



Memoria 2024

ARTIEM

FRESHPEOPLE MAKE THE DIFFERENCE



"Puede que sorprenda ver a dos triatletas en la portada de una memoria empresarial, pero en ARTIEM creemos en celebrar a quienes inspiran desde el corazón. Dani Molina (Oro) y Nil Riudavets (Bronce) son mucho más que campeones olímpicos: son ejemplo de superación, alegría y liderazgo personal. Su historia nos recuerda que vivir con pasión y propósito puede cambiar el mundo. Gracias por caminar con nosotros y mostrarnos que ser feliz también es una decisión."

Gabriela & Pepe



Contenidos

Carta de los fundadores / 6

1 / ¿Quiénes somos? / 9

- 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 / 16

- 2 / 1 Nuestro sueño, nuestras metas / 17
- 2 / 2 Áreas de oportunidad / 19
- 2 / 3 Acciones / 21
- 2 / 4 Nuestro orgullo superior / 22

3 / Nuestro impacto en las personas / 25

- 3 / 1 Creación de empleo de calidad: TRABAJO CON PROPÓSITO PARA UNA VIDA FELIZ / 26
- 3 / 2 Promoción de la equidad e inclusividad: LA UNIÓN HACE LA FUERZA / 35
- 3 / 3 Aportam: ALIMENTACIÓN QUE CUIDA DE LAS PERSONAS Y EL PLANETA / 41
- 3 / 4 Colaboraciones para un mayor impacto positivo en las personas / 48

4 / Nuestro Impacto en los clientes / 50

5 / Nuestro Impacto en el medioambiente / 57

- 5 / 1 Reducción de nuestra huella de CO₂: QUEREMOS AIRE LIMPIO / 58
- 5 / 2 Gestión responsable del ciclo del agua: CADA GOTA CUENTA / 67
- 5 / 3 Economía Circular: CADA MATERIAL ES UN TESORO / 71

6 / Rentabilidad: la consecuencia de un modelo de gestión con nuestro propósito / 80

- 6 / 1 Cuentas Anuales Auditadas / 81
- 6 / 2 Revisión Objetivos / 86

7 / Movimiento B Corp / 89

8 / ¿Cómo lo contamos al mundo? Nuestro verdadero Impacto / 93

- 8 / 1 Nuestra imagen al mundo / 95
- 8 / 2 ARTIEM: Poc a poc / 95
- 8 / 3 Eventos y conferencias / 96

8 / Conclusión / 98





Carta de los fundadores

El año 2024 ha seguido una línea similar a la de 2023, marcada por un contexto de incertidumbre derivado de una geopolítica inestable, un bajo crecimiento económico en nuestros principales mercados de demanda y una creciente tensión social agravada por la dificultad de acceso a la vivienda. A ello, se suman la preocupación por la saturación de los destinos turísticos, la dificultad para atraer y retener talento y el impacto de la inteligencia artificial en todos los ámbitos de nuestra vida.

Al igual que en 2023, y a pesar de que en 2024 esperábamos una cierta ralentización de la demanda, la realidad ha superado nuestras expectativas. No solo hemos seguido creciendo en volumen de clientes, sino que este crecimiento se ha intensificado en los períodos de temporada baja. Avanzamos hacia una mayor desestacionalización, lo que contribuye a generar más riqueza, aumentar la creación de empleo y diversificar la oferta poniendo en valor otros atractivos del destino.



Pepe & Gabriela.

Ante este escenario, en 2024 ARTIEM centró sus esfuerzos en:

- Continuar impulsando la autogestión para consolidar las capacidades de liderazgo de los equipos.
- Trabajar en la organización para que la Freshpeople® 1 pueda vivir el Propósito.
- Seguir impulsando la cultura LEAN como una metodología que fomente la autonomía y desarrollo de las personas.
- Seguir trabajando para mantener el posicionamiento de liderazgo en reputación en los destinos donde operamos.
- Continuar mejorando nuestro canal de relación con nuestro cliente objetivo, así como su experiencia antes, durante y después de su estancia.
- Seguir invirtiendo en la mejora del posicionamiento de la marca ARTIEM.
- Impulsar los distintos proyectos que nos permiten avanzar en nuestras seis prioridades de impacto positivo: reducción de la huella de CO₂, alimentación saludable y sostenible, gestión eficiente del agua, gestión eficiente de residuos, empleo y equidad, e inclusividad.
- Robotizar y automatizar todas aquellas tareas que no son de valor añadido, pero sí necesarias.

A lo largo del pasado año, también hemos logrado avanzar en las cuatro metas estratégicas que definen nuestra misión: ser felices viviendo los valores de ARTIEM, convertirnos en una Love Brand, la mejora continua y ser referentes en resultados sostenibles que generan valor. Además, tenemos previsto invertir más tiempo y recursos durante 2025 para seguir capacitando y motivando a la Freshpeople mediante:



- Planes de carrera para formalizar y posibilitar el desarrollo y retención del talento.
- Acciones que faciliten el bienestar de los equipos en todas las áreas de trabajo para que reflejen los valores y fomenten el orgullo de pertenencia.
- Mejora de nuestra capacidad para monetizar las experiencias del cliente.
- Transformación de la información del cliente objetivo en conocimiento para actuar.
- Mayor implicación y adhesión de la Freshpeople en los proyectos de impacto.
- Mejora de la coordinación entre equipos y áreas para el desarrollo e implementación de los proyectos.

Cuando comenzamos a trabajar en este documento, adoptamos convenciones ampliamente extendidas y lo llamamos Memoria de Sostenibilidad o Memoria de Impacto Positivo. Son títulos que describen lo que muchas organizaciones hacen en áreas específicas.

Pero en ARTIEM, la sostenibilidad, el impacto, el bienestar y el liderazgo con propósito no son departamentos ni acciones puntuales. Son expresiones vivas de nuestro modelo, manifestaciones auténticas de lo que somos y de aquello en lo que creemos.

Esta memoria no recoge solamente lo que hemos hecho, sino que muestra cómo hemos vivido nuestro Propósito: "Inspirar a las personas a ser felices." Es un relato de nuestros avances, aprendizajes, compromisos activados e impacto generado a lo largo de 2024.

Lo que aquí compartimos no es un simple reporte de acciones aisladas, sino que expresa en qué creemos, cómo lo traducimos en decisiones diarias, qué hacemos para construir una prosperidad sostenible y qué aprendizajes nos han marcado en ese recorrido.

En ARTIEM, como organización y parte activa del movimiento B Corp, sabemos que el verdadero valor no se mide solo en resultados financieros, sino que se

extiende al impacto positivo que dejamos en las vidas que tocamos y en el mundo que ayudamos a moldear.

Por eso, este año sentimos que necesitábamos reflejar, a través del nombre de este documento, que la búsqueda de nuestro propósito no es una mochila más, sino que es un objetivo que está implícito en nuestro día a día. Es el "para qué" detrás de cada una de nuestras acciones. No queríamos hablar solo de resultados, sino también del camino que recorreremos para alcanzarlos: con conciencia, con autenticidad y con alma. Queríamos contar una historia. Por eso, esto no es la Memoria de sostenibilidad ni de impacto positivo, es la Memoria de ARTIEM.

Gracias a todas las personas que han puesto su energía, sus ideas y su corazón en 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,

Gabriela Aliaga Eberle & José Guillermo Díaz Montañés

Fundadores de ARTIEM

¹ Freshpeople®: Todas las personas que trabajan en ARTIEM viven con pasión y transmiten alegría con todo lo que hacen. Pero sobre todo se esfuerzan cada día para que tu estancia sea única y para inspirarte a ti y a otras personas a generar un impacto positivo en el mundo. Freshpeople es una marca registrada



Freshpeople durante el Welcome Back 2024.



1

¿Quiénes somos?



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

1 / 1 Nuestros orígenes

El origen de ARTIEM radica en una familia empresaria que, como muchas otras, ha cultivado y transmitido determinados valores generación tras generación. En la actualidad, estamos experimentando el tránsito de la tercera a la cuarta generación.

La tercera generación de ARTIEM toma las riendas del negocio el 19 de marzo de 1993, cuando Gabriela y Pepe deciden iniciar un nuevo camino empresarial, pero siempre con la esencia de los valores y fundamentos con los que se habían criado.

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", que abanderó Edward Freeman y 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"*. Es lo que denominamos el CAPITALISMO como OPORTUNIDAD, un movimiento creciente en el mundo, que abanderan empresas grandes y pequeñas y que se agrupan en torno a otras corrientes como como *Conscious Capitalism* o B Corp.

La segunda reflexión viene de lo que Simón Sinek 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 se fundamenta nuestra Cultura hoy:

La estrategia de crear valor para todos los stakeholders² no es solo nuestra responsabilidad social como empresa, sino que también nos ayuda a crear ventajas competitivas sostenibles.

Trabajamos para que la Freshpeople de ARTIEM sea un equipo de personas comprometidas con su entorno y felices en su trabajo. Unos 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 nos llevan al convencimiento que las empresas tienen que ser actores de cambio para lograr una sociedad y un entorno próspero. Por ello, en ARTIEM queremos convertirnos en un ejemplo de cómo se puede ser la mejor empresa para el mundo mientras se garantiza la competitividad y rentabilidad. Siempre con el ánimo de que pueda servir de modelo para lograr entre todos un futuro mejor.

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.

² *Stakeholders* o partes interesadas: todas las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de ARTIEM y que tienen interés en su éxito.



