibilidad horaria para las posiciones corporativas, respeto por la desconexión digital, y flexibilidad para definir turnos para aquellas personas con situaciones familiares que lo requieran.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Programa de prácticas ARTIEM: aprendizaje y acompañamiento

Participar en la formación de las futuras generaciones del sector es una responsabilidad y una oportunidad. Nos permite compartir nuestra forma de entender el negocio y, al mismo tiempo, incorporar nuevas miradas que enriquecen a la organización.

Entendemos el programa de prácticas como una experiencia completa, no como una colaboración puntual. Buscamos que las personas estudiantes se integren en los equipos, asuman responsabilidades progresivamente y conozcan de primera mano nuestra cultura y forma de trabajar.

El acompañamiento se articula a través de tutorización cercana, con referentes claros que orientan los objetivos de la estancia y ofrecen retroalimentación continua para promover el aprendizaje.

Además, incorporamos mecanismos de escucha activa mediante seguimiento semanal desde el equipo de Personas y Bienestar y encuestas anónimas al finalizar la estancia. Esto nos permite entender cómo se está viviendo la experiencia y ajustar el programa cuando sea necesario.



Nuestra estudiante Khawla con el equipo de cocina de ARTIEM Audax

Mantenemos una colaboración estable con centros formativos y universidades, alineando expectativas y necesidades para que la experiencia sea coherente tanto para el estudiante como para la organización.

Durante el año 2025 colaboramos con las siguientes entidades formativas:

ISLAS BALEARES

- IES M. Àngels Cardona – Ciutadella de Menorca
- IES Cap de Llevant - Maó
- Universitat de les Illes Balears
- Escuela De Turismo De Baleares
- Cáritas Diocesana de Menorca (Área de formación)
- IES Pasqual Calbó i Caldés - Maó

COMUNIDAD DE MADRID:

- Universidad Politécnica de Madrid
- FP Santa Gema - Madrid

PRINCIPADO DE ASTURIAS

- Universidad de Oviedo
- CIFP Hostelería y Turismo Gijón

OTRAS CC.AA.

- Escuela oficial cocina y turismo Ecotur – Comunitat Valenciana
- Centre Integrat Públic de Formació Professional - Comunitat Valenciana
- Grupo Valfor - Galicia

INTERNACIONAL

- HLW Marienberg - Austria
- ROC Mondriaan – Países Bajos
- The American Business School - Francia

Y contamos con un total de 45 personas en prácticas.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Acompañamos a la inclusión laboral en nuestras comunidades

La accesibilidad al mercado laboral es fundamental para el bienestar individual y colectivo de las comunidades, tanto desde un plano social como económico. Desde nuestra organización actuamos desde un enfoque de que la incorporación en nuestro día a día de perfiles en situación de vulnerabilidad enriquece a la organización y a los equipos al incluir perfiles y experiencias diversas.

En ARTIEM trabajamos en distintas líneas para avanzar en este ámbito: colaboramos con entidades sociales, impulsamos acciones de formación y acompañamiento, e incorporamos a la Freshpeople® a personas procedentes de estos colectivos cuando se dan las condiciones adecuadas.



Sesiones formativas y de empoderamiento

En colaboración con Cáritas Diocesana, la Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca y el Ayuntamiento de Maó desarrollamos sesiones formativas dirigidas a personas usuarias de estas entidades. En estas sesiones se abordaron contenidos vinculados a la preparación para acceder al mercado laboral —como entrenamiento para entrevistas y desarrollo de competencias personales— así como la inclusión de mujeres con diversidad funcional en el entorno laboral.

Apoyo a proyectos de inclusión laboral

De manera más directa, también trabajamos la inclusión de la mano de entidades sociales que trabajan por la inclusión laboral, integrando sus servicios y proyectos en nuestra operativa habitual. Más que una colaboración puntual, buscamos relaciones estables que reconozcan la capacidad profesional de las personas usuarias y su aportación al tejido desarrollo local. Las colaboraciones que trabajamos durante el año 2025 fueron con:

- **Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca**, al contar con sus servicios de jardinería en ARTIEM Carlos y para la elaboración del detalle navideño entregado a los huéspedes durante las fechas festivas (Centro ocupacional de día Carlos Mir).
- **Mestral**, proyecto de integración socio-laboral impulsado por Cáritas Diocesana de Menorca, con el cual diseñamos elementos de madera para nuestras habitaciones y zonas comunes.
- **Down Madrid** y el taller "ARTIEM Chef" dirigido a personas usuarias de esta entidad madrileña. A través de sesiones formativas online compartimos conocimientos básicos de cocina y trabajo en equipo. El taller concluye con una cena de navidad benéfica en ARTIEM Madrid, donde las personas participantes elaboran y sirven la cena, y cuya recaudación se destina íntegramente a la propia asociación.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

POR UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y SEGURA

Lienzos Vitales de AMAQTEDU en ARTIEM Madrid

Acogemos una exposición permanente de "Lienzos Vitales", obras creadas por personas sin hogar o en situación de vulnerabilidad. A través de su exposición y venta solidaria, se impulsa su desarrollo personal y reinserción laboral.



"Recicla con Corazón" - Charity box para Cáritas

La Charity Box es la evolución de la iniciativa Charity Bags, puesta en marcha años atrás, y que tiene por objetivo recoger objetos en buen estado que nuestros huéspedes no pueden llevarse consigo después de su estancia para poder darle una segunda vida donándolo a **Cáritas Menorca**, y evitar que acaben en el contenedor. Estas cajas ubicadas en la recepción de los establecimientos de Menorca recogen objetos tales como zapatos, ropa, elementos de playa, ... Así, posteriormente, tras un cribado se derivan los objetos hacia la donación o correcta gestión del residuo en función de su estado.

Durante 2025 se recogieron un total de 70 kg de objetos.



Sensibilización y ciencia para cuidar de la salud

Apoyamos iniciativas de sensibilización, investigación y acompañamiento a pacientes con el objetivo de contribuir a comunidades más saludables y mejor informadas.

En 2025 continuamos colaborando con la **Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)**. Nos sumamos a su campaña con motivo del Día del Cáncer, tenemos a la venta productos solidarios en nuestros hoteles y hacemos difusión de materiales informativos dirigidos a la Freshpeople®, tanto en materia de prevención como de apoyo a personas afectadas por la enfermedad. También facilitamos alojamiento a profesionales que se desplazan a Menorca para impartir los talleres "Ciencia para todos" y participamos en la Noche Solidaria de AECC Gijón 2025.

En esta misma línea, colaboramos con el proyecto menorquín **Fins al Cel**, cuyos productos destinan fondos a la AECC, incorporándolos a la vitrina solidaria de ARTIEM Capri.

Además, ampliamos nuestro apoyo a otras realidades vinculadas a la salud, como la colaboración con **ICAM**, entidad que acompaña a personas que han sufrido un ictus en la Comunidad de Madrid y a sus familias, contribuyendo a dar visibilidad a su labor y a acercar a la Freshpeople® los recursos que ofrecen.

En esta misma línea, colaboramos con la **Fundación Clarós**, organización sin ánimo de lucro centrada en la investigación, la formación y la acción humanitaria en el ámbito de la otorrinolaringología, la cirugía de cabeza y cuello, apoyando la celebración de su evento solidario de recaudación de fondos en Maó.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Respalando la labor de entidades sociales

En 2025 reforzamos nuestra colaboración con entidades sociales locales, integrando acciones vinculadas a la inclusión, la diversidad funcional, la salud y el apoyo comunitario dentro de nuestra actividad habitual.

Repetimos el formato de mercadillos solidarios navideños en ARTIEM Asturias y ARTIEM Capri, abriendo estos espacios a asociaciones como la Fundació per a Persones amb Discapacitat de Menorca, Cáritas Diocesana de Menorca, Trebaluger Equine Rescue Centre y la asociación RAITANA de Avilés. También contamos con la participación de personas artesanas locales, ampliando el impacto del evento en el entorno cercano.

La recaudación obtenida permitió donar 615 euros a RAITANA y 1.507 euros a la Fundació per a Persones amb Discapacitat de Menorca. Por su parte, el mercadillo de inicio de temporada para vender material de segunda mano en ARTIEM Audax nos permitió donar un total de 3.000 euros a la asociación ASPANOB.



FUNDACIÓ
PER A PERSONES
AMB DISCAPACITAT
DE MENORCA



TREBALUGER
EQUINE RESCUE

Además, apoyamos a estas entidades mediante la cesión de recursos materiales y colaboraciones específicas:

- Donación de 70 colchones y bases de cama a Cáritas Diocesana de Menorca para su uso en viviendas protegidas.
- Entrega de 30 butacas destinadas al nuevo local de la Fundació per a Persones amb Discapacitat de Menorca.
- Aportación de una experiencia ARTIEM a la asociación RAITANA para la recaudación de fondos a través de rifas solidarias.
- Venta de participaciones de la lotería de Navidad en favor de Cáritas Menorca. En 2025 se recaudó un total de 236,50 euros.
- Donación de un palé de comida por un importe de 6.930 euros al grupo de **Voluntarias de San Vicente de Paul**: asociación que gestiona una tienda social dirigida a personas en situación de vulnerabilidad, facilitando semanalmente bolsas de alimentos básicos. Esta colaboración forma parte de nuestra tradición navideña desde hace más de 20 años.
- **Fundación Hospital Isla del Rey en Mahón (Menorca)**: continuamos colaborando con este proyecto dedicado a la preservación de un enclave de especial relevancia histórica para la isla, que además integra a personas en riesgo de exclusión social en sus actividades. Anualmente colaboramos con la donación de 3.000 euros para seguir desarrollando su actividad.

Estas acciones buscan integrar el apoyo social en la operativa real de la organización, más allá de iniciativas puntuales.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Voluntariado

El programa de voluntariado de ARTIEM busca facilitar que la Freshpeople® participemos activamente en iniciativas sociales y medioambientales apoyadas por la organización. Esta participación nos permite sentirnos parte de un proyecto común, sentir el propósito como propio y compartido y lograr que los beneficios que obtienen el planeta y la comunidad a través de estas actividades sean lo más grandes posibles.

Durante 2025, las personas del equipo dedicamos un total de 85 horas a colaborar en distintas acciones:

- Mercadillos solidarios navideños en Menorca y Asturias, así como en el mercadillo de inicio de temporada en Menorca.
- Taller "ARTIEM Chef" con [Down Madrid](#).
- Apoyo al equipo ARTIEM de triatlón en la ARTIEM Half Menorca.
- Jornada de limpieza de Cala Galdana, tanto en playa como en el fondo marino, organizada por [Blue Island Diving](#) y [Plastic Free Menorca](#)

A partir de la reflexión de estos últimos años y con la intención de seguir avanzando en la participación de la Freshpeople® en actividades para cuidar de nuestras comunidades y planeta vemos la necesidad de transitar hacia un programa de voluntariado más estructurado. Creemos que esta transición nos permitirá coordinar mejor las iniciativas y canalizar de forma más eficaz la implicación de la Freshpeople® como agentes de cambio.



Habitación Solidaria

En 2025 celebramos el quinto aniversario de la Habitación Solidaria de ARTIEM, una iniciativa que forma parte estable de nuestra operativa diaria y es el claro ejemplo de que nuestro modelo no busca la filantropía, sino que entiende que la competitividad emana del cuidado de las personas y el planeta.

Durante estos cinco años hemos recaudado un total de **500.153,15€**, lo que suponen **126.196,27 €** más durante el 2025, destinados a Cáritas Diocesana Española, gracias a las cinco habitaciones solidarias disponibles cada día en nuestros hoteles. Sin embargo, aquí lo importante es destacar no solo el dinero derivado a su causa, sino el impacto conseguido.

Cáritas otorga un cheque de 200€ al mes a las familias vulnerables de cuatro miembros, de manera que, gracias a lo recaudado con la Habitación solidaria se ha podido dar alimento a 208 familias durante un año desde el inicio del proyecto. Esto son 53 familias más durante este 2025.

Más allá de los números, el proyecto refleja una forma concreta de integrar el impacto social en la actividad ordinaria del negocio, haciendo partícipe también a la clientela de esta contribución.

El proyecto de la Habitación Solidaria de ARTIEM también está vinculado con una colaboración con la B Corp Triodos Bank. Esta colaboración consiste en la cesión de noches de estancia en la Habitación Solidaria como incentivo a donaciones que los clientes de Triodos hagan a los diferentes proyectos que apoya su fundación a través de Crowdfunding. En 2025 se lograron recaudar 4.190 euros para los siguientes proyectos:



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

- **"Tu compromiso nos alimenta":** busca profesionalizar la gestión de la cooperativa valenciana "Som Alimentació" ecológica, ética y de proximidad.
- **"Sembrando resiliencia":** un proyecto colectivo donde la agricultura regenerativa se convierte en refugio emocional y de aprendizaje para personas afectadas por la DANA de octubre de 2024 en Valencia.
- **"Crea arte con nosotras: tú pones la chispa, nosotras el lienzo":** marca de decoración valenciana afectada por la DANA de 2024 que busca financiación para transformar su producto y contribuir con él a la economía circular.
- **"Juntos por la recuperación: creando comunidad en salud mental":** iniciativa de la Asociación de Familiares y Personas que Tienen una Enfermedad Mental de Paterna, La Eliana y San Antoni de Benagéber (Valencia) que pretende fortalecer intervenciones psicosociales, desarrollo de actividades y grupos de apoyo para apoyar la inclusión en la sociedad de estas personas, favoreciendo su bienestar.