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

1 / 4 Nuestro propósito

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

Sin embargo, fue diez años después, en 2017, cuando, al analizar la profunda transformación que habíamos vivido como sociedad, nos planteamos si nosotros debíamos adaptarnos a ella. Veíamos una sociedad que tenía cada vez más derechos, libertades y tecnología, que nos facilitaba la vida cada vez más. Sin embargo, observábamos que seguía aumentando la crispación, la ansiedad y la depresión. En definitiva, la gente no era FELIZ. Esto nos llevó a la conclusión de que teníamos que elevar nuestra "razón de existir como empresa", nuestro PROPÓSITO, pasando 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 placer. Muchos pensadores y filósofos han tratado de dar una definición de FELICIDAD. Para Aristóteles, "la felicidad consistía en hacer el bien", mientras que Sócrates afirmaba que "la felicidad es el último bien del hombre y se logra con la práctica de la virtud". Otros, como Karl Marx, decían que "la felicidad es la perfección humana porque el ser humano más feliz es aquel que hace felices a los demás", sin olvidar a Nietzsche, que establecía que "la felicidad no es un estado de comodidad o ausencia de sufrimiento, sino que se encuentra en el proceso de superación de uno mismo, de crecimiento personal y de afirmación plena de la vida".

Una vez leímos como definía la felicidad el fundador de la revista Fast Company, Alan Weber. Por su sencillez y profundidad la adoptamos: "La felicidad es encontrar algo superior a ti 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 que:

Los 5 principios de Lean



Nadiria Training & Consulting.

Vive la CULTURA a través de sus VALORES.

En este punto, teníamos claro que para cumplir esta MISIÓN era necesario que nuestra FreshPeople también fuese feliz. Eso nos llevó a concretar los valores que vivíamos y de qué forma nos ayudaban a ser felices. De ahí concluimos que la Freshpeople somos personas que consideramos la CONFIANZA como la base de nuestras relaciones, aquello que nos permite sentirnos valoradas y respetadas. Desde esa confianza, afrontamos con PASIÓN un trabajo que nos llena y, por lo tanto, transmitimos y contagiarnos ALEGRÍA en lo que hacemos. Si llegamos a este punto es porque, sin duda, decidimos sobre nuestra vida, es decir, 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 sólo no nos daría la felicidad plena. Tenemos que provocar un impacto positivo en nuestro entorno, actuando para que prospere, de manera que nuestro propósito sea INCLUSIVO.

Donde las personas pueden vivir su PROPÓSITO personal viviendo el PROPÓSITO de ARTIEM, tienen autonomía y pueden ser ellos mismos. Donde existe una cultura centrada en eliminar lo innecesario, mejorar lo que importa y potenciar a las personas para que alcancen su máximo potencial.

Nos dimos cuenta de que el modelo de organización tradicional basado en la jerarquía no se adecuaba a las necesidades de la sociedad actual, donde el PROPÓSITO tenía que estar en el centro. Esto nos ha llevado a tratar de transformar nuestra organización en otra, donde la Freshpeople tuviera un sentido del propósito, autonomía para trabajar y tomar decisiones. Crear un entorno que favoreciera el crecimiento personal y profesional de las personas y que les permitiera ser ellas mismas en todo momento para capaces de desarrollar todo su potencial.



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

En la que la PERSONA está en el centro de las operaciones tratando de hacer realidad las "seis palancas" de la felicidad.

La otra cuestión que nos plantemos fue cómo hacer realidad nuestra MISIÓN en la operación diaria de nuestro negocio con nuestros clientes. Sin duda, hacíamos muchas cosas de forma intuitiva que ayudaban a lograr esa felicidad, como la amabilidad y el cuidado que proporcionamos a las personas y a nuestras instalaciones o el diseño de experiencias y productos. Así, basándonos en la conceptualización del profesor Tal Ben-Shahar sobre lo que caracteriza a las personas que son felices, identificamos lo que hemos denominado "las seis palancas de la felicidad" necesarias para crear nuestra proposición de valor:

- **Construir relaciones profundas:** fomentamos conexiones significativas entre las personas, tanto entre los profesionales que trabajamos en ARTIEM (Freshpeople) como con los clientes que se alojan en nuestras instalaciones.
- **Simplificar nuestras vidas:** ofrecemos un entorno y servicios que reducen la complejidad y el estrés cotidiano para que nuestros huéspedes puedan disfrutar plenamente del tiempo que pasan con nosotros.
- **Llevar un estilo de vida saludable y meditar:** promovemos hábitos saludables a través de nuestras instalaciones, actividades y programas de bienestar, incluyendo opciones para meditar y relajarse.
- **Dejar que las emociones fluyan:** creamos un ambiente donde las emociones pueden fluir libremente para favorecer el bienestar emocional de nuestros huéspedes y empleados.
- **Mostrar gratitud:** practicamos y fomentamos la gratitud regularmente, tanto internamente, entre nuestro equipo, como externamente, hacia nuestros huéspedes y la comunidad.
- **Realizar acciones con significado que sean placenteras:** nos enfocamos en ofrecer actividades y experiencias que aporten sentido y placer, alineadas con nuestros valores de sostenibilidad y autenticidad.

Con una estructura organizativa que permite materializar los cuatro puntos anteriores.

Queremos que nuestra organización viva una cultura centrada en eliminar lo innecesario, aquello que no aporta valor, mejorar lo que importa y ayudar a las personas a alcanzar su máximo potencial.

"¡MEJORES CADA DÍA!" fue el lema que ARTIEM tuvo como organización casi desde sus inicios, y que hemos tratado de poner en práctica día a día. Sin embargo, hasta ahora no habíamos contado una metodología clara que nos permitiera asegurar su consistencia.

Recientemente hemos incorporado la cultura LEAN, creada por TOYOTA, con el objetivo de avanzar más rápido hacia una mejora continua que permita a las personas trabajar mejor, crear más valor y desarrollar todo su potencial.

Concebimos la cultura LEAN como un sistema de pensamiento y comportamiento organizacional que busca maximizar el valor para el cliente eliminando desperdicios, optimizando procesos y fomentando una mejora continua con un enfoque en las personas.

No es sólo un conjunto de herramientas o metodologías, sino una forma de operar y tomar decisiones basadas en la eficiencia, el aprendizaje y el respeto por los equipos de trabajo.



C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

NUESTRA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

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

En ARTIEM queremos motivar a nuestro equipo a sacar lo mejor de sí. Por eso, representamos nuestro organigrama en forma de árbol, donde asentamos firmemente nuestras raíces para verlo florecer.

Nuestros CEOs, Gabriela y Pepe, que aparecen representados en la base como la semilla que generó a ARTIEM, proporcionan un enraizamiento sólido que transmite nuestros valores.

Los mandos intermedios ofrecen el equilibrio del tronco y guían a las personas responsables de los diferentes departamentos a la hora de dirigir sus tallos, que son los equipos base. Es así como ayudamos a florecer a nuestros profesionales y a sacar lo mejor de ellos. Desde abajo y gracias a la firmeza de nuestro Propósito.





C 1 / ¿QUIÉNES SOMOS?

NUESTRAS UBICACIONES 6 Hoteles / 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, Le Petit Spa, pequeño Gym y ECD.

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM AUDAX 1994
**** SUP

Cala Galdana (Menorca)

240 habitaciones

Características

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

Sistema de gestión

Propiedad.



ARTIEM URBAN APARTMENTS 1996
🔑🔑

Mahón (Menorca)

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

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM CARLOS 2010

Es Castell (Menorca)

85 habitaciones

Características

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

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM MADRID 2015

Madrid (zona Arturo Soria)

83 habitaciones

Características

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

Sistema de gestión

Arrendamiento.



ARTIEM ASTURIAS 2018

Quintueles-Villaviciosa (Asturias)

45 habitaciones

Características

The Green Restaurante Lounge, 1 Cine, 3 ECDs, Spa, Gym, Piscina exterior, Prana space y exclusivo ARTIEM Club: actividades deportivas y Wellness.

Sistema de gestión

Arrendamiento.



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 nos encerramos durante tres días para definir cómo queríamos que fuese nuestro futuro y 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:



Freshpeople durante la Cumbre ARTIEM en 2018.

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 sólo no nos daría la felicidad plena. Necesitamos provocar un impacto positivo en nuestro entorno, que sea capaz de crear prosperidad y tenga un propósito INCLUSIVO.

Como organización, creemos que para alcanzar esa plenitud es fundamental que todas las personas que forman parte de ARTIEM se sientan unidas por un propósito común. Que puedan desarrollarse, ser ellas mismas y estar en un entorno donde se valore todo su potencial. Y que todo esto lo vivan con autonomía.

Tal y como afirma el profesor Tal Ben Shahr, de la Universidad de Harvard, las personas felices se caracterizan por desarrollar unas relaciones profundas e íntimas, llevar un estilo de vida saludable y simplificar su vida. Además, 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, por lo tanto, nos empuja a pensar diferente (innovar) para lograrlo. Cuando experimentamos este sentimiento, transmitimos pasión y alegría en lo que hacemos.

3

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

Cuando estamos en armonía, es decir, cuando sentimos que lo que sucede en nuestra vida se corresponde con nuestros valores, logramos un equilibrio con nuestro entorno social, ambiental y económico. Podríamos decir que somos felices.

En un entorno de permanente cambio e incierto como el actual, esta armonía requiere de humildad para ver dónde podemos mejorar, avanzar e innovar, pero siempre tratando de satisfacer las necesidades de los distintos *stakeholders* con los que nos relacionamos de forma simultánea. Esta virtud nos permite descubrir el poder de la inclusión de pensar con la "Y", en vez de la exclusión de pensar con la "O". Esto nos llevará a pensar diferente, innovar, crear ventajas competitivas sostenibles y hacer la "tarta más grande para todos".

4

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

Si queremos inspirar a otros a seguir nuestro camino, tenemos que demostrar que un propósito fuerte es clave para guiarnos en la creación de valor y prosperidad para todas las partes a largo plazo. Así, cuando sabemos lo que queremos y lo ponemos en práctica en nuestro día a día, avanzamos hacia nuestro objetivo. En este caso, es nuestro propósito el que nos guía para inspirar la felicidad de las personas con nuestras políticas y procesos e impulsar la prosperidad de la comunidad. Como consecuencia, aumentamos y mantenemos en el tiempo nuestra creación de valor, de forma sostenible y garantizando la rentabilidad económica

Estas metas son las que nos llevarán a construir nuestro futuro ideal:

"Ser una empresa líder por nuestro modelo inspirador e innovador centrado en la felicidad de las personas y por nuestro compromiso con la prosperidad sostenible y el impacto positivo en nuestro entorno."



Luis, Viktoria e Isaac, Freshpeople de ARTIEM Carlos.



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.



María, Frespeople participante en la Cumbre, exponiendo las conclusiones de su equipo.



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 está certificada por AENOR y se concreta en acciones como la mejora en separación de residuos, reutilización de equipamiento o rediseño de productos.



Valor Social.

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



Emisiones Cero.

Reducir nuestra huella es proteger el entorno y la salud. Lo hacemos mediante energías renovables, 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.



Embajadores del Propósito.

La Freshpeople es el motor del cambio. Apostamos por su 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.

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



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



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.



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.



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.



Crecimiento Sostenible.

Creecemos 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.



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.

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.

2 / 3 Acciones

Cada una de las Áreas de Oportunidad lleva asociados distintos planes de acción plurianuales o anuales que nos permiten avanzar.



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

2 / 4 Nuestro algo superior

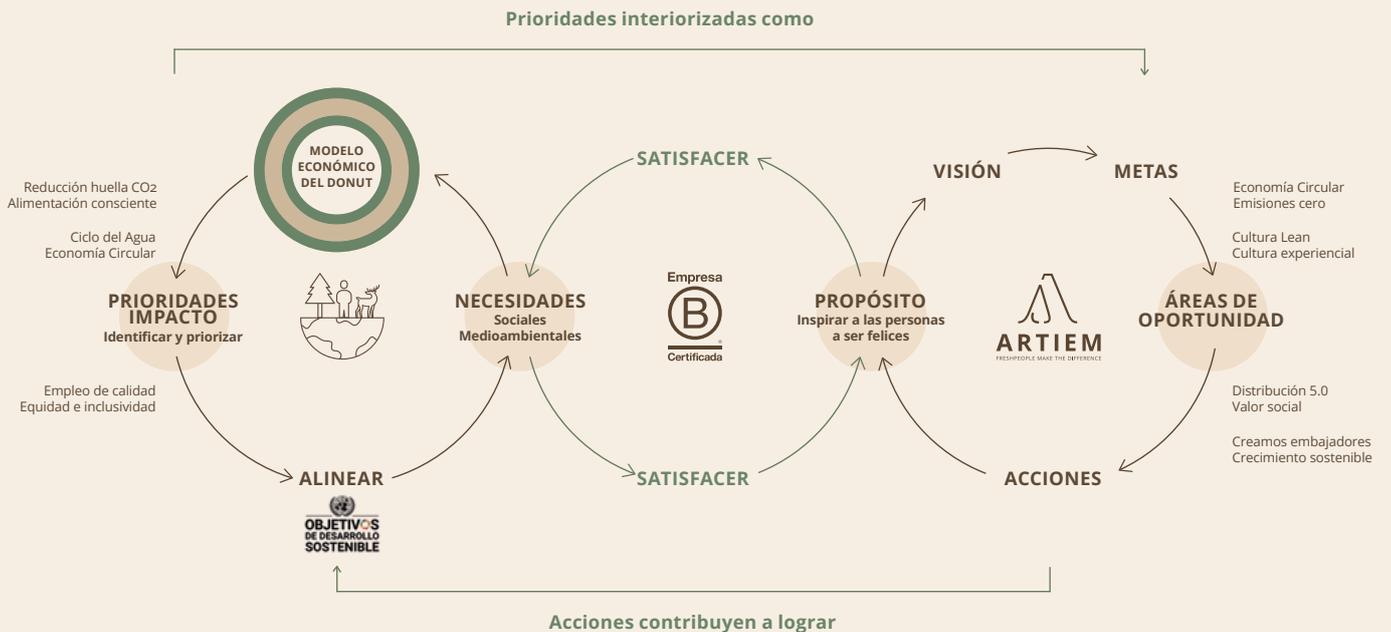
Nuestra actividad empresarial, al lograr articular este sistema -visión, metas, áreas de oportunidad y acciones- nos ayuda, como demuestran los resultados, a ser una empresa competitiva. Sin embargo, **no garantiza el objetivo de hacer realidad nuestro Propósito de "Inspirar a las personas a ser felices"**. Como dice Alan Webber, *"El secreto de la felicidad es encontrar algo más importante que tú y dedicarle la vida entera"*. Ese "algo más importante que tú" son las necesidades de nuestra sociedad y, en general, las del planeta. Con nuestra operación diaria como empresa tenemos la posibilidad de contribuir a satisfacer estas necesidades a la vez que mejoramos nuestra competitividad. Este pensamiento se traduce en la frase: "Queremos ser la mejor empresa para el mundo".

Estas necesidades podemos verlas representadas y cuantificadas a través del Modelo Económico del Donut (Raworth, 2017)⁴ y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de manera que conocemos la situación y urgencia de cada una mediante los límites planetarios y sociales.

De esta 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 administraciones públicas.

En conclusión, nuestro objetivo último es construir un Círculo Virtuoso que nos permita hacer realidad nuestro sueño mediante un modelo de empresa que contribuya a satisfacer las necesidades de nuestro planeta y de la sociedad al mismo tiempo. Creemos firmemente que, cuanto más contribuimos a paliar estas necesidades, más cerca estamos de alcanzar nuestro sueño de crear prosperidad sostenible. Porque estamos convencidos que es posible ser competitivo y feliz a la vez. Es lo que denominamos Sistema ARTIEM de Impacto Positivo.

Sistema ARTIEM de Impacto Positivo



⁴ Raworth, K. [Kate], (2017). Doughnut Economics. Random House International



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 poder ser uno mismo, autorrealizarse y desarrollarse. Queremos que todas las personas 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 hotelería, 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 Promoción de la equidad y la inclusividad: LA UNIÓN HACE LA FUERZA

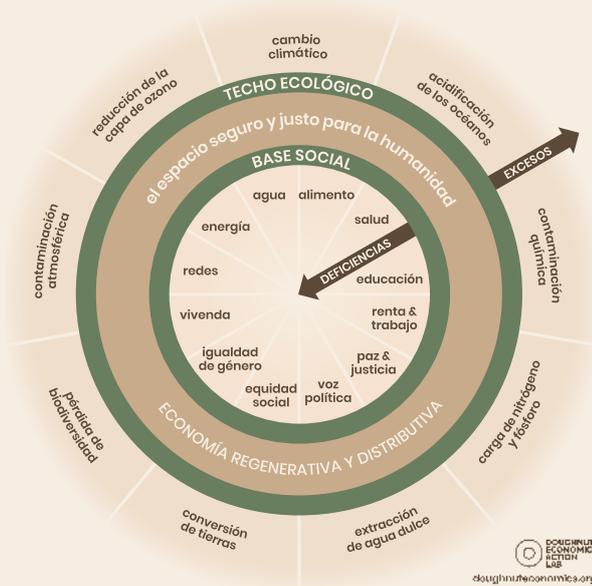
Cada persona es única y son las características que nos diferencian las que nos permiten lograr objetivos inimaginables. ¿Habríamos llegado a la Luna si todo el mundo fuese igual? ¿O ha sido posible gracias al trabajo de equipos con perfiles completamente diferentes? Si así se logró aterrizar en la Luna, 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 en las ciudades donde estamos presentes para apoyar la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión, además de promover la implicación de nuestros clientes en la generación de recursos destinados a las personas que más lo necesitan, como es el caso de la *Habitación Solidaria*. También apoyamos proyectos de recuperación del patrimonio con el objetivo de que se conviertan en un recurso turístico, por tanto, de generación de 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 EL PLANETA

La manera en que decidimos alimentarnos es la herramienta más potente de cambiar el mundo porque mejora nuestro bienestar, cuidar 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 en una alimentación saludable y de temporada y en la reducción de desperdicio alimentario, además de promover una política de compras que tiene en cuenta a mayor número de *stakeholders*.





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

4

Reducción de 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 renovables y en tecnologías como la IoT, o apoyar la movilidad sostenible.

5

Gestión responsable 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 lencería 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 puede 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."