- **"Ayúdanos: ninguna persona mayor sola":** proyecto de la fundación Grandes Amigos para reducir la soledad no deseada entre personas mayores a través de la creación de redes de apoyo afectivo y vecinal.
- **"AI4TEEN: Porque cada adolescente merece ser escuchado a tiempo":** una herramienta para detectar la depresión en adolescentes mediante análisis de voz y de la función ejecutiva.

Patrocinio a paratriatletas olímpicos

Continuamos apoyando a Nil Riudavets y Dani Molina, campeones paralímpicos en 2024 y protagonistas de la portada de la Memoria ARTIEM 2024.

Su trayectoria representa valores con los que nos sentimos identificados: esfuerzo, constancia y capacidad para superar barreras. Más allá del ámbito deportivo, su ejemplo refuerza nuestro compromiso con la inclusión y la igualdad de oportunidades.



Habitación Solidaria de ARTIEM Madrid.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN EQUIDAD E INCLUSIVIDAD DURANTE EL 2025

En escenarios complejos como el actual se agravan las desigualdades sociales, en determinados colectivos, dado que los derechos fundamentales quedan en segundo plano frente a otros intereses. Los Derechos Humanos y la igualdad de oportunidades no son un obstáculo, sino una condición imprescindible para el progreso. No es posible avanzar como sociedad dejando a personas atrás.

Garantizar la igualdad de oportunidades implica eliminar barreras y facilitar el desarrollo de cada persona. Esto se traduce en equipos diversos e inclusivos que aportan mayor valor al integrar diferentes perspectivas. En este camino, es clave apoyar el acceso a una formación de calidad y colaborar con entidades que trabajan para reducir las desigualdades sociales.

Su avance es también el nuestro como

organización, al formar parte de un sistema interdependiente —personas, medioambiente y economía—. Estas acciones no responden a una lógica filantrópica, sino que forman parte de nuestra manera de hacer. Incluso en contextos adversos, mantenemos este compromiso porque está en la base de nuestro propósito y genera valor tanto para las personas como para los clientes. Así lo refleja el quinto aniversario de la Habitación Solidaria, que ha permitido atender a más de 200, y el apoyo a proyectos de investigación y entidades del ámbito de la salud para lograr una sociedad más segura y saludable para todos.

El principal reto en este ámbito es activar a la Freshpeople® como agente de cambio en la sociedad. En esta línea, uno de los objetivos clave para 2026 es desarrollar un programa estructurado de voluntariado que permita canalizar este potencial, amplificar el impacto positivo y reforzar el sentido de pertenencia a través de la acción colectiva.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 /3 Aportam: alimentación que cuida de las personas y el planeta

APORTAM nace de una convicción clara: la forma en que entendemos la alimentación influye en el bienestar de las personas, en el cuidado del entorno y en la prosperidad del territorio.

En ARTIEM, la gastronomía deja de ser solo un servicio para convertirse en una forma de actuar coherente con nuestro propósito. APORTAM es la manera en que llevamos esto a la práctica: una gastronomía inspirada en el lugar donde estamos, pensada para el bienestar de las personas y atenta a cómo se producen y se aprovechan los alimentos. Para lograr convertirlo en una realidad se requiere de una transformación cultural dentro de la organización. Por eso, más que un proyecto gastronómico, APORTAM es una palanca para avanzar en nuestro propósito de inspirar felicidad.

APORTAM comenzó en la década de 2010 como un intento de acercarnos a productores locales y fortalecer el vínculo con el entorno. Sin embargo, las limitaciones estructurales propias de un territorio insular —como son la capacidad de producción— nos obligaron a replantear el alcance del proyecto.

En 2023, tras un proceso de reflexión interna y apoyándonos en mayor evidencia científica, evolucionamos el concepto. APORTAM dejó de centrarse exclusivamente en la proximidad para adoptar una visión más amplia del sistema alimentario. Tomamos como referencia la Dieta de Salud Planetaria, propuesta por la Comisión EAT-Lancet¹³, incorporando una mirada que conecta alimentación, salud humana, impacto ambiental y equidad social.

Los primeros años han sido de análisis, aprendizaje y pilotaje. Comprendimos que la alimentación no es solo un servicio dentro del hotel, sino una palanca estratégica. Influye en la salud de quienes nos visitan, en el bienestar de la Freshpeople®, en los ecosistemas y en la cadena de valor de la que formamos parte.

El último informe de EAT-Lancet¹⁴ refuerza esta dirección al señalar que los sistemas alimentarios están vinculados a la transgresión de cinco de los nueve límites planetarios. Incluso en escenarios de transición energética, el propio sistema alimentario podría comprometer el objetivo de limitar el calentamiento global a 1,5°C. Además, el impacto ambiental no se distribuye de forma homogénea: el 30 % de la población con mayor renta concentra una parte significativa de los impactos negativos.

Este contexto refuerza una convicción: transformar la manera en que producimos, distribuimos y consumimos alimentos es una responsabilidad compartida. Para ARTIEM, esto significa revisar qué compramos, cómo diseñamos la oferta, cómo reducimos el desperdicio y cómo influimos en los hábitos desde nuestro poder de actuación.

Nuestro propósito es inspirar la felicidad y APORTAM se convierte en una palanca indispensable para lograrlo.

¹³ EAT-Lancet Commission. (2019). *Healthy Diets From Sustainable Food Systems. Food Planet Health* https://eatforum.org/wp-content/uploads/2025/09/EAT-Lancet_Commission_Summary_Report.pdf

¹⁴ EAT-Lancet (2025). *New landmark EAT-Lancet Commission warns food systems breach planetary limits* <https://eatforum.org/update/eat-lancet-commission-warns-food-systems-breach-planetary-limits/>

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

TRANSITANDO DE LA REFLEXIÓN AL SISTEMA

Tras la fase de reflexión y definición del marco conceptual, el reto de APORTAM ha sido convertir esa visión en un sistema que ordene decisiones reales. Pasar de la intención a la metodología implica medir, establecer criterios claros y asumir responsabilidad sobre toda la cadena de valor.

En este proceso avanzamos tanto en la evaluación interna de alimentos y oferta gastronómica como en la comprensión del impacto de nuestra cadena de suministro. Solo incorporando datos, herramientas y criterios consistentes podemos consolidar APORTAM como un sistema operativo y no solo como una declaración de principios.

Evaluación de alimentos

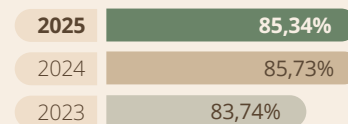
Avanzamos en la consolidación de APORTAM como un sistema que ordena la toma de decisiones en materia de alimentación dentro de ARTIEM. Para ello, continuamos desarrollando herramientas y metodologías que nos permitan comprender cuál es el impacto que tiene nuestra oferta gastronómica en el planeta y las personas. Además, a través de la creación de objetivos corporativos en esta materia, hacemos partícipes a los equipos en la consecución de hitos vinculados a los indicadores del proyecto.

Mantenemos la metodología de evaluación de alimentos APORTAM, que valora criterios de tradición, proximidad y origen local, impacto ambiental y salud. Esta herramienta nos ayuda a tomar decisiones más informadas en el diseño de la oferta gastronómica.

La participación activa de los equipos operativos ha permitido introducir mejoras concretas, que aunque pequeñas, empiecen a cambiar nuestro servicio. Por ejemplo, en los espacios Grab&Go de ARTIEM Capri y ARTIEM Madrid se modificó el formato de los zumos disponibles, reduciendo la generación de residuos y mejorando la experiencia de consumo.

Según el análisis realizado a partir de estos criterios, las referencias que los cumplen representan:

Porcentaje sobre consumo total consumido (Kilogramos)



Cantidad (Kilogramos)



Somos conscientes de que lograr la perfección en este ámbito es un horizonte de difícil consecución porque se requiere de un cambio sistémico que empieza en la cultura de consumo. Es en este cambio en donde queremos acompañar e inspirar a todas las personas que comen en ARTIEM.

Además, como parte de nuestro esfuerzo por avanzar en esta transición seguimos ampliando nuestra oferta en productos ecológicos certificados, fairtrade y muy de la mano de compañías con certificación B Corp, como Incapto, Nespresso o Véritas.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Cadena de suministro

Seguimos avanzando en el análisis del impacto ambiental y social de nuestra cadena de suministro, entendiendo que las decisiones de compra forman parte del impacto total de la compañía.

En 2023 publicamos la *Guía Práctica: Proveedores y Colaboradores*¹⁵, donde recogemos los principios éticos, sociales y ambientales que orientan la relación con nuestra cadena de valor. En 2024 reforzamos este enfoque incorporando un nuevo formulario de alta de proveedores que integra criterios de gobernanza, impacto social y medioambiental.

Conocer mejor a nuestra cadena de suministro es el primer paso para asumir la responsabilidad sobre el impacto que nuestra actividad tiene de manera indirecto sobre el planeta y la sociedad. Asimismo, nos permite identificar proveedores alineados con los cuales podamos generar mayores sinergias.

Durante 2025 continuamos evaluando a los nuevos proveedores y para 2026 el objetivo se centrará en ampliar progresivamente el cuestionario a aquellos considerados críticos o significativos que ya formaban parte de nuestra operativa antes de la puesta en marcha de esta evaluación.

¹⁵ Encuentra nuestra Guía Práctica: Proveedores y Colaboradores externos en: <https://www.artiemhotels.com/etica.html>

¹⁶ Solo se contabilizan empresas B Corp dadas de alta como proveedor desde la puesta en marcha del cuestionario. Consulta el listado completo de empresas B Corp con las que trabajamos Movimiento B Corp



Nº de proveedores evaluados	26
Empresas B Corp¹⁶	4
Con certificaciones medioambientales y/o sociales	5
Miden su huella de carbono y tienen objetivos de reducción	7
Miden su consumo de agua y tienen objetivos de reducción	17
Priorizan productos locales	13



Portada de la Guía Práctica de Proveedores y Colaboradores externos de ARTIEM.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

APORTAM – FRESHPEOPLE®

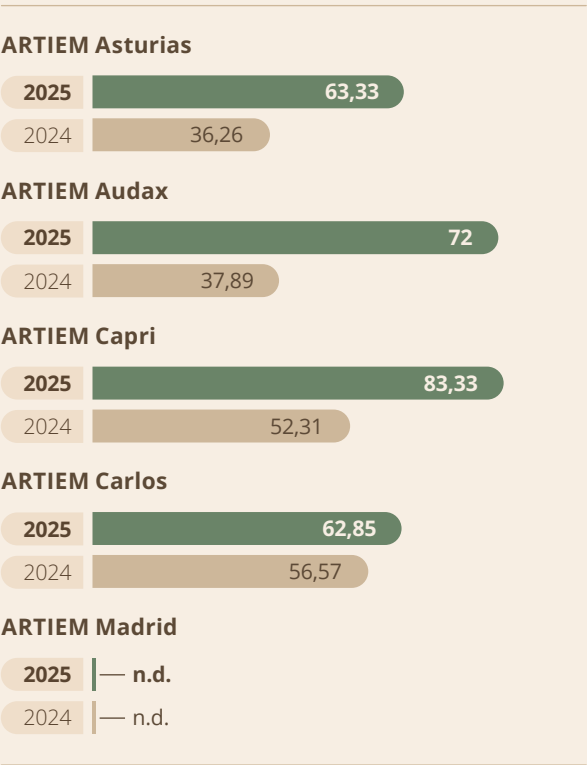
El desarrollo de Aportam va acompañado de una transformación de las formas de consumo, lo cual tiene un fuerte componente cultural externo e interno. Por ello, la Freshpeople® se convierte en agente imprescindible para lograr pasar del mensaje de que la alimentación es clave para cuidar de la salud y del planeta, a la acción. Así, la experiencia del equipo dentro de ARTIEM ha de estar alineada con el enfoque Aportam: esta filosofía tiene que ser coherente y perceptible con lo que se vive en el día a día.



Rebeca, ARTIEM Asturias

Para monitorizar esta experiencia, seguimos midiendo la percepción de la Freshpeople® a través de las "Encuestas APORTAM". Estas buscan evaluar el nivel de satisfacción con el comedor —en relación con la oferta gastronómica y las instalaciones—, así como la manera en que perciben coherencia entre la operativa diaria y la filosofía del proyecto.

Estos son los resultados (sobre 100):



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Los resultados muestran una evolución positiva en la percepción de los equipos sobre la alineación entre la experiencia que viven y Aportam. Esto resulta de iniciar la estandarización de las ruedas de menús de los comedores para favorecer que sean más saludables y equilibradas; actualización de las instalaciones de los comedores como es la remodelación completa del comedor de ARTIEM Audax.

Sin embargo, existen áreas de mejora en la comunicación del proyecto a los equipos para que comprendan cómo poder accionarlo desde su día a día y ser parte de él. También, debido a que el proyecto se encuentra en fase de redefinición, el lenguaje empleado para trasladar el mensaje necesita de mayor adaptación para poder ser comprendido y puesto en práctica por la Freshpeople®.

Las encuestas de estos dos últimos años fueron realizadas con papel para favorecer la accesibilidad y la participación, pero una vez adquirido el hábito por parte de la Freshpeople®, en 2026 se apostará por un formato digitalizado para poder redirigir los recursos destinados a la recopilación de datos hacia aportar retroalimentación y poner en marcha iniciativas que surjan de estas consultas.