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

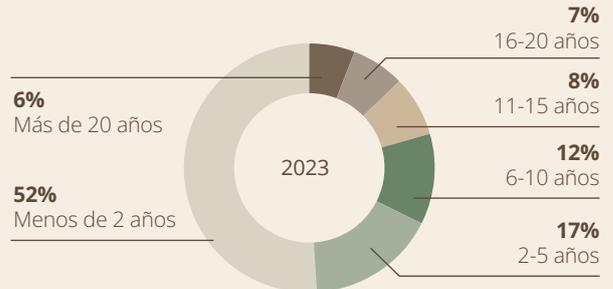
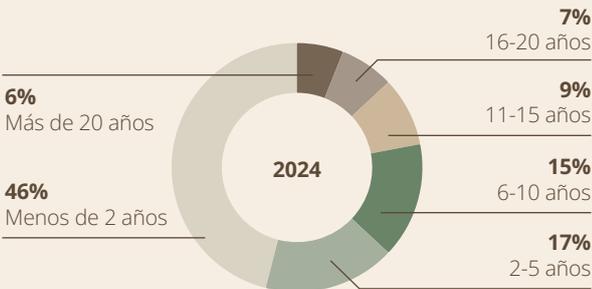
Trabajadores según tipo de contrato



Trabajadores según tipo de jornada



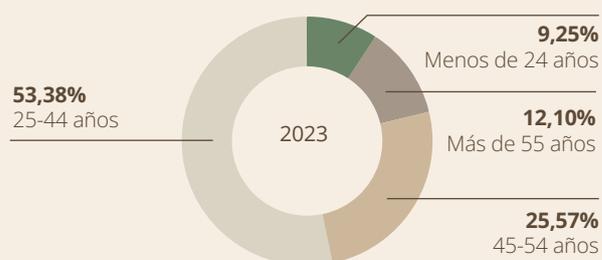
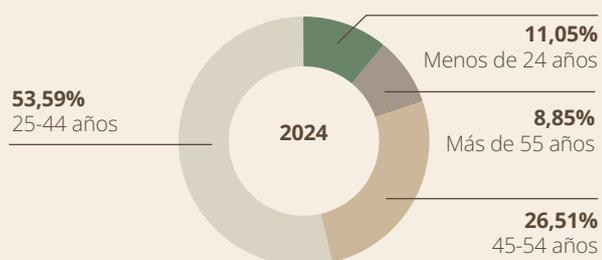
Trabajadores según antigüedad





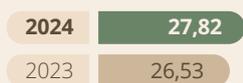
C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Trabajadores según edad



Plantilla promedio

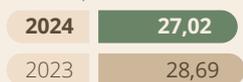
FTE⁵ Asturias



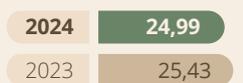
FTE Audax



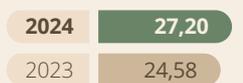
FTE Capri



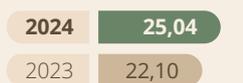
FTE Carlos



FTE Madrid



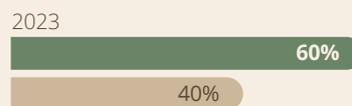
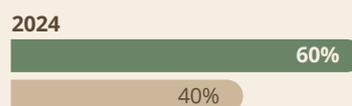
FTE Central



FTE Total



Consejo de administración



Dirección



● Hombres ● Mujeres

Un ambiente de trabajo de calidad es aquel en el que las personas puedan ser ellas mismas, se sientan escuchadas y respetadas, puedan desarrollarse tanto a nivel profesional como personal y que, por supuesto, puedan cubrir económicamente sus necesidades fundamentales.

Por ello, creemos que crear un espacio de trabajo de calidad es imprescindible para que las personas que trabajamos en ARTIEM podamos ser felices dentro y fuera del trabajo.

⁵ FTE: unidad equivalente a jornada de 8 horas



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

SALUD Y BIENESTAR

Promoción integral del bienestar de la Freshpeople

- Sesiones de estiramiento para el equipo de ARTIEM Audax
- Acceso gratuito a los gimnasios de los hoteles
- Gimnasio equipado y exclusivo para la Freshpeople en nuestra residencia del personal de ARTIEM Audax
- Sesiones de entrenamiento para el Triatlón ARTIEM Half Menorca en la piscina del hotel
- Sesiones "Namasté" de meditación guiada en las oficinas centrales
- Inscripciones gratuitas en eventos deportivos, tanto para la Freshpeople como para sus familiares directos
- Difusión de información sobre actividades deportivas en nuestro entorno para fomentar que la Freshpeople participe
- Proyecto Aportam



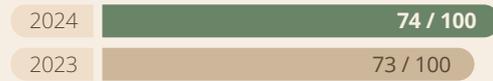
Mariano, Carol y Luis son parte de la Freshpeople participante en la ARTIEM Half Menorca 2024.

Happyforce

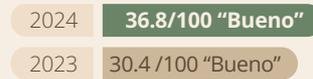
Monitorizamos el clima psicosocial de nuestra Freshpeople diariamente gracias a la aplicación móvil *Happyforce*.

Esta aplicación permite que toda la Freshpeople indique cómo ha ido su jornada laboral, además de servir como espacio para compartir comentarios, reconocimientos, sugerencias y opiniones de manera anónima. El Happy Index se construye a partir de unas puntuaciones específicas y que consideramos importantes por estar alineadas con nuestro propósito de inspirar a las personas a ser felices.

Happiness Index



eNPS (Employee Net Promoter Score)⁶



Scores

Relaciones



Motivación intrínseca



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



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Feedback



Alineación



Bienestar



Compensación y reconocimiento



Compromiso Freshpeople®

A través de nuestro Código Ético⁷ protegemos y garantizamos el respeto por los derechos de nuestra Freshpeople y de las personas que trabajan en las empresas con las que nos relacionamos.

Uniformes

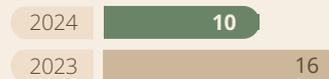
Como cada año, consultamos a la Freshpeople® sobre su percepción acerca de la comodidad de los uniformes antes de efectuar cualquier cambio. Esto nos ayuda a la hora de encontrar tejidos frescos y cómodos para las actividades diarias.

⁷ Consulta el Código Ético de ARTIEM Hotels actualizado en: <https://www.artiemhotels.com/etica.html>

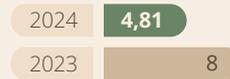
Prevención de Riesgos Laborales

Trabajamos diariamente para poder mejorar y asegurar que el ambiente de trabajo es seguro y saludable para todas las personas.

Número de accidentes



Porcentaje de plantilla



A pesar del incremento en la plantilla, se ha conseguido reducir tanto el número absoluto de accidentes como su incidencia relativa. Este resultado sugiere un impacto positivo de las políticas preventivas, las formaciones impartidas, campañas de sensibilización y la mejora en los protocolos de seguridad.

Krivaku

Se trata de un sistema inteligente de cintas transportadoras de menaje que permite salvar los distintos niveles que existen entre dos de los restaurantes de ARTIEM Audax y la cocina central que les suministra. Esta instalación no solo destaca por su tecnología y por ser un ejemplo de circularidad, sino también por su razón de ser: mejorar las condiciones laborales de la Freshpeople de restauración del hotel al evitarles tener que transportar ellos mismos decenas de carros muy pesados entre cocina y sala. La iniciativa repercute también en una mayor creación de valor al permitir que las personas de sala puedan invertir mayor tiempo en atender al cliente.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

DESARROLLO DE LA FRESHPEOPLE

Freshpeople Journey

Tenemos una política de acompañamiento desde el momento en que se selecciona a la persona hasta que termina su vinculación con ARTIEM, en caso de que esto suceda. El objetivo es aportar a la Freshpeople las herramientas necesarias para aterrizar en la organización y mantener una cultura de organización abierta y transparente.

Coaching individual

En 2024 destinamos 286 horas a sesiones de coaching individual como parte de nuestra apuesta por el desarrollo humano y profesional en ARTIEM. Estas acciones, dirigidas tanto a mandos intermedios como al equipo directivo, han sido clave para acompañar procesos de empoderamiento, transición laboral e integración cultural. A través del *shadowing*⁸, hemos trabajado el liderazgo desde la observación directa y la retroalimentación constructiva, consolidando un estilo de liderazgo alineado con nuestros valores y con el propósito de crecer desde las personas.

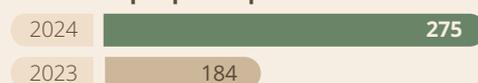
Equipos autogestionados

Desde 2022 ARTIEM implementa el modelo TEAL en varios hoteles, empezando por ARTIEM Madrid. Este sistema fomenta la autogestión, la corresponsabilidad y las decisiones compartidas, lo que permite potenciar el talento sin supervisión jerárquica. Con formaciones y coaching, los equipos se organizan mejor y mejoran el ambiente laboral, la innovación y la experiencia del cliente. Actualmente, el modelo se extiende a ARTIEM Asturias, ARTIEM Carlos y al equipo de Personas y Bienestar de la oficina central.

Formación y desarrollo

Disponemos de un sistema de formación orientado a potenciar la mejora continua y la autonomía de las personas para que puedan desarrollar todo su potencial. Formamos en tres ámbitos: habilidades técnicas, blandas ("*soft skills*") y de liderazgo:

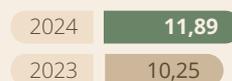
Personas que participaron en formaciones



Horas de formación



Promedio de horas de formación por persona



En 2024, el 60% del total de horas de formación se destinó al desarrollo de competencias en liderazgo. En ARTIEM estamos convencidos de que un equipo sólido necesita líderes sólidos, especialmente en una organización cada vez más transversal, donde cualquier profesional que forma parte de la Freshpeople actúa como embajador de nuestro propósito y valores. Por ello, las personas que lideran nuestros equipos deben ir un paso más allá: tienen que ser referentes que encarnen y transmitan nuestra cultura en cada acción y decisión, es decir, convertirse en ejemplo para los miembros del equipo.

Otro pilar clave en nuestra cultura es la metodología LEAN. Apostamos por liberar el máximo potencial de nuestra Freshpeople, enfocándonos en aquello que realmente aporta valor y que, a la vez, favorece su crecimiento personal y profesional. En 2024 destinamos un 13% de los recursos de formación a impulsar esta

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.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

filosofía, con el objetivo de establecer una cultura de mejora continua mediante la estandarización, eficiencia y claridad en los procesos.

Además, continuamos consolidando el proyecto Aportam como una iniciativa estratégica. Hemos invertido cerca del 7% de los recursos formativos en involucrar activamente a los equipos, promoviendo su implicación directa para que sientan el proyecto como propio. Esta participación es clave para alinear el día a día con nuestro compromiso con la sostenibilidad, el bienestar y la alimentación consciente.

Por último, mantenemos un firme compromiso con la formación en el puesto de trabajo, algo que es especialmente relevante en un contexto en el que más del 50% de nuestra plantilla es fija discontinua. Para garantizar una integración eficiente y una experiencia coherente con nuestros estándares, cada inicio de temporada los managers lideran sesiones de refresh en cada posición, asegurando así una puesta al día de operativa, cultural y de servicio.

El número de personas formadas en 2024 aumentó en 91 respecto al año anterior. Este crecimiento responde a una clara intención de hacer extensiva la formación anteriormente mencionada a toda la Freshpeople para impulsar la cultura ARTIEM desde la base. Porque si todos somos el motor de esta organización, la cultura es, sin duda, el combustible que lo hace avanzar.

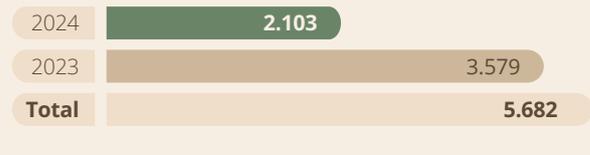


El equipo Comercial durante una sesión Lean.

Metodología Lean

La filosofía LEAN nos ha ayudado a optimizar procesos, eliminar ineficiencias y mejorar la calidad del servicio. Más allá de la eficiencia, ha empoderado a la Freshpeople para proponer mejoras que permitan fortalecer la colaboración y el bienestar en el trabajo. Es una herramienta que impulsa una cultura viva y consciente y que aplicamos tanto a la mejora de procesos operativos como digitales.

Horas de valor no añadido convertidas a horas de valor añadido



Los avances son más pronunciados al principio debido a 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.* Mientras que en el primer año todos los esfuerzos están orientados a la creación de avances, 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.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

SEGURIDAD FINANCIERA

Pago de la nómina el 25 de cada mes

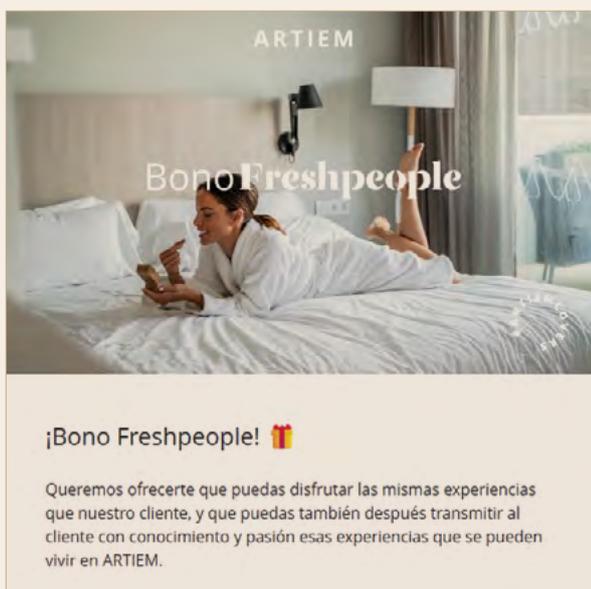
Para facilitar la planificación financiera, adelantamos el ingreso a la llegada de la mayoría de los gastos fijos.

Sistema de remuneración vinculado a objetivos corporativos

Tanto sociales, medioambientales como económicos con el fin de lograr que toda la Freshpeople se sienta responsable y participe en su consecución. Estas primas pueden suponer hasta el 20% del salario bruto anual. En 2024 se pagaron 349.892 €, 80.548 € más que en 2023. Este importe supone un 12,61% respecto del total de beneficio neto.

Ventajas y Beneficios

- 20% de descuento en alojamiento y experiencias ARTIEM para la Freshpeople y sus familiares directos
- Descuentos en una selección de comercios locales
- Condiciones especiales en productos y servicios de otras empresas BCORP
- Plataforma de beneficios Freshpeople Club (Inspiring Benefits) en tiendas online (El Corte Inglés, Iberia, La Casa del Libro, ...), instituciones académicas, etc.
- Condiciones especiales para la contratación de un seguro de salud privado



Bono Fresh que recibe anualmente la Freshpeople.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN TRABAJO DE CALIDAD DURANTE EL 2024

Durante 2024, en ARTIEM dimos un paso adelante en la búsqueda de la excelencia al optimizar nuestros procesos internos y la eficiencia operativa a través de la metodología Lean y la digitalización. Este enfoque nos permitió eliminar ineficiencias y estandarizar procedimientos, lo que se tradujo en un servicio más ágil y consistente a nuestros huéspedes. Al mismo tiempo, la filosofía Lean empoderó a la Freshpeople para proponer nuevas iniciativas que fortalecieron la colaboración y un entorno de trabajo más saludable.

También intensificamos la formación y desarrollo de nuestro equipo: en 2024, el 60% de las horas formativas se dedicó a liderazgo y competencias clave, bajo la convicción de que un equipo sólido requiere líderes que inspiran con el ejemplo. Esta inversión potenció una cultura de mejora continua y aseguró que cada miembro de la Freshpeople se sintiera embajador de nuestros valores en el día a día.

Asimismo, seguimos consolidando la implantación del modelo TEAL, fomentando la autogestión y la corresponsabilidad en la toma de decisiones. Gracias a este modelo, equipos en hoteles como ARTIEM Madrid, ARTIEM Asturias o ARTIEM Carlos trabajan con mayor cohesión, innovación y autonomía, lo que redundó en un mejor ambiente laboral, crecimiento personal y profesional, a la vez que proporciona una experiencia más auténtica para el cliente.

Estos avances han tenido un impacto directo en la calidad del servicio y el bienestar de nuestra Freshpeople. Nuestros huéspedes disfrutaron de una atención más personalizada y coherente con nuestro propósito, mientras que nuestro equipo se siente más motivado, respaldado y orgulloso de pertenecer a ARTIEM. Reconocemos, sin embargo, que aún hay mucho camino por recorrer: sabemos que los primeros años de cambios suelen traer grandes impactos y que después el reto es mantenerlos y profundizar en la transformación cultural. Debemos seguir afianzando la cultura Lean y la transformación digital en todos los niveles de la organización, así como extender el espíritu TEAL y el liderazgo compartido a cada rincón de ARTIEM. Con un enfoque profesional, inspirador y realista, asumimos estos desafíos como oportunidades para seguir creciendo, y convencidos de que la mejora continua es la clave para alcanzar la excelencia sostenible en nuestro servicio y en la felicidad de nuestra Freshpeople.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Promoción del autocuidado y de un estilo de vida saludable entre la Freshpeople	Diluir la presión turística en un arco temporal más amplio.	Atracción y retención de talento Menor rotación
Promoción del empleo local	Proporcionar herramientas y materiales de buena calidad para evitar que dañen el entorno	Mejorar nuestra capacidad de innovación
Fomento del sentido de pertenencia		Mejorar nuestra rentabilidad de los activos
Reducción del tiempo de tareas que puedan tener un impacto negativo en la salud		Captación y retención de cliente objetivos
Empoderamiento de las personas a través de la autogestión		
Crecimiento personal y profesional		

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible





C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 / 2 Promoción de la equidad e inclusividad: LA UNIÓN HACE LA FUERZA

Esta frase refleja que la igualdad de oportunidades, la equidad y, en consecuencia, la diversidad son clave para llegar más lejos y conseguir nuestras metas. Es la clave para impulsar la innovación.

Es por ello que consideramos la equidad y la inclusividad, de dentro y fuera de la organización, como parte de nuestros objetivos corporativos.



Carol, Carmen, Gabriela, Raquel y Mayte, Freshpeople de Personas y Bienestar que trabajan diariamente por la equidad e igualdad de oportunidades dentro de ARTIEM.

Procesos de selección

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.

Equipo Transversal: propósito que se vive desde dentro

En 2024 dimos vida a un equipo transversal formado por ocho personas de distintos centros ARTIEM, elegidas por su compromiso, visión y profundo conocimiento de nuestra cultura. Su misión fue clara: escuchar activamente a la organización y cocrear propuestas que integren de forma tangible el propósito, los valores y la vivencia de plenitud en el día a día.

Durante seis meses, este grupo se reunió mensualmente con el CEO para compartir aprendizajes, identificar barreras y diseñar acciones concretas de mejora. El trabajo se enfocó en aprender a convivir con atributos de horizontalidad y transversalidad dentro de una estructura jerárquica, con el fin de generar una cultura más empática, inclusiva y participativa.