Diseñamos una oferta gastronómica alineada a nuestro propósito.

Algunas de las iniciativas que tenemos en marcha son:

- **"Sábados de Salud y Bienestar" en Happy Force:** consolidamos estas píldoras informativas donde informamos sobre frutas y verduras en temporada cada mes; recetas y consejos para reducir el desperdicio alimentario y para conocer cómo aprovechar todos los beneficios que la alimentación nos ofrece para lograr nuestra mejor versión.
- **Ruedas de comedor de la Freshpeople® (ARTIEM Carlos y ARTIEM Capri):** seguimos trabajando con las ruedas de menú, creadas por un nutricionista-dietista, para ofrecer a las personas que comen en estos espacios una alimentación equilibrada que contribuya a su bienestar.
- **Semanas temáticas:** a finales de 2025 realizamos la primera semana temática sobre alimentación saludable en ARTIEM Capri y oficinas centrales. A través de snacks y del plato del día, abordamos contenidos como el plato Harvard, la importancia de los colores en la alimentación, "el placer del comer" y la microbiota. Esta experiencia fue bien recibida y nos permitió pilotar nuevas fórmulas para acercar el proyecto APORTAM al equipo.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 /4 Desperdicio alimentario

La gestión del desperdicio alimentario es uno de los ámbitos más relevantes dentro de APORTAM. Abordarlo no solo implica una cuestión ambiental —relacionada con el uso responsable de recursos naturales—, sino que también tiene una importante dimensión ética, vinculada a cómo se distribuyen y se da acceso a los alimentos. Acabar con el desperdicio alimentario es imprescindible para transitar hacia una sociedad más sana y justa en un planeta cuidado y seguro.

Nuestra mirada en Aportam abarca todo el ciclo de vida del producto, desde su producción hasta su consumo o desecho: el sistema alimentario al completo. Reducir el desperdicio dentro de nuestra operativa supone un reto complejo que impacta tanto en la regeneración de los sistemas naturales como en la eficiencia económica y en la calidad del producto que servimos.

Durante 2025 reflexionamos sobre nuestra cadena de valor alimentaria y las características del desperdicio en nuestras instalaciones. Aunque exploramos soluciones tecnológicas para la medición, no encontramos herramientas que se adaptasen plenamente a la dimensión y características de nuestros servicios.

A través de nuestra participación en el Proyecto Sprint —cofinanciado por la Comisión Europea— reforzamos la colaboración público-privada e incorporamos activamente a los equipos de cocina en el análisis y la toma de decisiones. De este proceso extraemos una conclusión clara: la tecnología y la comunicación externa son relevantes, pero la reducción efectiva del desperdicio depende principalmente de la cultura y de la implicación de los equipos operativos.

A partir de mediciones manuales efectuadas, tanto por el equipo de CREDA¹⁷ como por equipo de ARTIEM, y del análisis de los flujos de productos con mayor incidencia, los equipos pudieron definir conjuntamente acciones concretas y aplicables.



Entre las principales iniciativas desarrolladas en 2025 destacan:

- Análisis de producción y desperdicio en ARTIEM Asturias, Madrid, Carlos y Capri.
- Identificación de productos críticos sobre los cuales actuar y lograr un alto impacto en la reducción del desperdicio, pero sin suponer un gran esfuerzo operativo en Asturias y Madrid.
- Implementación del proyecto *"Push-Pull"* en la cocina de ARTIEM Audax bajo metodología Lean.
- Reducción del diámetro de platos en buffet en ARTIEM Madrid, tras el piloto efectuado en ARTIEM Capri.
- Reaprovechamiento seguro en los comedores de la Freshpeople®.
- Servicio de desayuno temprano y picnic mediante packs configurables por el cliente en ARTIEM Capri.
- Priorización de distribuidores locales para mejorar la conservación de los alimentos y reducir el desperdicio en las etapas iniciales de la cadena de suministro
- Control reforzado de pedidos y stocks.
- Sesiones formativas sobre desperdicio alimentario en todos los centros.
- Difusión de contenidos sobre la reducción del desperdicio en los hogares de la Freshpeople® a través de HappyForce.

2025 ha sido un año de aprendizaje y ajuste. Confirmamos que la reducción del desperdicio no depende de grandes soluciones aisladas, sino de decisiones operativas constantes, fundamentadas en datos y lideradas por quienes mejor conocen la realidad diaria: la Freshpeople® de las áreas de restauración.

¹⁷ CREDA es el Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario de la Universidad Politécnica de Catalunya e IRTA. CREDA, al igual que ARTIEM, son parte del consorcio del proyecto Sprint.

C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN APORTAM DURANTE 2025

La reflexión principal que nos surge de este ámbito es que "un gran poder, conlleva una gran responsabilidad". En este caso, el gran poder que tenemos en nuestras manos gracias a la alimentación conlleva compromiso, constancia y coherencia. Requiere de una cultura sólida, que sea accesible y comprensible por las personas. Este camino hacia una alimentación sostenible y saludable no es una línea recta y no se reduce a lograr la perfección más absoluta sino de ser mejores cada día.

Estos primeros años de APORTAM nos han permitido construir una base de conocimiento y definir una dirección clara. Sin embargo, hemos identificado margen de mejora en la forma de comunicar y trasladar este enfoque para hacerlo tangible y accionable. Nuestro reto para 2026 es avanzar desde la conceptualización hacia la activación, implicando tanto a la Freshpeople® como a nuestro entorno en la comprensión y adopción de esta filosofía. A través de algo cotidiano como la alimentación, contribuimos a un objetivo mayor: promover el bienestar de las personas y del planeta, las de hoy y las de generaciones futuras, respetando el legado recibido y el que dejaremos. Todo ello ha de ir de la mano del disfrute que supone la experiencia de comer. Porque comer satisface nuestra hambre y todos nuestros sentidos. Comer cuida de nuestro bienestar a nivel físico, pero también emocional. Es decir, la alimentación nos lleva a lograr el propósito de ARTIEM



Maria Del Valle, Directora Comercial

4.

NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

Nuestro cliente: una forma de estar en el mundo

En ARTIEM no definimos a nuestro cliente objetivo por su edad, procedencia o nivel adquisitivo, sino por su manera de vivir. Es una persona vitalista, consciente y comprometida, que busca el equilibrio entre cuerpo, mente y emociones. Valora los pequeños detalles, las experiencias auténticas y las marcas con alma.

Es alguien que quiere vivir con intensidad cada momento, que cuida su entorno y cree en un mundo mejor. No aspira a la perfección, sino a la plenitud. Y por eso nos elige: porque compartimos propósito, valores y una misma forma de entender la vida.

Este enfoque, basado en valores y no en segmentaciones tradicionales, representa un reto constante: conocer profundamente a cada persona para poder ofrecerle experiencias verdaderamente personalizadas. Es un camino en evolución, en el que seguimos aprendiendo y avanzando.

Una propuesta de valor que conecta desde lo esencial

Nuestra propuesta de valor nace de la escucha profunda de este cliente y se construye desde la coherencia:

- Cuidamos su bienestar integral, ofreciendo espacios, programas y experiencias que equilibran cuerpo y mente.
- Respondemos a su compromiso con el entorno, impulsando un modelo de negocio responsable y regenerativo.
- Diseñamos experiencias únicas, donde cada detalle importa y cada estancia es irrepetible.
- Construimos relaciones auténticas, basadas en la confianza, la cercanía y el respeto.
- Innovamos continuamente para ofrecer excelencia, sin perder nuestra esencia.

No se trata solo de satisfacer necesidades, sino de acompañar a las personas en su forma de vivir.

Hacer real nuestro propósito: inspirar a ser felices

Nuestro propósito, *"Inspirar a las personas a ser felices"*, no es una declaración, sino una práctica diaria. Lo llevamos a la operación a través de dos dimensiones profundamente conectadas.

Por un lado, actuamos sobre los equipos, como describimos en los apartados de personas, y por otro en los procesos, los productos, servicios e instalaciones teniendo en cuenta las "seis palancas de la felicidad" descritas en el punto 3 del apartado ¿Cómo hacemos realidad nuestro propósito?

Respecto a nuestros equipos trabajamos según lo descrito en el capítulo "Nuestro impacto en las personas", lo que nos lleva a implementar acciones como, por ejemplo:

Piloto de robots en tareas de limpieza de zonas comunes, liberando tiempo y reduciendo el cansancio físico de nuestras camareras de pisos, a la vez que aseguramos un nivel de limpieza elevado. Tras esta primera experiencia, y aunque la solución resulta interesante, hemos decidido posponer su implantación hasta finales de 2026.

Proyecto *"Push-Pull"* en servicio de desayunos, que nos permite reducir los desplazamientos y tareas innecesarias de los cocineros, reducción del desperdicio alimentario y proporcionando un producto hecho al momento al cliente.

En lo referente a las actuaciones que hemos desarrollado para activar cada una de las "seis palancas de la felicidad" podemos destacar:

C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

1

Facilitamos relaciones profundas, creando espacios y momentos que conectan a las personas.

Ampliamos el concepto de ARTIEM Club, iniciado en ARTIEM Asturias, al ARTIEM Capri. El objetivo no es solo contribuir a la mejora de las condiciones físicas de las personas, sino fomentar la creación de relaciones personales y la socialización entre sus miembros con actividades lúdicas y formativas.

2

Simplificamos la vida, eliminando fricciones y facilitando cada etapa del viaje.

Ofrecemos a las personas participar en clases de yoga o, si lo prefieren, les facilitamos el "*Gym in a Bag*": una bolsa que los clientes pueden llevarse a su habitación con material deportivo para hacer sus ejercicios de relajación, yoga o estiramientos de forma individual.

Hemos introducido un asistente "inteligente virtual" (Speakspots) con la idea de poder informar y solucionar de forma ágil las posibles necesidades que el cliente pueda tener.

3

Impulsamos un estilo de vida saludable, integrando deporte, naturaleza y alimentación consciente.

En todos los hoteles tenemos gimnasios luminosos y equipados con máquinas Tecnogym.

Ofrecemos sesiones deportivas particulares o grupales para los clientes alojados en Audax, Asturias y Capri. En Carlos y Madrid facilitamos rutinas de prácticas que ayudan a mejorar la condición física gracias a las instalaciones de nuestros gimnasios.

Sabemos que el ruido es un elemento cada vez más importante para el descanso, por eso estamos complementando las medidas que ya disponemos en las habitaciones de Audax y Capri con nuevas puertas con un nivel de aislamiento acústico de 42 dB.

La alimentación es un pilar básico de la salud, en este punto trabajamos en el proyecto APORTAM descrito en el apartado Aportam: alimentación que cuida de las personas y el planeta.

4

Generamos emociones memorables, a través de experiencias sensoriales y humanas.

Damos mucha importancia a los espacios comunes de los hoteles donde buscamos crear entornos acogedores mediante colores tenues y que encajen con la paleta de colores de ARTIEM, ligados a la tierra, al mar, a las plantas y a los materiales naturales como cuerda o madera. Además, damos especial protagonismo a la música que el cliente escucha en distintos momentos del día.

Proponemos excursiones a los clientes tratando que estos logren una conexión con su entorno.

5

Fomentamos la gratitud, a través de pequeños gestos y grandes compromisos.

Hacemos partícipe al cliente de nuestras iniciativas como son la "Habitación Solidaria" y ofrecemos a artesanos y productores locales la participación en los mercadillos solidarios como los organizados en Asturias y Menorca durante las navidades.

La colaboración anual con la asociación OPlastics Menorca, donde se da la oportunidad a participar en la recogida, clasificación y retirada de los plásticos que se encuentran en el mar.

6

Ofrecemos experiencias con sentido y propósito, conectadas con la comunidad y el entorno.

C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

A modo de reflexión, tenemos que seguir trabajando en crear una forma de pensar nuestra actividad de forma transversal y en como ligar a estas "Palancas de la Felicidad" las iniciativas que planteamos.

Escuchar para mejorar: la voz del cliente

Creemos firmemente que lo que no se mide no se puede mejorar. Por eso, escuchamos activamente a nuestros clientes a través de un sistema integral:

- Monitorizamos la reputación online y nuestra posición competitiva
- Recogemos feedback directo y accionable en tiempo real
- Evaluamos la experiencia de forma independiente y rigurosa

Esta escucha continua nos permite aprender, adaptarnos y mejorar cada día, integrando la voz del cliente en la gestión y en la toma de decisiones.

Conclusión: una relación que va más allá de la estancia

En ARTIEM no entendemos al cliente como un huésped, sino como una persona con la que construimos una relación.

Una relación basada en la confianza, el propósito y las emociones.

Una relación que trasciende la estancia y se convierte en vínculo.

Porque nuestro objetivo no es solo ofrecer hospitalidad, sino inspirar una forma de vivir.



Gary y Sue, clientes repetidores de ARTIEM Audax, apoyando a Amber del equipo de ARTIEM Sports en la ARTIEM Half Menorca

C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

4 /1 Transformando nuestros servicios

Dos claros ejemplos de como nuestro propósito nos guía en el diseño de las experiencias que ofrecemos a nuestros clientes son la incorporación del mundo petfriendly en ARTIEM Asturias y de la inteligencia artificial

ARTIEM ASTURIAS PET FRIENDLY

La apertura de ARTIEM Asturias al segmento pet friendly responde a una evolución clara en las necesidades del cliente y refuerza una forma de hospitalidad más cercana, inclusiva y coherente con nuestro propósito. Esta decisión nos permite conectar con un perfil de cliente en crecimiento, generar una ventaja competitiva en el destino y ampliar nuestra propuesta de valor desde el cuidado de lo que de verdad importa: acompañar a las personas también en su forma de viajar.