El resultado ha sido un avance significativo hacia una organización más consciente, donde cada persona puede sentirse parte activa de la transformación. Este equipo ha sembrado la base de una nueva forma de liderar desde dentro, conectando visión y acción con coherencia y compromiso.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Facilitamos el acceso al mundo laboral colaborando con

Asociaciones y fundaciones:

Down Madrid, Down Asturias, Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca y Cáritas Diocesana.

Instituciones académicas:

HLW Marienberg (Austria)
ES CAP DE LLEVANT (Menorca)
CSHG – Centro Superior de Hostelería de Galicia (Galicia)
Animafest (universidades extranjeras)
Universitat de ses Illes Balears (Mallorca)
UAH - Universidad de Alcalá (Madrid)
Universidad de Oviedo (Asturias)
Hostelcur, cursos de hostelería en Asturias (Asturias)
Basque Culinary Center (País Vasco)

Durante 2024 contamos con 34 estudiantes entre la Freshpeople.

Voluntariado

Nuestra Freshpeople es la clave en la relación con nuestro entorno. Por ello, intentamos crear oportunidades que les permitan participar activamente y contribuir a la comunidad. La Freshpeople ha ayudado a desarrollar eventos o poner en marcha iniciativas como:

- Mercadillos solidarios
- ARTIEM Chef con Down Madrid
- Competiciones deportivas (ARTIEM Half Menorca)
- Colaboraciones con Asociaciones: Raitana (Asociación Pro Personas con Discapacidad) y Down Asturias (Asturias); AECC y Cáritas Diocesana (Menorca), AMAQTEDU y Down Madrid (Madrid)

Formación en inclusión laboral en ARTIEM

Se organizaron con la *Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca* jornadas formativas para la Freshpeople de Menorca con el objetivo de sensibilizar y capacitar al equipo para crear un entorno laboral más inclusivo, respetuoso y accesible para personas con discapacidad, promoviendo así una cultura de diversidad y apoyo dentro de la organización.

"Recicla con Corazón" - Charity box para Cáritas

La nueva versión de las *Charity Bags*, que busca mejorar la operativa tanto para Cáritas como para la Freshpeople y dar una segunda vida a objetos en buen estado que las personas que se hospedan en nuestros hoteles no pueden llevarse consigo.

(Más información en el apartado de Economía Circular)

Torneo de pádel solidario en ARTIEM Asturias en favor de RAITANA

Organizamos en ARTIEM Asturias el I Torneo de Pádel Solidario a beneficio de la Asociación RAITANA, que apoya a personas con discapacidad en Villaviciosa. Más de 100 participantes y actividades paralelas visibilizaron su labor. Todo el dinero recaudado se destinó íntegramente a sus programas sociales.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Plogging Asturias

Junto con la institución académica Universanidad y su alumnado realizamos una jornada de plogging⁹ para personas asociadas y clientes en la Playa de la Ñora. Combinamos deporte y sensibilización al incorporar la recogida de residuos y una charla sobre las claves para llevar un estilo de vida con un impacto positivo en nuestro entorno.

ARTIEM Chef con Down Madrid

Desde 2019, nuestro Chef Alejandro Rivilla, de ARTIEM Madrid, realiza esta actividad que pretende enseñar a las personas usuarias de la asociación conocimientos básicos sobre cocina y trabajo en equipo. El programa incluye sesiones online para aprender recetas y ponerlas posteriormente en práctica en la cena benéfica que se organiza cada año en diciembre, en el hotel ARTIEM Madrid. Esta cena es preparada y servida por las personas usuarias que asisten a la formación y los beneficios recaudados se destinan a la asociación.



Durante el taller ARTIEM Chef para personas usuarias de Down Madrid.

Club D'Arc Mahón

Para fomentar la inclusión y la vuelta de las mujeres afectadas por cáncer de mama en el ámbito deportivo, quisimos colaborar con unas condiciones especiales (un descuento en nuestros servicios) en un torneo organizado por el Club D'Arc de Mahón. Esta primera experiencia se transformará en una colaboración a más largo plazo.

Mercadillos Navideños Solidarios ARTIEM Capri y ARTIEM Asturias

En navidad ARTIEM celebró mercadillos solidarios en los hoteles ARTIEM Capri y ARTIEM Asturias para apoyar causas sociales locales. En Menorca, la recaudación de 2.450 € se destinó a la Asociación Carlos Mir (Fundación para personas con Discapacidad de Menorca). Por otro lado, la primera edición del Mercadillo navideño en Asturias consiguió 450 € para la asociación Down Asturias. La iniciativa, que incluyó venta de productos artesanales y talleres infantiles, se consolidó como una tradición anual.

Participaron en el mercadillo de ARTIEM Capri:

- Empresas zapateras locales: Ria, Mascaró, Pons Quintana
- Artesanía local: Scøne Design, Unasota, Menorca Flowers, Maria Angeles Creacions, Fins al Cel, Estudioblackfisk, Menorcarons, Crespellet de paper
- Asociaciones: Asociación Carlos Mir (Fundació per a Persones amb Discapacitat de Menorca), Trebaluger Equine Rescue Centre, Càritas Diocesana
- Cuenta cuentos: Laia García

⁹ El plogging es una actividad que combina la realización de ejercicio físico al aire libre, en este caso senderismo, mientras se recogen residuos.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Mercadillo solidario para ASPANOB

En marzo de 2024, se celebró, por segundo año consecutivo y en ARTIEM Carlos, un mercadillo solidario a favor de ASPANOB (Asociación de Padres de Niños Con Cáncer de Baleares). La iniciativa, al igual que en la edición anterior de ARTIEM Audax, tuvo por objetivo dar una segunda vida a los objetos retirados de los hoteles (por sustitución o desuso). Además, una barbería local, Oblivion, se sumó al mercadillo ofreciendo cortes de pelo solidarios cuya recaudación se donó íntegramente a la causa. Los fondos recaudados se destinaron a esta asociación, cuyo fin es apoyar a las familias con niños enfermos de cáncer que necesitan desplazarse en Baleares para poder seguir las terapias y las curas.

La Freshpeople colaboró con las personas voluntarias de ASPANOB en la organización del evento, cuyo resultado fue la recaudación de 6.170,20 €. El material no vendido se donó a Mestral (Cáritas) para evitar un ulterior almacenamiento en ARTIEM. Esta acción solidaria continuará mientras se disponga de materiales, siempre en línea con el propósito de ARTIEM.

Orgullosos patrocinadores de dos medallistas paralímpicos de triatlón en París 2024: Nil Riudavets y Dani Molina

Tras las Olimpiadas de París 2024, se organizó una mesa redonda con los dos medallistas paralímpicos patrocinados por ARTIEM, Nil Riudavets (bronce) y Dani Molina (oro), donde visibilizaron sus historias de superación y concienciaron sobre la necesidad de promover la inclusividad en el deporte y la vida.

DANA Valencia

Ante la catástrofe que asoló la Comunidad Valenciana y Castilla-La Mancha, en octubre de 2024, quisimos sumarnos, desde la distancia, a los movimientos de ayuda.

- Difundimos entre nuestra Freshpeople información fidedigna sobre entidades de donación (Cruz Roja y Cáritas)
- Donamos un total de 12.000 € a Cáritas Diocesana para prestarle apoyo en sus labores de gestión de la tragedia
- Dimos la opción a la Freshpeople de donar el importe de su cesta de Navidad con este mismo fin. En total, se recaudaron 2.950 €

Habitación Solidaria

En 2024 recaudamos un total de 125.556,42 € para Cáritas Diocesana gracias a las cinco habitaciones solidarias que tenemos disponibles cada día en cada uno de nuestros hoteles. Desde su puesta en marcha, en 2020, llevamos recaudados más de 373.000 €, lo que permitiría dar alimentos básicos a 102 familias de tres personas durante un año entero.



Puerta de entrada a la Habitación Solidaria de ARTIEM Madrid.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN EQUIDAD E INCLUSIVIDAD DURANTE EL 2024

En ARTIEM reforzamos durante 2024 nuestro compromiso con una cultura más equitativa e inclusiva, entendiendo que la diversidad no es solo una cuestión de representación, sino una fuente de valor, creatividad y cohesión. A través de acciones concretas como la creación del equipo transversal -un espacio de escucha activa y cocreación con participación directa del CEO- hemos iniciado una transformación desde dentro y cultivado una manera de liderar más empática, horizontal y consciente

También hemos estrechado lazos con entidades sociales y educativas, ofreciendo oportunidades reales de integración laboral, especialmente a personas con discapacidad y estudiantes en formación. Las jornadas con la Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca o el acompañamiento a 34 estudiantes entre la Freshpeople son ejemplos de cómo tejemos puentes entre propósito y acción cotidiana.

Las múltiples iniciativas de voluntariado, los mercadillos solidarios, el proyecto "Recicla con Corazón" o la continuidad de la Habitación Solidaria, no solo generan impacto social, sino que también fortalecen el orgullo de pertenencia de nuestro equipo y crean vínculos auténticos con la comunidad. Patrocinar a atletas paralímpicos o visibilizar historias de superación es, para nosotros, otra forma de inspirar desde el ejemplo.

Respecto al descenso relativo del porcentaje de personas con discapacidad, es importante que se entienda en el contexto de un incremento del 4% en la plantilla media total, lo que evidencia que si bien hemos mantenido la incorporación de personas con discapacidad, su crecimiento no ha sido proporcional al del conjunto del equipo. La estacionalidad que caracteriza nuestras operaciones plantea un doble desafío: por un lado, garantizar una integración segura, efectiva y respetuosa; por otro, generar las condiciones adecuadas para que estas incorporaciones puedan consolidarse en el tiempo.

Aun reconociendo los avances, somos conscientes de que la equidad y la inclusividad requieren constancia, revisión y humildad. Es un camino que exige incorporar la perspectiva de diversidad en cada decisión, desde los procesos de selección hasta las dinámicas diarias de los equipos. En ARTIEM seguimos comprometidos con esa evolución y con la vista puesta en consolidarnos como una organización donde cada persona -sea huésped, colaboradora o miembro de la Freshpeople- pueda sentirse vista, valorada y capaz de contribuir desde su autenticidad.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Oportunidades a personas en riesgo de exclusión social	Apoyo a asociaciones que fomentan la inclusión social a la vez que cuidan el medioambiente	Mayor innovación
Orgullo de pertenencia	Apoyo a artesanos que reaprovechan residuos para sus creaciones	Mayor valor reputacional
Puesta en valor de la diversidad		Conexión con clientes objetivos
Implicación directa de la Freshpeople		Empoderamiento de la economía local

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible





C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 / 3 Aportam: ALIMENTACIÓN QUE CUIDA DE LAS PERSONAS Y EL PLANETA

ALIMENTACIÓN CON PROPÓSITO

¿Y si te dijéramos que, al elegir qué comes, estás eligiendo también el mundo en el que quieres vivir?

Cada vez que decides qué poner en tu plato, estás cuidando tu salud física y mental, pero también estás protegiendo tu entorno, apoyando a tu comunidad y enviando un mensaje poderoso sobre el tipo de futuro que deseas. En ARTIEM, creemos que la alimentación va mucho más allá del acto de nutrirse: es una herramienta de transformación individual y colectiva. Por eso, a través de Aportam apostamos por una forma de alimentarnos que genera bienestar, impulsa un estilo de vida más consciente y contribuye activamente a un planeta más justo y saludable. Comer bien no solo sienta bien, sino que también puede cambiar el mundo.



Diseñamos una oferta gastronómica alineada a nuestro propósito.

Gestión de datos Aportam

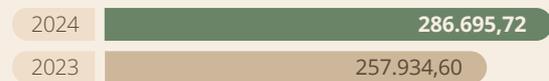
Como parte del proyecto Aportam, creemos que es fundamental medir y gestionar el impacto socioambiental y sobre la salud de nuestra oferta gastronómica, alineándola con la *dieta de salud planetaria*¹⁰. Por este motivo empezamos a trabajar en 2024 con los criterios Aportam -tradicional, proximidad, local, impacto ambiental y salud- para evaluar y clasificar nuestras referencias gastronómicas. Este instrumento de medición nos permite optimizar el rendimiento de los datos para facilitar la toma de decisiones, al tiempo que refuerza nuestro compromiso con una gastronomía sostenible, saludable y con impacto positivo.

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

Porcentaje sobre consumo total consumido (Kilogramos)



Cantidad (Kilogramos)



¹⁰ Dieta salud planetaria: propone una alimentación sostenible para combatir el cambio climático y sus efectos (como el calentamiento global o la escasez de alimentos), que prioriza frutas, verduras, legumbres y frutos secos, e incluyen pequeñas cantidades de carne y lácteos. <https://www.semfy.com/actualidad/que-es-la-dieta-planetaria>



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Aportam - Freshpeople®

El proyecto Aportam busca que la FreshPeople adopte hábitos saludables y sostenibles mediante embajadores encargados de difundir esta filosofía, que pretende inspirar a las personas a ser felices a través de la alimentación. Durante 2024 se han lanzado diferentes acciones de comunicación orientadas a fomentar una mejor alimentación y la reducción de los desperdicios alimentarios.

Presentación del proyecto Aportam en todos los centros de trabajo mediante la organización de cata de postres alineadas con nuestra filosofía (¡Porque Aportam también es disfrutar!). Para este evento, contamos con el apoyo de la B Corp, Flax and Kale.

Programa de Embajadores/as Aportam:

compuesto por personas en los diferentes equipos y establecimientos, afines a la filosofía del proyecto, que nos ayudasen a construir y a difundir el mensaje.



Delmi, Freshpeople ARTIEM Audax.

"Sábados de Salud y Bienestar" en HappyForce:

frutas y verduras en temporada cada mes; recetas saludables, de reaprovechamiento; conexión entre alimentación y salud mental; etiquetado nutricional y certificaciones ecológicas; e iniciativas innovadoras como el uso de la inteligencia artificial para reducir el desperdicio alimentario, entre otras.

E-book "Guía Aportam": hablamos sobre la importancia de comer bien con una explicación del plato Harvard y de la dieta de salud planetaria o mediante ideas para la creación de un menú semanal bajo las directrices de un nutricionista.

Estandarización del desayuno de la Freshpeople:

para garantizar que nuestra Freshpeople puede empezar el día con buen pie, estandarizamos el desayuno que les ofrecemos en nuestros hoteles para que todas las personas tengan acceso a opciones saludables y equilibradas, tanto dulces como saladas.

Rueda de comedor de personal (ARTIEM Carlos y ARTIEM Capri):

de la mano de un nutricionista-dietista revisamos las ruedas de comedor de los hoteles ARTIEM Carlos y ARTIEM Capri para obtener una oferta flexible y equilibrada que incluya opciones de proteína de origen vegetal.

Campaña de las Redelicias:

campaña para fomentar el consumo de "sobras" con el objetivo de eliminar el tono peyorativo de esta palabra y poner en valor su seguridad y calidad.

Comunicación en comedores de personal:

sobre el plato de dieta de salud planetaria, consumo de vegetales y desperdicio alimentario.

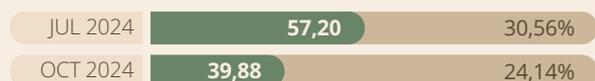


C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Encuestas Aportam

Estas encuestas, dirigidas a la Freshpeople, buscan evaluar, no solo su satisfacción con el comedor (comida e instalaciones), sino su percepción sobre la coherencia entre la operativa diaria y la filosofía Aportam. Se hacen en formato impreso para facilitar la participación y una mayor tasa de respuesta. Además, combinan preguntas sobre satisfacción y alineamiento, unos puntos que resultan clave para inspirar a nuestro equipo a sumarse a este compromiso con una alimentación que cuide de las personas y del entorno. Estos son los resultados:

ARTIEM Asturias



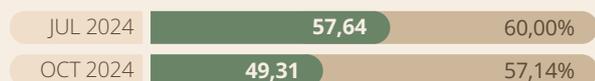
ARTIEM Audax



ARTIEM Capri



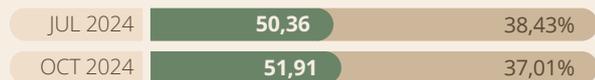
ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid



ARTIEM



Resultado (sobre 100) Participación

Esta encuesta nos permitió establecer como puntos de mejora para 2025 la comunicación (tanto en forma como formato), los menús (cantidades y variedad) y el fomento del uso responsable y respetuoso de los espacios comunes de la Freshpeople.

Yoga & Brunch

El 22 de junio de 2024 conmemoramos el Día de la Gastronomía Sostenible (18 de junio) y el Día del Yoga (21 de junio) con la organización de un taller nutricional con Rosa Rullán (@nutrisiexcusas) y una masterclass de Yoga Vinyasa Detox. Tras la práctica y la charla, cada participante montó su propio *brunch*, teniendo en cuenta tanto el cuidado del cuerpo como del plato. Para este evento contamos con el apoyo de la B Corp Flax and Kale, que nos proporcionó Kombuchas.

Fue una iniciativa que nos permitió conectar con el bienestar integral alineado con nuestro proyecto Aportam y el compromiso de ARTIEM con la salud y el entorno.

ARTIEM Chef x Down Madrid

En esta edición de ARTIEM Chef integramos la filosofía Aportam para elaborar un menú navideño saludable y respetuoso con el entorno. Además, realizamos una sesión virtual en la que explicamos a las personas usuarias y a sus familiares en qué consiste esta filosofía de alimentación y en cómo podían ponerla en práctica en su día a día.

Más información sobre esta iniciativa en el apartado de Equidad e Inclusividad.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Proyecto Europeo Sprint

SPRINT es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea que busca reducir el desperdicio de alimentos en hoteles, hogares y supermercados mediante estrategias basadas en la evidencia. Combina herramientas tecnológicas con acciones que influyen en las decisiones de los consumidores para mejorar el desempeño económico, social y ambiental. Con un enfoque colaborativo, SPRINT analiza, cocrea, implementa y evalúa intervenciones en tres contextos piloto en España: restaurantes de hoteles, supermercados y hogares. Además, fomenta la cooperación entre actores clave y desarrolla recursos para facilitar la reducción de desperdicio, alimentario. Este proyecto, iniciado en junio de 2024, tendrá una duración de 2 años y cuenta entre sus participantes con el Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA), la Universidad Politécnica de Catalunya (PPC), el Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA), los clústeres asturianos Innovasturias y ASINCAR; y las empresas CIS Robotics, ABBA Mobile y MASYMAS.

Algunas acciones que llevamos a cabo en el marco de este proyecto:

Reuniones de cocreación de soluciones con las entidades socias para la reducción del desperdicio: aplicación para hogares y dispositivo de pesaje en establecimientos de restauración.

Focus group para priorizar líneas de actuación que permitan luchar contra el desperdicio en los hoteles: participaron un total de 14 personas, entre las que estaban Freshpeople (puestos directivos, estratégicos y base), clientela y proveedores.