TECNOLOGÍA PARA UNA MEJOR ESTANCIA

Esta experiencia se apoya en la combinación de varias herramientas complementarias que nos permiten facilitar la estancia de nuestros huéspedes y personalizar su experiencia. Por un lado, Stay App centraliza en un único entorno toda la información útil del hotel, permitiendo consultar servicios, acceder a cartas, reservar experiencias o comunicar incidencias y necesidades de forma ágil desde el móvil del cliente y contactar con el hotel y operaciones. Por otro, incorporamos un asistente virtual inteligente a través de WhatsApp, que acompaña al cliente durante su estancia resolviendo dudas y ofreciendo recomendaciones personalizadas a partir de la información disponible en la propia webapp del hotel y de sus preferencias. Además, mediante inteligencia artificial (Speakspots), podemos sugerir planes en el destino y acercar servicios del hotel —como cenas, spa u otras experiencias— de una manera más relevante y oportuna a partir de las conversaciones con el cliente y sus preferencias.

C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

4 / 2 Nuestra competitividad

Estas acciones se traducen en la consolidación de nuestro canal directo como principal vía de venta, alcanzando los **8,7M€**, lo que representa el **23%** del total y el **40%** del total digital. Esto es gracias a situar a la distribución como eje estratégico y a su ejecución a través de una renovada imagen de la web, un nuevo motor de reservas y estrategia comercial en el 2025. Asimismo, para mejorar en este ámbito, incorporamos nuevas herramientas de trabajo como una nueva herramienta RMS para la gestión del Revenue.

Así, en 2025 logramos los objetivos a nivel compañía de Alojamiento y pensión logrando un resultado de **19.743.247 euros, 405.635 euros** más de lo presupuestado. Lo mismo sucede en la Habitación Solidaria, en donde se superó en **2.463 euros** el objetivo marcado para 2025.

Tasa de ocupación media

ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid



ADR Medio (tarifa media diaria por habitación) (Euros)

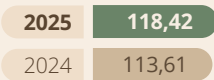
ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



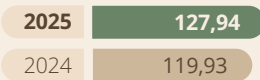
ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid



REVPAr Medio (ingresos medios por habitación) (Euros)

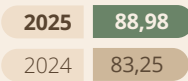
ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN CLIENTES

VALORACIÓN

GRI (Global Review Index TM)¹⁸

ARTIEM Asturias

2025 93,50

2024 96,10

ARTIEM Audax

2025 94,30

2024 93,60

ARTIEM Capri

2025 93,40

2024 93,70

ARTIEM Carlos

2025 93,50

2024 92,70

ARTIEM Madrid

2025 95,90

2024 95,10

Esto resulta en un GRI de cadena de **93,4** (sobre 100) del año 2025, que sube en **0,2** puntos respecto al año anterior, obtenido a partir de **4.959** opiniones de clientes alojados en nuestros establecimientos.

PROYECTO EXCELLENCE

El proyecto Excellence ha continuado avanzando conforme a la hoja de ruta prevista. No obstante, el área de análisis del cliente objetivo ha mostrado una evolución por debajo de las expectativas iniciales, lo que pone de manifiesto la conveniencia de revisar su alcance y redefinir su enfoque para asegurar una mejor alineación con los objetivos del proyecto.

Asimismo, durante el ejercicio hemos participado en distintos foros sectoriales, entre ellos el Tourism Innovation Summit, con el objetivo de compartir el desarrollo del proyecto y dar cumplimiento a los compromisos de difusión asumidos en el marco de la financiación europea recibida.

* **FE DE ERRATAS:** con respecto a la edición publicada de la Memoria 2024, se corrigen los siguientes errores:

ADR MedioARTIEM Audax: 205,64 – **192,96** | ARTIEM Carlos: 174,18 – **164,87****REVPAr Medio**ARTIEM Audax: 183,77 – **164,65** | ARTIEM Carlos: 152,67 – **137,23**

¹⁸ GRI es el índice global de opiniones, obtenido gracias a la herramienta Review Pro, que nos permite medir nuestra reputación online en base a reseñas que personas que se alojaron en nuestro establecimiento dejan en más de 80 webs de OTAs. https://docs.shijigroup.com/es-ES/bundle/hotelreputation_indexesfaq/page/What-is-the-Global-Review-Index.html



Guiem Sintés, Director de Calidad y Medioambiente

5

NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 1 Reducción de nuestra huella de CO₂: Queremos aire limpio

El contexto climático actual exige actuar con rigor, midiendo nuestro impacto respecto al cambio climático, revisando cómo consumimos energía, cómo operamos nuestras instalaciones y cómo influimos en nuestra cadena de valor.

Nuestra estrategia combina tres dimensiones: la reducción de emisiones directas en nuestras instalaciones, la mejora continua de la eficiencia energética y la descarbonización progresiva de la cadena de valor. Esto implica inversión tecnológica, análisis de datos y adaptación operativa, pero también aprendizaje y evolución cultural.

Reducir emisiones no es una acción puntual, sino un proceso continuo de mejora que integra decisiones técnicas, económicas y organizativas para avanzar hacia un modelo más eficiente, resiliente y coherente con el impacto que queremos generar.



Daniel, ARTIEM Audax

PROYECTO 8/80

Un año más uno de los mayores retos como humanidad es seguir combatiendo el cambio climático y una de las palancas es la reducción de la huella de carbono. En ARTIEM llevamos activamente en esta carrera de fondo desde 2018 con nuestro proyecto 8/80, con el que pretendíamos reducir nuestra huella de carbono (alcance I y II) en 8 años.

Este proyecto nos impulsa a la actualización e incorporación de nueva tecnología en nuestras instalaciones, pero también al compromiso de hacer seguimientos continuos para saber exactamente cómo está impactando nuestra actividad en revertir el cambio climático. Es un proyecto cargado de retos y aprendizajes, como lo son el hecho de que por mucho que queramos avanzar no siempre existen las capacidades necesarias para hacerlo, en el mercado o internamente, que muchas decisiones no son dicotómicas o la gran importancia de trabajar la cultura de los equipos dado que su colaboración es imprescindible para lograr esta meta.

Consumos de suministros

Gracias a contadores en todos nuestros centros podemos hacer un control del consumo en tiempo real de nuestros suministros. Estos datos se analizan y comparten mensualmente con los responsables de cada área para agilizar la toma de decisiones.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



ELECTRICIDAD ¹⁹	Consumo total (Kilovatios / hora)		Consumo por estancia ²⁰ (Kilovatios / hora)		Objetivo por estancia (Kilovatios / hora)
	2024	2025	2024	2025	2025
ARTIEM Asturias	396.982	459.618	26,65	24,24	22,47
ARTIEM Audax	1.446.627	1.454.697	16,36	16,26	13,98
ARTIEM Capri	408.820	462.973	11,21	12,80	11,69
ARTIEM Carlos	307.330	302.156	10,46	9,42	9,76
ARTIEM Madrid	250.717	279.745	7,22	8,24	6,87
ARTIEM	2.810.476	2.956.142	13,78	14,31	



GAS	Consumo total		Consumo por estancia		Objetivo por estancia
	2024	2025	2024	2025	2025
ARTIEM Asturias	45.992 l	46.417 l	3,09	2,72	2,50
ARTIEM Audax	12.460 l	10.913 l	0,14	0,12	0,13
ARTIEM Capri	31.033 l	0 l	0,85	0	0
ARTIEM Carlos	1.890 kg	1.884 kg	0,06	0,06	0,06
ARTIEM Madrid	34.677 l	37.198	1,00	1,10	0,74



GASOIL	Consumo total (litros)		Consumo por estancia (litros/estancia)		Objetivo por estancia (litros/estancia)
	2024	2025	2024	2025	2025
ARTIEM Asturias	NA	NA	NA	NA	NA
ARTIEM Audax	6.175	2.379	0,07	0,03	0,02
ARTIEM Capri	NA	NA	NA	NA	NA
ARTIEM Carlos	9.401	10.682	0,30	0,35	0,30
ARTIEM Madrid	NA	NA	NA	NA	NA
ARTIEM	15.576	13.061	0,08	0,06	

¹⁹ Consumo de electricidad = consumo procedente de la red eléctrica + consumo generado por fotovoltaica

²⁰ Estancia = persona alojada por noche y habitación

NOTA

los consumos de los hoteles de temporada (ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos) son durante apertura.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

El ligero incremento del consumo de kWh por estancia en 2025 respecto a 2024 se explica por varios factores. Aunque mejoramos este indicador en ARTIEM Asturias, ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos, a nivel global se vio afectado por dos elementos principales: por un lado, el aumento del consumo eléctrico en ARTIEM Capri tras la eliminación del gas; por otro, el impacto de un año especialmente cálido —uno de los más calurosos de la última década y el tercero desde que existen registros—, lo que incrementó la demanda de climatización durante los meses de verano.

Autogeneración de energía: fotovoltaica

La incorporación progresiva de placas fotovoltaicas en nuestras instalaciones nos permite reducir la dependencia de combustibles fósiles y avanzar hacia un modelo energético más eficiente y autónomo.



Fachada ARTIEM Capri



	ARTIEM Asturias	ARTIEM Audax	ARTIEM Audax – Residencia Freshpeople® Yuma	ARTIEM Carlos	ARTIEM Capri	ARTIEM Madrid
Potencia instalada (kWp)	100	30,8	51	30,8	18,6	21,55
Fecha de instalación	2023	2021	2021	2021	2020	2024
Generación fotovoltaica (kWh) 2024	89.006	47.970	41.842	37.630	16.884	24.150
Generación fotovoltaica (kWh) 2025	92.086	47.378	42.838	40.638	16.537	22.527
% de energía fotovoltaica generada / Total de electricidad consumida total 2026	20%	6,2%		8,8%	5,9%	8,1%

Esto supone que la energía fotovoltaica genera el 8,86% de la energía utilizada por ARTIEM durante el periodo reportado.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Eficiencia energética en nuestras habitaciones

En nuestras instalaciones, el reto pasa por alinear y maximizar la eficiencia energética de nuestras habitaciones con el confort y la satisfacción de quienes se alojan en ellas. Así llevamos años apostando por la mejora de su eficiencia energética a través de diferentes acciones:

- Iluminación LED
- Minibares más eficientes (clase "A")
- Sensores de activación del sistema de climatización en las ventanas
- Mejora del aislamiento térmico
- Control de suministros
- Domotización: aplicada a instalaciones diferentes como los equipos de climatización general de los hoteles, salas técnicas térmicas de generación de ACS (agua caliente sanitaria), equipos de control de piscinas, spas y a las habitaciones a medida que se van reformando.



Sistema de domotización a pared en ARTIEM Capri

Mejora de nuestras instalaciones para una mayor eficiencia energética

La mejora progresiva de nuestras instalaciones es una de las palancas clave dentro del Proyecto 8/80. Mediante la inversión y actualización tecnológica paulatina buscamos reducir el consumo energético, minimizar el uso de combustibles fósiles y disminuir la dependencia de gases refrigerantes con potencial de efecto invernadero. Algunas de las acciones que tenemos en marcha son:

- Cambio de la bomba de calor en Artiem Audax del vaso frío del spa por un modelo más eficiente
- Modificación de la iluminación en pasillos y restaurante Oliva (ARTIEM Audax), reduciendo el consumo en 2.460,48 kWh durante la temporada.
- Renovación de las placas solares en la residencia de la Freshpeople® Yuma para optimizar la autogeneración energética.
- Instalación de variadores de frecuencia en motores de piscina (ARTIEM Carlos) y climatización (ARTIEM Capri), reduciendo consumo y nivel sonoro.
- Sustitución del sistema VRV²¹ en planta baja de ARTIEM Madrid por climatizadores agua-aire conectados a fancoils, mejorando eficiencia y evitando equipos independientes con gases refrigerantes.
- Eliminación del gas propano para calentamiento de ACS²² y del spa en ARTIEM Capri mediante la instalación piloto, en colaboración con la empresa Baxi, de una bomba de calor de alta temperatura sin gases CFC²³, capaz de alcanzar 80 °C sin interrumpir el servicio y con potencial de replicabilidad.
- Incorporación de bombas de recuperación de calor del sistema de climatización para calentar parte del agua sanitaria.

Estas intervenciones no responden a acciones puntuales, sino a una estrategia de transición energética progresiva basada en eficiencia, electrificación y mejora tecnológica continua.

²¹ Sistema VRV (Sistema de volumen refrigerante variable): tecnología de climatización centralizada de alta eficiencia tipo multi-split

²² ACS: Agua Caliente Sanitaria

²³ Gases CFC: Gases clorofluorocarburos de efecto invernadero

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REDUCIR NUESTRA HUELLA MÁS ALLÁ DE NUESTRAS INSTALACIONES

Reducir de forma real la huella de carbono de nuestra actividad exige asumir responsabilidad más allá de nuestras instalaciones. Por ello, también analizamos el impacto generado por la cadena de valor que sostiene nuestro día a día: proveedores, logística y desplazamientos vinculados a la experiencia de nuestros clientes.

En esta línea, priorizamos la compra a empresas distribuidoras de proximidad con el objetivo de reducir el impacto logístico y contribuir a la prosperidad económica del territorio de nuestros destinos. Por nuestra ubicación mayoritaria en Menorca, esta línea de actuación se convierte en un gran desafío estratégico y operativo para el área de compras. **En 2025 destinamos a 7.705.295,02 €, respecto a los 6.859.147,18€ de 2024, en productos y servicios de proveedores locales, lo cual representa el 69 % del gasto total del ejercicio.**

En la experiencia del cliente, incorporamos medidas para reducir el impacto ambiental del consumo durante la estancia sin comprometer el confort. Para ello, servimos **agua microfiltrada en nuestros restaurantes y disponemos de fuentes de agua en todos los hoteles para clientes y Freshpeople®**, lo que reduce el transporte, el almacenamiento y los residuos asociados a las botellas. **Solo en ARTIEM Audax, este sistema evitó en 2025 el consumo de 49.000 botellas de un litro.**

El desplazamiento hacia y desde nuestros establecimientos también forma parte del impacto indirecto de nuestra actividad. Para reducirlo, facilitamos la movilidad eléctrica al contar con puntos de recarga en todos nuestros destinos y **fomentando el turismo de proximidad** mediante condiciones especiales para residentes en Asturias y Baleares. Con ello, buscamos que nuestras comunidades cercanas puedan acceder a nuestros servicios reduciendo la huella derivada del transporte y reforzando el vínculo con el territorio.



	ARTIEM Asturias	ARTIEM Audax	ARTIEM Capri	ARTIEM Carlos	ARTIEM Madrid
Cargadores instalados	3 cargadores	1 (carga media doble)	1 (carga media doble)	1 (carga media doble)	1 (carga toma lenta)
Energía suministrada 2024 (kWh)	n.d.	1.775,00	193,50	56,15	1.981,00
Energía suministrada 2025 (kWh)	n.d. ²⁴	2.707,00	780,00	280,00	1.507,00

Ingresos netos

2025

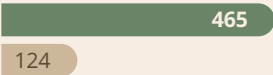


2024

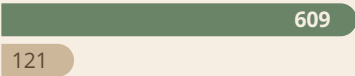


Noches disfrutadas

2025



2024



Islas Baleares



Asturias

²⁴ Nota: Debido a sus características técnicas, los cargadores instalados en ARTIEM Asturias no permiten la monitorización de la energía que suministran.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

NUESTRAS EMISIONES DE CO₂

Como consecuencia de nuestro consumo y de todas las acciones que hemos implementado a lo largo de estos 6 años estas son nuestras emisiones de CO₂ en 2025 y la comparación con el inicio del Proyecto 8/80:



EMISIONES DE CO ₂	Total emisiones de CO ₂ (Toneladas de CO ₂)			Emisiones de CO ₂ por estancia (Kilogramos/estancia)		Objetivo de tnCO ₂
	2018	2024	2025	2018	2025	2025
ARTIEM Asturias	379,08	197,77	207,67	36,07	12,15	167,00
ARTIEM Audax	1.144,07	621,58	549,28	14,56	6,05	521,58
ARTIEM Capri	407,91	210,49	166,97	13,31	4,59	176,29
ARTIEM Carlos	274,29	145,36	132,10	9,89	4,42	137,46
ARTIEM Madrid	298,81	146,75	151,94	10,82	4,58	142,16
ARTIEM	2.504,15	1.321,95	1.207,95	14,34	5,82	1.144,49

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO DEL PROYECTO 8/80 DURANTE 2025

En el ámbito de actuación para reducir nuestra huella de carbono, la valoración de nuestro desempeño es agridulce: aunque hemos podido reducir un 9,14%, que equivalen a reducir 114tn respecto al 2024, no hemos podido seguir la estela definida dentro del proyecto 8/80.

En el caso del Audax, la reducción de 72 Tn se consiguió prácticamente "a pulmón", sin inversiones relevantes, demostrando que la gestión diaria —temperaturas, horarios, control de consumos— tiene un impacto directo y medible. En Capri, la eliminación del gas permitió reducir 43 t, confirmando que la sustitución de combustibles fósiles es una de las palancas más efectivas.

No obstante, el análisis pone de manifiesto que no se alcanzaron los objetivos del Plan 8/80, principalmente por tres motivos:

- 1 **Limitaciones tecnológicas y de inversión:** a las capacidades internas se les suman la coherencia de llevar a cabo la transición tecnológica desde un enfoque circular y la sustitución de los equipos teniendo en cuenta su vida útil. Hacer la sustitución en el momento adecuado nos permite también incorporar la última tecnología y no generar residuos innecesarios.
- 2 **Gestión operativa mejorable:** tenemos mucho margen de mejora para alinear las decisiones diarias con la estrategia y que toda la Freshpeople® entienda la importancia de su colaboración.
- 3 **Cultura insuficiente:** para lograr lo anterior es necesario trabajar la cultura, crear un mensaje accesible y comprensible tanto por la Freshpeople® como por los clientes con el objeto de hacerlos partícipes y que entiendan que un mejor comportamiento a nivel energético está alineado con vivir una experiencia excelente en nuestras instalaciones.

Como consecuencia, se han redefinido los objetivos para 2026, ajustándolos a un escenario realista y coherente con nuestra capacidad operativa. El foco se sitúa en reforzar la cultura interna y la comunicación —interna y externa—, mejorar la gestión diaria y avanzar en la eliminación progresiva de combustibles fósiles allí donde sea viable.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 2 Gestión responsable del ciclo del agua: "cada gota cuenta"

El agua ha sido históricamente un recurso esencial para el desarrollo de las civilizaciones, que ya comprendían tanto su valor como la necesidad de gestionarla con respeto. Hoy, con mayor conocimiento y en un contexto de cambio climático, su papel es aún más crítico para la resiliencia de los ecosistemas y de la sociedad.

Como recurso limitado y bien común, el agua requiere una gestión responsable que garantice su disponibilidad y calidad, tanto para las personas como para el entorno natural.

En ARTIEM abordamos este reto mediante un uso eficiente del agua, trabajando para reducir el consumo sin comprometer la experiencia del cliente, impulsar su reutilización y minimizar el impacto sobre los ecosistemas acuáticos. Este enfoque se complementa con la sensibilización de la Freshpeople® y de los clientes, fomentando un uso consciente y compartido del recurso.

NUESTRO CONSUMO DE AGUA

Para llevar a cabo la medición, disponemos de contadores inteligentes en todos nuestros establecimientos para monitorizar en tiempo real nuestro consumo de agua y así poder favorecer la toma de decisiones derivada de posibles desviaciones o fugas, por ejemplo.



AGUA	Consumo total (litros)		Consumo por estancia (litros/estancia)		Objetivo por estancia (litros/estancia)
	2024	2025	2024	2025	2025
ARTIEM Asturias	7.011.802	8.557.146	470,69	500,80	281,47
ARTIEM Audax	29.768.000	24.103.000	336,56	252,20	229,42
ARTIEM Capri	6.300.880	6.637.730	172,77	183,56	178,59
ARTIEM Carlos	5.944.750	6.105.580	191,55	193,21	176,65
ARTIEM Madrid	5.169.000	5.035.00	148,77	148,33	101,86
ARTIEM	54.194.432	45.403.456			

NOTA

Los consumos de los hoteles de temporada (ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos) son los meses de la apertura del hotel.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

NUESTRO CONSUMO DE AGUA

En todos los hoteles disponemos de:

- "Placas Ecoactions": información en nuestras habitaciones para concienciar sobre el uso responsable del agua en el baño, el cambio de las sábanas y de las toallas. Esta acción, implementada hace más de 5 años, pretende hacer partícipe a los clientes de la reducción del consumo de agua, así como de productos químicos utilizados para el lavado de textil.
- Cisternas de doble descarga en WC
- Filtros reductores de caudal en lavabos y duchas
- Habitación testigo monitorizada para entender la eficiencia de manera individualizada

Actualmente estamos extendiendo las siguientes medidas al conjunto de nuestros hoteles.

- Platos de ducha en lugar de bañeras, aunque aún quedan algunas bañeras con hidromasaje en las habitaciones de categorías superiores y en algunas habitaciones de ARTIEM Asturias.
- Grifos monomando "eco" con giro acotado

En los espacios verdes priorizamos el uso de plantas autóctonas y alóctonas, adaptadas al clima y al terreno, para reducir las necesidades de riego.

Tenemos dos pilotos en marcha para poner a prueba dos tecnologías que nos prometen importantes reducciones de consumo de agua:

1

Instalación de equipos para generar agua ozonizada, muy útil para la desinfección y como consecuencia la eliminación de producto químico. Estos equipos están instalados en ARTIEM Capri y ARTIEM Carlos y de momento no están generando los resultados esperados a nivel de eliminación de producto químico, durante el 2026 seguiremos poniendo foco en este proyecto y decidiremos si se implanta en el resto de los hoteles.

2

Instalación de un equipo en ARTIEM Capri (Biocat) en sustitución del descalcificador, que elimina el rechazo de agua tradicional de los descalcificadores (entre un 7-10% del consumo) así como el consumo de sal. Este equipo se instaló durante el 2024 y el resultado no fue el esperado, tras una profunda revisión e implicación del instalador durante el 2025 se han obtenido resultados satisfactorios y a finales del 2026 se decidirá si se implantan en el resto de los hoteles de Menorca.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REUTILIZACIÓN DEL AGUA

Uno de los grandes desafíos para lograr un uso responsable del agua pasa por lograr su reutilización. En la actualidad en ARTIEM tenemos dos proyectos en marcha:

1

Krivaku y el triple ciclo del agua, un sistema inteligente de cintas transportadoras de menaje, diseñado para el hotel ARTIEM Audax. Su instalación en 2017 buscaba mejorar las condiciones de trabajo de los equipos de restauración aprovechando un antiguo tren de lavado y la disminución de consumos químicos debido a la automatización de los ciclos de lavado. Aprovechando esta ocasión y el conocimiento interno del equipo de servicios técnicos del hotel se implementó el triple ciclo del agua, consistente en reaprovechar el agua del rechazo de la osmosis del tren de lavado para la piscina y, posteriormente, emplearla para el riego de los jardines del hotel.

2

Durante 2025, hemos desarrollado, también en ARTIEM Audax, un **sistema de recuperación del agua de condensación de equipos**. Este proyecto buscar recuperar el agua de condensación de los equipos de climatización en ARTIEM Audax —especialmente los que generan agua caliente en verano— que antes se vertía al desagüe. Esta agua ahora se almacena en un depósito para poder ser reutilizada en el sistema de lavadoras del hotel mediante una doble acometida automática que prioriza el agua recuperada. La ventaja de esta acción es su potencial de replicabilidad en otros equipos y hoteles del grupo. Desde su puesta en marcha en agosto de 2025, hemos detectado la recuperación de 1m³ de agua al día.



Fuente de agua en ARTIEM Audax

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN LA GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA 2025

En 2025 no se logró una reducción significativa del consumo de agua. La principal causa fue la ausencia de un enfoque estructurado, al haberse abordado desde la gestión operativa sin una hoja de ruta definida. El consumo se concentra especialmente en las habitaciones, donde el comportamiento del cliente sigue siendo un factor determinante.

Las Ecoactions implementadas no han demostrado capacidad suficiente para modificar hábitos. Se observa, además, que tanto clientes como parte del personal mantienen prácticas que incrementan el consumo, como son el uso prolongado del agua o una gestión ineficiente en tareas cotidianas.

De cara a 2026, las prioridades se centran en desarrollar un plan de gestión del agua realista y estructurado, así como en reforzar la cultura interna y la coherencia operativa. Será clave definir mensajes claros y dotar a la Freshpeople® de herramientas e información que les permitan actuar desde su ámbito de responsabilidad.

En este sentido, es fundamental trasladar que una experiencia de calidad no está reñida con una gestión eficiente del agua, sino que ambas dimensiones son complementarias y contribuyen conjuntamente al valor de la experiencia.

La combinación de cultura, gestión y tecnología será determinante para lograr una reducción real y sostenida del consumo de agua.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 3 Economía circular: cada material es un tesoro

La circularidad es popularmente percibida como un conjunto de acciones aisladas limitadas a las 3Rs. Sin embargo, conforme avanzamos en la comprensión de este concepto y en cómo trasladarlo a nuestro día a día, entendemos que la economía circular implica un cambio sistémico en la manera de consumir y de crear productos y servicios.

La transformación que requiere la economía circular pasa por ser consciente de que los recursos naturales son limitados, y que tenemos la responsabilidad de hacer un uso responsable de ellos, permitiendo que estos puedan distribuirse de manera equitativa para atender las necesidades fundamentales de toda la población. La economía circular nos obliga pensar diferente, a romper con tradiciones de consumo intensivo enmarcados en una sociedad apresurada. La economía circular nos invita a pararnos a reflexionar sobre nuestras decisiones de consumo, a bajar el ritmo, vivir de manera más sencilla prestando atención a lo que realmente importa y nos hace felices. La economía circular nos lleva a reconectar con la naturaleza y con las personas que nos rodean.

Para avanzar hacia un modelo de negocio que contribuya a una economía circular nuestro enfoque alberga desde el proceso de compra hasta el final de vida del producto.

CADENA DE SUMINISTRO CIRCULAR

Explicitamos nuestro compromiso con la circularidad a través de nuestra política interna de compras y lo hacemos posible incorporando en nuestro día a día recursos que ayuden a los equipos a tomar la mejor decisión de compra de productos físicos. Evaluamos:

- La ubicación del distribuidor, priorizando aquellos de proximidad siempre que sea posible
- Presentación del producto: uso de envases o embalajes innecesarios
- Proceso de fabricación:
 - Materiales: seguros, duraderos, reciclables, certificados
 - Fabricante: ubicación, certificados medioambientales, de calidad y laborales.

Además, analizamos la trazabilidad de todos los productos a la venta en nuestro store hasta su lugar de fabricación.



Expositor de nuestro partner de café Incapto en el The Green de ARTIEM Capri

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

DIGITALIZACIÓN DEL PROCESO DE MONITORIZACIÓN DE RESIDUOS

Desarrollamos una aplicación interna para facilitar a los equipos el registro diario de los residuos generados en los hoteles. La diseñamos de forma colaborativa, incorporando la experiencia y las aportaciones de las personas implicadas para que resultara lo más útil y operativa posible en la recogida y revisión de la información.

Gracias a esta aplicación, disponemos en tiempo real de datos de generación de residuos. Además, su conexión a nuestro PMS nos permite sacar ratios para interpretar mejor los datos. Como resultado obtenemos datos que son comparables con la base de datos histórica.

Su desarrollo supuso una mejora exponencial del proceso de medición, permitiendo redirigir los esfuerzos que antes se dedicaban a la recopilación y análisis de los datos hacia la mejora de la calidad del dato.

REUTILIZACIÓN PARA DAR UNA NUEVA VIDA

En ARTIEM trabajamos la reutilización en tres niveles: la reubicación interna entre espacios y centros, la donación a entidades sociales y la reconversión de materiales. En 2025, por ejemplo, las puertas retiradas de las habitaciones de ARTIEM Audax se instalaron en la residencia Freshpeople® Yuma, que ya contaba con parquet, mobiliario y equipamiento de gimnasio procedentes de otros hoteles. Se trata siempre de materiales en perfecto estado, retirados por renovaciones integrales o criterios de marca, que nos permiten seguir generando valor. Gracias a esta reutilización, hemos mejorado el confort y los espacios de ocio de las personas residentes.

La economía circular trata de redistribuir para cubrir necesidades, por ello, colaboramos con diversas entidades sociales para proporcionarles material en perfecto estado para ayudarles a dar soporte a su actividad:

- Donación de 70 colchones y bases de colchón a Cáritas Diocesana de Menorca
- Donación de 30 butacas para el nuevo local del Servicio de Atención a Infancia y Juventud de Carlos Mir – Fundació per a Persones amb Discapacitat de Menorca

En los destinos vacacionales de sol y playa, uno de los retos es qué ocurre con los artículos que muchas personas compran para su estancia y después no se llevan de vuelta, como sombrillas o flotadores.

Para dar respuesta a esta realidad, pusimos en marcha junto a **Plastic Free Menorca** un **PRAP** (Punto de Reutilización de Artículos de Playa) en ARTIEM Audax. Se trata de un espacio exterior donde las personas alojadas y quienes transitan por la zona pueden dejar o recoger estos materiales para darles un nuevo uso. Así, evitamos residuos innecesarios y facilitamos que sigan siendo útiles. En esta misma línea, también disponemos de las **Charity Box** – Recicla con corazón en las recepciones de ARTIEM Carlos y ARTIEM Capri, donde recogemos objetos y ropa que las personas alojadas no pueden llevarse consigo para entregarlos posteriormente a Cáritas.

Por otro lado, seguimos contando con "Historias atemporales" para dar salida a nuestra revista de 2016, Freshpeople® Mag, la cual cuenta con reportajes muy alineados con la filosofía de ARTIEM y muy vigentes a pesar del paso de los años. Trasladamos a nuestra clientela esta acción con pegatinas en las revistas que explican brevemente su intención.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REFORMA DEL HOTEL ARTIEM CAPRI

Uno de los mayores retos que empezamos en 2025 fue el de reformar las 75 habitaciones del que fue el primer hotel de la compañía, el ARTIEM Capri. Para llevar a cabo este proyecto, teníamos algo muy claro: queríamos hacerlo desde un enfoque circular, que nos permitiera avanzar en nuestra ansia de que las experiencias en ARTIEM reflejen nuestro propósito mientras cumplimos con un elevado nivel de satisfacción con nuestra clientela.

Decidimos contar con una organización externa (Eco-One) para incorporar dentro de este proyecto la circularidad. La idea inicial era el reaprovechamiento del mobiliario presente mediante su reparación y modernización y queríamos hacerlo contando con profesionales de nuestro destino. Sin embargo, nos encontramos con limitaciones importantes que impidieron llevarlo a cabo, como la falta de capacidad de algunos materiales para soportar una rehabilitación y modernización, o la escasa oferta disponible en la isla para hacerlo posible.

En consecuencia, se optó por aprovechar el máximo de material posible y los nuevos elementos que estuvieran diseñados/producidos desde una perspectiva de circularidad.

GESTIONANDO LOS RESIDUOS

Los residuos son, mayoritariamente, la manifestación más evidente de la economía circular. O, mejor dicho, de la falta de una economía circular real. Sin embargo, esta etapa en la vida de los materiales es la que nos permite observar la consecuencia de todas las decisiones tomadas a lo largo de la vida de un producto.

Para reducir la generación de residuos en las habitaciones retiramos los amenities de nuestros hoteles, excepto en Asturias por una cuestión de normativa. Estos productos de cortesía siguen estando disponibles, pero bajo petición para así fomentar un uso justificado por la necesidad, no por la inercia de consumo de manera que su uso esté ligado a la "necesidad" y que aporte un valor real. Asimismo, estos productos cuentan con embalajes reciclados FSC²⁵ impresos con tinta de soja y están fabricados con materiales alternativos al plástico como el bambú.

Los jabones, champús y cremas ofrecidas en los baños, así como los productos de limpieza que usan nuestros equipos de limpieza están en formato granel con dispensador, para evitar tener que reponer envases al solo tener que rellenar el envase. Los productos de aseo cuentan con certificación Cradle to Cradle²⁶ y los de limpieza con EU Ecolabel²⁷. El papel higiénico usado también cuenta con certificado EU Ecolabel y FSC.

Trabajamos para reducir el consumo de papel, priorizando la eliminación de aquel que no es imprescindible ni aporta valor a los procesos o a la experiencia del cliente. Este enfoque parte de una visión equilibrada, reconociendo que la digitalización también conlleva impactos ambientales y en el bienestar de las personas.

Por ello, apostamos por un uso responsable del papel, limitando su utilización a los casos necesarios y asegurando que, cuando se emplea, proviene de fuentes certificadas que garantizan buenas prácticas en su producción.

²⁵ FSC (Forest Stewardship Council): sello internacional que garantiza que los productos derivados de la madera (como papel, muebles, construcción o embalajes) provienen de bosques gestionados de manera responsable y sostenible.

²⁶ Cradle to Cradle: estándar internacional que evalúa los productos según criterios de sostenibilidad, economía circular y diseño ecológico

²⁷ EU Ecolabel: sello oficial de la Unión Europea que identifica productos y servicios con un alto nivel de respeto al medio ambiente a lo largo de su ciclo de vida.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Al final de su vida útil, garantizamos que los residuos se gestionen correctamente, priorizando su valorización y reciclaje siempre que sea posible. Para ello, trabajamos en su correcta segregación y derivación a los canales adecuados.

En nuestros hoteles de Menorca, hemos instalado prensas para compactar cartón y plástico, facilitando la recogida por parte de los servicios municipales y optimizando el almacenamiento y la operativa interna.

Durante 2025, hemos registrado la siguiente generación de residuos:

Registro de segregación de residuos



RESIDUO ORGÁNICO	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos / estancia)		Objetivo 2025 (Kilogramos / estancia)
	2024	2025	2024	2025	2025
ARTIEM Asturias	10.048,00	9.589,63	0,756	0,594	0,682
ARTIEM Audax	33.418,21	32.518,79	0,378	0,361	0,282
ARTIEM Capri	3.897,00	3.922,86	0,107	0,108	0,099
ARTIEM Carlos	7.324,80	10.836,37	0,254	0,362	0,101
ARTIEM Madrid	3.989,41	4.939,46	0,115	0,144	0,211



RESIDUO ENVASES	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos / estancia)	
	2024	2025	2024	2025
ARTIEM Asturias	ND	441,90	ND	0,031
ARTIEM Audax	4.807,80	2.925,00	0,05	0,032
ARTIEM Capri	1.223,30	2.034,32	0,03	0,051
ARTIEM Carlos	870,00	1.756,40	0,03	0,05
ARTIEM Madrid	800,49	1.098,41	0,02	0,032

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



RESIDUO PAPEL Y CARTÓN	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos / estancia)	
	2024	2025	2024	2025
ARTIEM Asturias	ND	526,00	ND	0,037
ARTIEM Audax	14.726,00	8.931,00	0,17	0,099
ARTIEM Capri	1.925,13	2.415,65	0,05	0,065
ARTIEM Carlos	1.527,72	2.230,28	0,02	0,068
ARTIEM Madrid	547,94	782,40	0,05	0,023



RESIDUO VIDRIO	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos / estancia)	
	2024	2025	2024	2025
ARTIEM Asturias	ND	335,26	ND	0,024
ARTIEM Audax	16.366,00	15.230,00	0,19	0,169
ARTIEM Capri	3.386,91	3.464,05	0,09	0,093
ARTIEM Carlos	3.270,00	1.663,50	0,08	0,051
ARTIEM Madrid	2.650,12	1.882,03	0,08	0,055

Estos datos nos ofrecen una imagen de la cantidad de residuos que genera nuestra operativa. No obstante, para que esta imagen sea lo más fiel posible a la realidad, debemos revisar los procesos, reforzar la cultura y dar un paso más allá en la validación de las herramientas desarrolladas. Así, por ejemplo, los datos de ARTIEM Asturias de generación de envases,

papel y cartón y vidrio son a partir de junio, cuando se logró poner en marcha la cuantificación. Este proceso es para obtener un dato fiable sobre nuestros datos acumulados, los cuales aumentan respecto al año anterior al haber mayor cantidad de pesajes por parte de los equipos.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN ECONOMÍA CIRCULAR 2025

En el ámbito de la economía circular, 2025 supuso un ejercicio de revisión profunda sobre cómo estábamos abordando su implementación. El enfoque centrado en los residuos limitaba nuestra capacidad de análisis, al impedirnos adoptar una visión completa del ciclo de vida.

La digitalización de la medición nos permitió reorientar esfuerzos hacia el análisis de datos y la activación de medidas concretas. Avanzamos en el conocimiento de nuestra cadena de valor, profundizando en el origen de los productos y materiales que utilizamos en ARTIEM, y establecimos colaboraciones para acelerar este proceso.

Este recorrido nos llevó a constatar que este enfoque reduccionista no solo condicionaba nuestra propia perspectiva, sino que es un

enfoque que está ampliamente extendido. Para avanzar hacia una economía verdaderamente circular, es necesaria una transformación más profunda de los modelos de negocio y de consumo del entorno. El sistema actual, en muchos casos, dificulta este avance.

Por nuestra parte, asumimos el margen de mejora existente y adoptamos un enfoque de progreso continuo, alejándonos de la búsqueda de la perfección. Apostamos por una mirada más abierta, orientada a la generación de sinergias eficaces que nos permitan seguir avanzando de forma sostenida.

Asimismo, entendemos la economía circular más allá de la gestión de materiales, como una herramienta para contribuir a la reducción de las desigualdades. Transformar la manera de consumir impulsa un desarrollo más próspero y sostenible, y en este camino nos apoyamos en entidades que comparten este enfoque para amplificar nuestro impacto.

6

RENTABILIDAD: **LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON PROPÓSITO**



Francesc Pons, Director Financiero

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO

6 / 1 Cuentas anuales auditadas



Ernst & Young, S.L.
Cami dels Reis, 308
Torre B - 2ª planta
Urbanización Can Granada
07010 Palma de Mallorca
España

Tel: 971 213 232
ey.com

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los socios de RED TURISTICA MENORQUINA, S.L.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de RED TURISTICA MENORQUINA, S.L. (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2025, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2025, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de Información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales* de nuestro informe.

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Domicilio Social: Calle de Raimundo Fernández Vial, 65, 28002 Madrid - inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 9.304 general, B.130 de la sección 3ª del Libro de Sociedades, folio 88, hoja Nº B7.690-L, inscripción 1ª C.I.F. B-78972606.

A member firm of Ernst & Young Global Limited.

C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



2

Aspectos más relevantes de la auditoría

Los aspectos más relevantes de la auditoría son aquellos que, según nuestro juicio profesional, han sido considerados como los riesgos de incorrección material más significativos en nuestra auditoría de las cuentas anuales del período actual. Estos riesgos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre estas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.

Reconocimiento de ingresos al cierre del ejercicio

Descripción Los ingresos se reconocen una vez que los riesgos y beneficios asociados a los servicios prestados se han transferido a los clientes y su importe, junto con los costes asociados incurridos, pueden valorarse con fiabilidad. Dada su significatividad en la cuenta de pérdidas y ganancias y también a que las Normas de Auditoría generalmente aceptadas presumen el reconocimiento de ingresos como una potencial área de riesgo de incorrección material, hemos considerado esta área como un aspecto más relevante de nuestra auditoría.

Nuestra respuesta

Nuestros procedimientos de auditoría han consistido fundamentalmente en:

- ▶ El entendimiento del proceso de reconocimiento de ingresos por parte de la Sociedad;
- ▶ la realización de procedimientos analíticos sustantivos consistentes en la revisión de la evolución de los ingresos, márgenes y otros ratios, comparando los mismos con el ejercicio anterior;
- ▶ la realización de procedimientos de análisis de asientos contables del libro diario relacionados con ingresos;
- ▶ la revisión de los desgloses incluidos en la memoria de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable.

Otras cuestiones

Con fecha 20 de junio 2025 otros auditores emitieron su informe de auditoría acerca de las cuentas anuales del ejercicio 2024 en el que expresaron una opinión favorable.

Otra información: Informe de gestión

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión del ejercicio 2025, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad y no forma parte integrante de las cuentas anuales.

Nuestra opinión de auditoría sobre las cuentas anuales no cubre el informe de gestión. Nuestra responsabilidad sobre el informe de gestión, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, consiste en evaluar e informar sobre la concordancia del informe de gestión con las cuentas anuales, a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas, así como en evaluar e informar de si el contenido y presentación del informe de gestión son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito en el párrafo anterior, la información que contiene el informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2025 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

A member firm of Ernst & Young Global Limited.

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO



3

Responsabilidad de los administradores en relación con las cuentas anuales

Los administradores son responsables de formular las cuentas anuales adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Sociedad, de conformidad con el marco normativo de información financiera aplicable a la entidad en España, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales, los administradores son responsables de la valoración de la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con la empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los administradores tienen intención de liquidar la Sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales.

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- ▶ Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.
- ▶ Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno de la entidad.
- ▶ Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores.

A member firm of Ernst & Young Global Limited.

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO



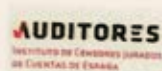
4

- ▶ Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad de la Sociedad para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que la Sociedad deje de ser una empresa en funcionamiento.
- ▶ Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

Nos comunicamos con los administradores de la entidad en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

Entre los riesgos significativos que han sido objeto de comunicación a los administradores de la entidad, determinamos los que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales del periodo actual y que son, en consecuencia, los riesgos considerados más significativos.

Describimos esos riesgos en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.



ERNST & YOUNG, S.L.

2026 Núm. 1526601367
 SELLO CORPORATIVO: 96.00 EUR
 Informe del auditor de cuentas sujeta
 a la normativa de auditoría de cuentas
 española o extranjera

30 de junio de 2026

ERNST & YOUNG, S.L.
 (Inscrita en el Registro Oficial de Auditores
 de Cuentas con el Nº 50530)

Juan Manuel Martín de Viales Bennásar
 (Inscrito en el Registro Oficial de Auditores
 de Cuentas con el Nº 17914)

A member firm of Ernst & Young Global Limited.

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO

CLASE 8.ª

0P9050004

RED TURÍSTICA MENORQUINA, S.L.
BALANCES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024 Y 2023

1000000					
ACTIVO	2024	2023	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2024	2023
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO NETO		
Inmovilizado intangible (Nota 9)			Fondos propios (Nota 13)		
Derechos	1.139	1.139	Capital estatutario	1.076.240	1.076.240
Aplicaciones informáticas	316.272	566.490	Prima de emisión	1.036.426	1.630.426
Inmovilizado material (Nota 9)	217.481	147.679	Reservas		
Inmuebles y construcciones	6.630.103	6.596.499	Reserva legal	207.548	207.548
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	5.277.343	4.981.610	Otras reservas	8.744.940	8.962.779
	11.907.127	12.044.120		8.760.189	9.172.947
Inversión en empresas del grupo a largo plazo (Nota 9)			Resultados de ejercicios anteriores	-	-
Insumos de patrimonio	2.917.023	2.917.023	Resultado del ejercicio (Nota 9)	2.944.316	2.377.800
Inversiones financieras a largo plazo (Nota 9)			(Dividendo a cobrar)	-	-
Inversiones financieras a largo plazo (Nota 9)	1.206	27.676	Subvenciones, donaciones y legados recibidos (Nota 13)	118.565	182.170
Valores representativos de deuda	-	-			
Otros activos financieros	2.022	2.569			
	6.222	40.276			
Perforaciones LP (Nota 12)	107.903	-	Total Patrimonio Neto	14.929.779	17.434.872
Activos por impuesto diferido (Nota 13)	886	27.494	PASIVO NO CORRIENTE		
Total Activos No Corriente	18.027.206	15.331.489	Provisiones a largo plazo (Nota 16)		
ACTIVO CORRIENTE			Provisiones a largo plazo	119.326	128.940
Existencias (Nota 11)			Deudas a largo plazo (Nota 14)		
Comerciales	204.149	223.138	Deudas con entidades de crédito (Nota 14)	728.667	2.190.544
Anticipos y prepagos	3.794	3.794	Acciones por arrendamiento traspaso a LP	2.462	9
	207.943	226.932	Otros pasivos financieros	1.262	1.262
Deudores comerciales y otros cuentas a cobrar				732.351	2.191.796
Clientes por ventas y prestación de servicios a corto plazo (Nota 9)	384.429	409.663	Pasivos por diferencias temporales (Nota 17)	343.724	544.419
Deudores varios (Nota 9)	14.742	-	Total Pasivos No corrientes	8.208.798	2.865.559
Personal (Nota 9)	390	82.065	PASIVO CORRIENTE		
Activos por impuesto corriente (Nota 17)	(2.652)	(2.652)	Deudas a corto plazo (Nota 14)		
Otros créditos con las Administraciones Públicas (Nota 17)	181.636	545.512	Deudas con entidades de crédito (Nota 14)	422.468	552.980
	463.803	730.488	Otros pasivos financieros	3	(20.674)
Inversiones financieras a corto plazo (Nota 9)	-	87.067		422.468	532.306
Valores representativos de deuda	(1.764)	87.068	Acuerdos comerciales y otros cuentas a pagar		
Otros activos financieros	15.765	134.713	Proveedores (Nota 14)	211.415	186.476
Perforaciones a corto plazo (Nota 12)	3.076	100.167	Previsiones, empresas del grupo (Notas 14 y 16)	2.030	6.197
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes			Administración varias (Nota 14)	121.420	599.459
Tesorería (Nota 9)	2.514.999	2.688.419	Personal (comunicaciones, productos de pago) (Nota 14)	60.690	53.899
			Pasivos por impuesto corriente (Nota 17)	144.340	264.787
			Otros créditos contra las Administraciones Públicas (Nota 17)	305.956	309.144
			Anticipos de clientes (Nota 14)	779.847	414.258
				1.965.748	1.738.769
			Perforaciones a corto plazo (Nota 12)	(3.834)	1.737
Total Activos Corriente	3.174.436	3.458.622	Total Pasivos Corriente	2.669.978	2.641.393
TOTAL ACTIVO	21.201.642	18.789.911	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	17.599.757	20.076.265

Las Notas 1 a 21 adjuntas en la memoria adjunta forman parte integrante del balance al 31 de diciembre de 2023

Las Notas 1 a 21 incluidas en la memoria adjunta forman parte integrante del balance al 31 de diciembre de 2024

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO



CLASE 8.ª



0P9050005



RED TURISTICA MENORQUINA, S.L.
CUENTAS DE PERDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTES A LOS EJERCICIOS ANUALES
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Euros)	2025	2024
Operaciones Continuas		
Importe neto de la cifra de negocios (Nota 19)		
Ventas	23.051.916	21.151.253
Aprovisionamientos (Nota 19)		
Consumo de mercaderías	(2.028.310)	(1.941.856)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(15.230)	(19.461)
Trabajos realizados por otras empresas	-	(5.029)
	(2.043.541)	(1.966.346)
Otros ingresos de explotación		
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	37.276	32.519
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	11.613	5.489
	48.889	38.008
Gastos de personal		
Sueldos, salarios y asimilados	(6.630.019)	(6.190.676)
Cargas sociales (Nota 19)	(2.548.156)	(2.218.524)
	(9.178.175)	(8.409.200)
Otros gastos de explotación		
Servicios exteriores	(6.310.853)	(5.571.224)
Tributos	(152.708)	(151.704)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones	(27.445)	-
	(6.491.007)	(5.722.928)
Amortización del inmovilizado (Notas 5 y 6)	(1.839.354)	(1.637.708)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	63.584	28.506
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		
Resultados por enajenaciones y otras	-	(15.497)
Otros resultados	116.500	298.576
Resultados de Explotación	3.728.813	3.744.664
Ingresos financieros		
De valores negociables y otros instrumentos financieros		
De terceros	228.418	58.837
Gastos financieros		
Por deudas con terceros (Nota 14)	(62.833)	(60.903)
Resultado Financiero	165.585	(2.158)
Resultado antes de Impuestos	3.894.398	3.742.506
Impuestos sobre beneficios (Nota 18)	(950.042)	(1.164.737)
Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas	2.944.356	2.577.769
RESULTADO DEL EJERCICIO	2.944.356	2.577.769

Las Notas 1 a 21 incluidas en la memoria adjunta
forman parte integrante de la cuenta de pérdidas y ganancias al 31 de diciembre de 2025

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO

6 / 2 Revisión objetivos

Los objetivos anuales que nos fijamos cada año, y que medimos a través de los indicadores que denominamos *Key Results*, son pasos intermedios que nos permiten evaluar cómo avanzamos hacia las metas estratégicas que nos hemos fijado a largo plazo.

El orden en el que figuran estas metas y los objetivos no es casual, es nuestra forma de entender el negocio y se refleja en uno de los principios en los que fundamenta nuestra cultura:

"Trabajamos para que la Freshpeople® de ARTIEM sea un equipo de personas comprometidas con su entorno y felices en su trabajo, que proporcionen bienestar y satisfacción a nuestros huéspedes buscando la excelencia en el servicio, de tal forma que estos nos ayuden a crecer como empresa".

METAS Y OBJETIVOS

- 1 Meta:** Que la Fresh People, viviendo TODOS los Valores ARTIEM, sea feliz. **Objetivo:** Que todas las personas que trabajamos en ARTIEM podamos desarrollar todo NUESTRO potencial
- 2 Meta:** Queremos ser una Love Brand. Queremos clientes enamorados de ARTIEM. **Objetivo:** Lograr que todos nuestros clientes sean ARTIEM Lover
- 3 Meta:** Mejores cada día, satisfaciendo simultáneamente nuestro entorno, personas y resultados. **Objetivo:** Impacto positivo como motor (Objetivos de Impacto)
- 4 Meta:** Ser un referente por los resultados sostenibles basados en la generación de valor. **Objetivo:** Implementar la Cultura LEAN para hacer nuestra mandíbula más potente

Metas y Objetivos	KR	KPI	Mínimo	Objetivo	2024	2025
1	Situar el índice HF en 74	HF	72	74	70	73
2	Situar el GRI de todos los hoteles por encima del 92,75	GRI	4 de 6	5 de 6	5 de 6	5 de 6
3	Nº de indicadores de cumplimos del ARTIEM Impact Index (AI+I)	AI+I	2 de 5	4 de 5	2 de 5	2 de 5
4	Mejorar nuestro BAIFEX/Ventas	BAIFEX/Ventas	17,6%	20,69%	17,6%	16,7%
	Mejorar nuestro FPVADDED	FPVADDED	71.595€	77.558€	71.595€	74.621€

C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO

Los resultados obtenidos en 2025, aun siendo buenos, no han cumplido las expectativas.



Personas

Aunque durante 2025 se ha producido una mejora significativa respecto al ejercicio anterior, el resultado aún no alcanza el objetivo previsto, pese al amplio conjunto de acciones impulsadas y recogidas en esta memoria. Esta evolución pone de manifiesto la necesidad de seguir profundizando en nuevas medidas que nos permitan responder mejor a las expectativas de unos equipos cada vez más exigentes, diversos y con una rotación superior a la habitual.



Clientes

Los cinco hoteles de la compañía se sitúan por encima del objetivo establecido, manteniéndose en niveles elevados de satisfacción. La única excepción corresponde a los Apartamentos Capri, que, tras la reforma acometida, todavía se encuentran en proceso de consolidar un volumen suficiente de valoraciones que refleje plenamente la mejora introducida. A 31 de diciembre, su puntuación se situaba en 89 puntos, frente al objetivo fijado en 92,75.



Impacto

Evalúamos nuestro desempeño a través del índice AI+I, integrado por los cinco KPI correspondientes a las áreas de impacto definidas. En 2025 se alcanzaron los objetivos establecidos en dos de estos indicadores, mientras que en los tres restantes —agua, CO2 y desperdicio alimentario— no se logró el nivel previsto. Partiendo de estándares ya muy exigentes y de resultados situados en niveles muy satisfactorios, esta evolución pone de manifiesto la necesidad de replantear nuevas acciones que nos permitan seguir avanzando.



Financieros

BAIFEX. El resultado obtenido se situó por debajo del objetivo establecido y del registrado en 2025, como consecuencia principalmente del incremento de las amortizaciones **(+12 %)**, de los consumos **(+5,14 %)** y de los costes de operación **(+2,5 %)**, en un contexto de ingresos alineados con lo presupuestado.

FPVADDED. Este indicador, que mide la productividad, muestra una evolución positiva respecto al ejercicio anterior; sin embargo, no se alcanzó el objetivo previsto. La desviación se explica porque el valor añadido bruto generado fue un **3,35 %** inferior al presupuestado.

7

MOVIMIENTO B CORP



Pepe Díaz y Willy Díaz, CEO y Director General de ARTIEM

C 7 / MOVIMIENTO BCORP

Los hitos como parte del movimiento B Corp son parte de la historia de la compañía, acompañándonos en nuestra transformación y esfuerzos para lograr nuestro propósito. En 2020 marcamos el logro de convertirnos en la primera cadena de hoteles de Europa y tercera del mundo en obtener la certificación como Empresa B Corp. Posteriormente, en 2023 nos recertificamos con 118,8 puntos (35,6 puntos más que en 2020) lo que nos situó como una de las empresas con mayor puntuación a nivel global en ese momento. La certificación B Corp nos sirve como palanca para medir la efectividad de nuestras acciones para lograr nuestro propósito, pero también para marcarnos cada vez mayores retos para seguir mejorando el impacto que tiene nuestra actividad en las personas y el planeta. En 2026, nuestro año de recertificación, esto se vuelve mucho más evidente, al enfrentarnos a unos nuevos estándares: mucho más exigentes, pero más enfocados en medir el impacto en distintos ámbitos críticos para lograr el objetivo del movimiento.

Las organizaciones B Corp ponen en el centro su propósito de generar prosperidad en las comunidades en las que se encuentran, cuidando tanto de las personas como del planeta. Esta idea, y así lo respaldan los resultados, convierte a este modelo empresarial en uno de los más rentables a largo plazo para todas las partes interesadas. Por este motivo, las empresas B Corp adoptan un enfoque NET Positive (Impacto Positivo Neto), devolviendo a su entorno más de lo que toman. Son organizaciones que el mundo quiere que existan. Y en ARTIEM estamos orgullosos de formar parte de este movimiento.

Asimismo, en nuestros establecimientos ofrecemos productos de las siguientes empresas B Corp:

Incapto
Teterum
Vallformosa
Baigorri
Conciencia Azul (Agua NEA)

INCAPTO
TETÉRUM
 sabe delicioso

VALLFORMOSA
ONEA

BAI
GORRI

Alianzas B Corp:

ferrer

Ferrer: Colaboración con condiciones especiales de alojamiento.

Hijos de Rivera

Hijos de Rivera: Colaboración con condiciones especiales de alojamiento.

igluu

Igluu: Difusión de su revista de lifestyle consciente en nuestros hoteles.

Sheedo
 Studio

Sheedo: Desarrollo de packaging con vaqueros reciclados y papel con semillas para el kit de bono regalo.

Triodos Bank

Triodos Bank: Cesión de habitación solidaria para apoyar proyectos de impacto a través de su plataforma de crowdfunding y condiciones especiales de alojamiento.

8

CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO



Victor Mayans, Director de Marketing

C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO

Para hacer realidad nuestro propósito, es esencial compartir con el mundo el camino que seguimos para alcanzarlo.

Lo hacemos no solo a través de este documento, sino también mediante todas nuestras acciones de comunicación, tanto con clientes como con la Freshpeople®.

Por eso, trabajamos cada año para que esta comunicación sea más inspiradora y accesible, de forma que invite a más personas a sumarse a este movimiento.

En 2025, alcanzamos 2.781 visitas en el apartado "Lo que somos" de nuestra web, superando el objetivo de 2.426. Además, nuestra capacidad para captar datos de calidad y construir audiencias propias se refleja en una audiencia digital consentida de 107.829 personas.

En el ámbito institucional y de generación de conocimiento, somos patronos de la Fundació Impulsa Balears y de la Cátedra de Turismo de San Telmo Business School.

Además, participamos en distintos eventos y conferencias presenciales de diversos ámbitos para compartir nuestra experiencia y seguir aprendiendo.



Pepe Díaz en el XX Congreso de Hoteleros Españoles - CEHAT

C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO

8 / 1 Eventos y conferencias

PEPE DÍAZ

CEO

- **Go Fitur 2025: Mesa Redonda de Fiturtech**
- **ASFCO Córdoba**
- **I Congreso Turismo 360 - Tenerife**
- **Foro Mediterráneo - Mesa de expertos competencia en el turismo mediterráneo frente al cambio climático**
- **Asamblea Anual de Thinktur: "Energía y Sostenibilidad, Tendencias, TIC" - Madrid**
- **Pacto Mundial - Naturaleza positiva: del compromiso a la competitividad empresarial**
- **Grupo de trabajo "Towards Circular Hospitality" - Iberostar, UN Tourism, Circle Economy**
- **XX Congreso de Hoteleros Españoles - CEHAT: "Cuidando el Destino"**

WILLY DÍAZ

DIRECTOR GENERAL

- **Gala Anual Ruralka - Mesa Redonda sobre la importancia del impacto del sector turístico en el entorno**
- **Madrid Fashion Week - Mesa Redonda: "Redefiniendo el lujo en la arquitectura y diseño: sostenibilidad, funcionalidad y ética"**

VICTOR MAYANS

DIRECTOR DE MARKETING

- **Hosteltur TV - Mesa Redonda "El branding en el sector hotelero"**
- **Data Camp Revenue Cap Negret - Conferencia "La inteligencia artificial en el marketing"**
- **Agora Tech**
- **Global Revenue Forum - Mesa Redonda**
- **ITH Innovation Summit - "La fórmula del bienestar que fideliza huéspedes"**

DANIEL BARQUILLA

RESPONSABLE DE SERVICIOS TÉCNICOS
DE ARTIEM AUDAX

- **Hospitalidad 4.0. Menorca - Mesa Redonda "Robótica en la hostelería"**

ICÍA FERNÁNDEZ

COORDINADORA DE IMPACTO POSITIVO

- **Acto de presentación del Proyecto Sprint - Barcelona**
- **Grupo de trabajo "Towards Circular Hospitality" - Iberostar, UN Tourism, Circle Economy**

LUIS TUYA

DIRECTOR DE ARTIEM ASTURIAS

- **Acto de presentación del Proyecto Sprint - Oviedo**

9

CONCLUSIONES

C 8 / CONCLUSIONES

Aunque a nivel operativo, estratégico y narrativo estructuramos nuestro impacto en distintos ámbitos, en la realidad este es transversal a todos ellos. Esta clasificación nos ayuda a priorizar, enfocar y gestionar mejor los recursos, pero las acciones que llevamos a cabo tienen efectos que van más allá de cada ámbito concreto, contribuyendo de forma simultánea a múltiples Objetivos de Desarrollo Sostenible y a las necesidades de nuestras partes interesadas.

Por este motivo, tras un proceso de reflexión interna, este año hemos decidido representar nuestro impacto de una forma más fiel a su naturaleza. Entendemos que no se limita a áreas aisladas: las fronteras entre ámbitos son difusas, y cada acción genera efectos en distintos planos de manera interrelacionada.

Nuestro impacto es, por tanto, sistémico. Como organización, formamos parte de un sistema más amplio —sociedad, naturaleza y economía— en el que todas las decisiones están conectadas. Asumir esta realidad implica entender que nuestro papel no es actuar sobre elementos independientes, sino contribuir al equilibrio y evolución del conjunto.

Nuestra contribución a los ODS se traduce en condiciones laborales que garantizan que la Freshpeople® pueda satisfacer sus necesidades básicas en su ámbito familiar como el acceso a vivienda, alimentación, educación y sanidad; formen parte de equipos diversos e inclusivos donde exista una igualdad de oportunidades reales. Además, creamos espacios de trabajo seguros y saludables, introduciendo metodología y tecnología que las mejore aún más mientras aumenta la productividad y la creación de valor para la persona y para los clientes. También fomentamos y empoderamos para la adopción de hábitos saludables, de cuidado del planeta y participación en la sociedad con el objetivo de hacer a las personas protagonistas del tránsito hacia un futuro sostenible. Sin olvidar, que la alimentación es fundamental para la justicia social.

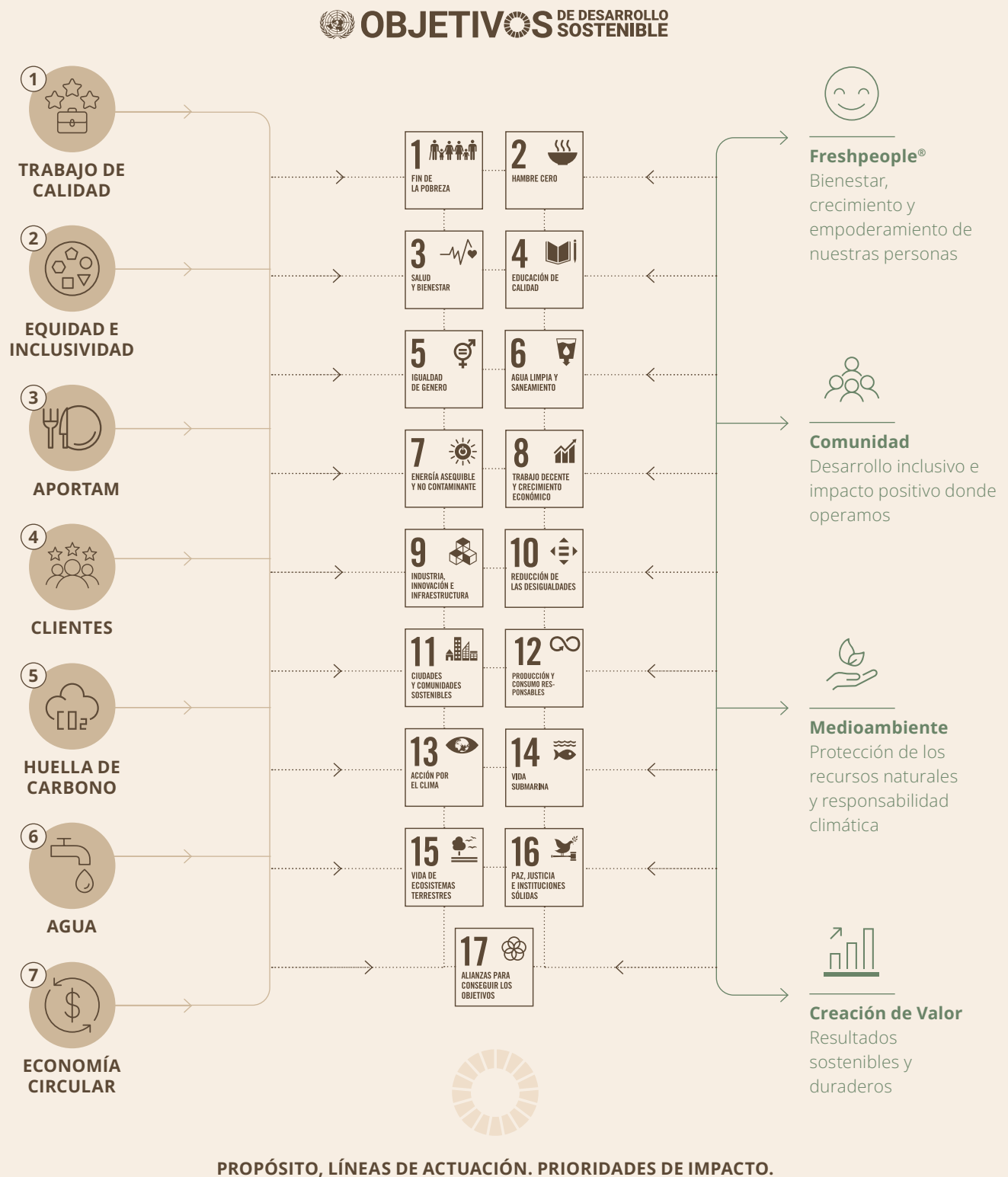
Apoyamos a asociaciones que se encargan de cuidar de la sociedad y el planeta, no solo mediante ayuda económica, sino activamente a través de su escucha activa, como representantes de la sociedad, mediante la colaboración en proyectos transversales y sirviendo como portavoz para que más gente pueda conocer su labor.

Como organización que presta servicios de restauración tenemos el gran poder de usar la alimentación para acelerar esta transición, mediante la toma de decisiones para promover una cadena de suministros alineada con el desarrollo sostenible, donde se cuida del medioambiente, de las personas que participan en el proceso de producción y fabricación; y de la salud de las personas. Cuidamos que la cadena de suministro sea competitiva, justa y segura. La gastronomía es parte de nuestro legado de las generaciones anteriores y protegerlo nos ayuda a cuidar de nuestro patrimonio cultural y natural.

La gestión de nuestra huella hídrica y de CO₂ son el reflejo por la convicción de que el crecimiento económico no implica degradación del entorno. La monitorización, cuidado y actualización de las instalaciones para hacerlas más eficientes, nos ayuda a hacer un uso más eficiente de los recursos naturales y contribuir a combatir el cambio climático. Por su parte, de la mano del modelo económico circular, además de todo lo anterior, podemos contribuir a una sociedad más justa y distributiva, soportando la eliminación de las desigualdades mientras avanzamos a un modelo de consumo que minimice la contaminación y la extracción de recursos naturales.

Pero lo más importante... todo lo anterior no sería posible sin contar con alianzas externas, que nos ayudan a llegar más lejos, con la Freshpeople® que lo hace posible y los clientes que apuestan por este modelo de negocio. Un modelo de negocio en donde la creación de valor va de la mano con el impacto positivo en el desarrollo sostenible, la Freshpeople®, la comunidad y el medioambiente.

C 8 / CONCLUSIONES





Habitación con vistas a un mundo mejor

Descubre más en artiem.co/habsolidaria



Certified



Corporation