Cuantificación y caracterización del desperdicio alimentario en los hoteles de ARTIEM Asturias y ARTIEM Madrid por parte de CREDA: durante una semana dos miembros del CREDA estuvieron analizando todo el desperdicio alimentario generado en ambos hoteles.



Cofinanciado por la Unión Europea



Tianyu, del equipo CREDA, durante la cuantificación de desperdicio alimentario en ARTIEM Asturias

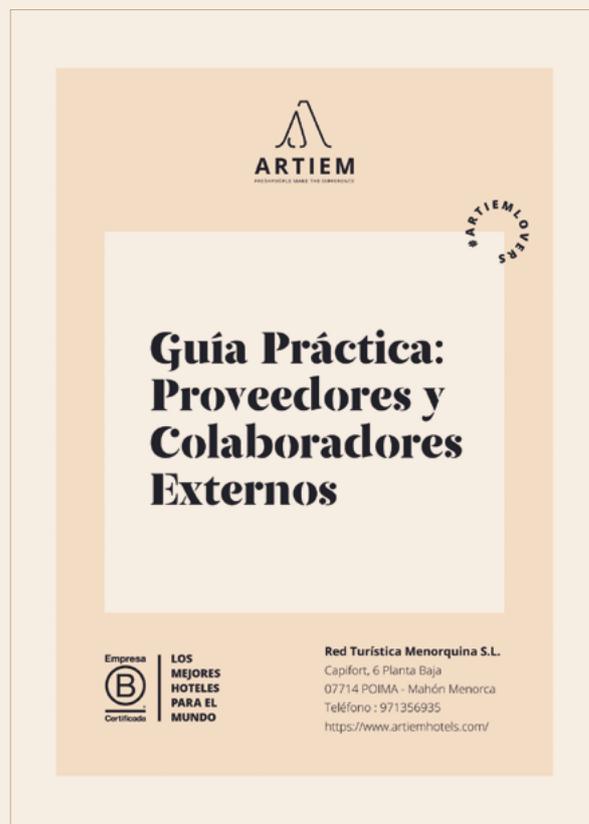


C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Acercándonos a nuestra cadena de valor

En 2023 lanzamos nuestra Guía Práctica para Proveedores y Colaboradores de ARTIEM, en la que resumíamos brevemente nuestra filosofía, así como nuestros principios éticos y de respeto por las personas y el entorno que consideramos deben estar presentes en nuestra cadena de valor.

Con el fin de mejorar el conocimiento de esta cadena de valor, en 2024 creamos un nuevo formulario de alta de proveedores y colaboradores en el que, además de preguntarles sus datos fiscales y bancarios, solicitamos información sobre su compromiso y desempeño a nivel de gobernanza, sociedad y medioambiente. Todo este conocimiento nos permite adquirir mayor responsabilidad sobre el impacto que tenemos más allá de las instalaciones de ARTIEM y sensibilizar a nuestros colaboradores sobre la necesidad de hacer las cosas cuidando a todos sus *Stakeholders*.



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



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN APORTAM DURANTE 2024

Aportam no es solo un proyecto: es una filosofía que representa una firme declaración de intenciones. Nace con la ambición de impulsar un cambio cultural profundo, empezando por algo tan cotidiano y poderoso como la alimentación. Queremos demostrar que, al elegir lo que comemos con conciencia, podemos cuidar de nuestra salud, proteger el entorno natural y contribuir a la prosperidad de nuestra comunidad. Al hacerlo, nos sentimos más felices porque sabemos que formamos parte de algo más grande que nosotros mismos.

Creemos que la alimentación es una herramienta transformadora. Y esa convicción se inspira en la idea de que la felicidad también tiene que ver con perseguir un propósito que trasciende lo individual.

Este primer año de implementación de Aportam ha sido ilusionante, pero también exigente. Hemos dado pasos importantes: contamos con una sólida base teórica -la Dieta de Salud Planetaria-, que orienta nuestras decisiones, y hemos puesto en marcha equipos interdisciplinarios que dan vida al proyecto desde diferentes áreas. Pero también hemos encontrado retos relevantes: trasladar el mensaje de forma clara y motivadora, integrar Aportam sin fricciones en la operativa diaria o materializar los cambios que nos gustaría a la velocidad deseada.

Somos conscientes de que necesitamos dedicar más tiempo, energía y recursos para consolidar este cambio. Aportam es un camino ambicioso, sí, pero creemos profundamente en su potencial. Seguimos avanzando con humildad, con ganas de aprender y con la convicción de que este proyecto puede marcar una diferencia real en nuestra forma de vivir, trabajar y alimentarnos en ARTIEM.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Información acerca del poder de nuestra alimentación para cuidarnos y cuidar del planeta	Elección de productos que cuidan de los ecosistemas	Proveedores alineados con nuestra filosofía
Fomento de la cultura de autocuidado a través de la alimentación	Reducción de las emisiones de CO2 debidas al transporte	Oferta ajustada a temporada y geografía implica menores pérdidas económicas debidas al desperdicio
Incorporación de la filosofía Aportam en la vida privada	Reducción del desperdicio alimentario	Liberación de tiempo improductivo destinado a acciones de valor
Reducción del desperdicio alimentario	Priorización de productos con certificados externos de bajo impacto medioambiental	Empoderamiento de la economía local y de proximidad
Protección de la cultura gastronómica local	Conservación del ecosistema local	Captación y retención de cliente objetivos

ODS / Objetivos de desarrollo sostenible





C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

3 / 4 Colaboraciones para un mayor impacto positivo en las personas

AMAQTEDU



En ARTIEM Madrid acogemos y damos visibilidad a los "Lienzos Vitales", obras creadas por personas en situación de vulnerabilidad. A través de su exposición y venta solidaria, impulsamos su desarrollo personal y reinserción, uniendo arte, inclusión y propósito.

Asociación Carlos Mir (Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca)



En sus talleres ocupacionales elaboraron detalles artesanales para su clientela con parte del material que habíamos donado. Asimismo, se donó el fee simbólico de 2.000 € recaudado de los puestos del mercadillo de Navidad.

Asociación DaleCandELA



Durante la ARTIEM Half Menorca colaboramos dando visibilidad a la ELA y recaudamos fondos para su investigación. Por cada persona que finalizó la prueba, ARTIEM donó 1 €, alcanzando un total de 450 €.

Asociación Española contra el Cáncer



Vitrinas solidarias en nuestros hoteles con venta de productos para recaudar fondos.

ASPANOB



Recaudación de fondos a través de iniciativas como los mercadillos solidarios previos a la apertura de los hoteles de temporada.

Cáritas Diocesana



Habitación Solidaria, participaciones para la lotería de Navidad (376 €) y donación para la DANA.

Cena benéfica en La Caprichosa (Menorca)



Contribución a la cena benéfica de recaudación de fondos para asociaciones de personas y familias con espectro autista de Menorca (TEA Menorca y la Asociación de familias y amigos por la salud mental de Menorca).

Club Marítimo de Mahón



Condiciones especiales de alojamiento y patrocinio para apoyar la disciplina de vela clásica, una tradición deportiva histórica.

Cruz Roja



Donación de material.



C 3 / NUESTRO IMPACTO EN LAS PERSONAS

Fundació Impulsa Balears



Somos parte del Patronato y participamos en las jornadas de trabajo que organizan en ámbitos como el diseño e implementación de una industria turística circular en Baleares.

Fundación Capitalismo Consciente



Nuestra colaboración se fundamenta en ceder nuestras instalaciones del hotel Artiem Madrid para realizar sus eventos y jornadas.

Fundación Hospital Isla del Rey (Menorca)



Continuamos colaborando con este proyecto de preservación de un entorno de especial importancia para la historia de la isla, que además integra a personas en riesgo de exclusión social. Este año se hizo una donación de 5.000 €, de los cuales 3.000 suponen la donación anual a la fundación y los 2.000 € adicionales contribuyen a sufragar un evento conmemorativo del antiguo hospital británico.

Moments a Cor



Condiciones especiales de alojamiento para el profesor externo que cada año dirige un taller formativo en esta agrupación musical. El objetivo es contribuir a fomentar la cultura musical entre la juventud menorquina.

Parkinson Jovellanos



Colaboramos con la asociación entregando un bono regalo para disfrutar de una experiencia en el hotel ARTIEM Asturias.

RAITANA



Recaudación de fondos a través de la vitrina solidaria y eventos. Además, de forma periódica, invitamos a sus usuarios a disfrutar en nuestras instalaciones de una tarde de spa.



4.

Nuestro Impacto en los clientes



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

La satisfacción del cliente como pilar estratégico en ARTIEM

Medir la satisfacción de nuestros clientes no es una simple práctica operativa, sino una herramienta estratégica que está profundamente alineada con nuestro propósito de inspirar felicidad a las personas. Conocer lo que piensan, sienten y necesitan las personas que se alojan en ARTIEM nos permite mejorar de forma continua y diseñar experiencias memorables que reflejen nuestra esencia y nuestros valores.

Un sistema de escucha activo, diverso y riguroso

Nuestro enfoque se basa en un sistema de escucha estructurado y multicanal. Utilizamos ReviewPro, una plataforma de gestión de reputación online que nos proporciona valoraciones cualitativas, un índice de satisfacción cuantitativo y comparativas con nuestro conjunto competitivo (*compset*). Esta herramienta nos ofrece una visión general de la experiencia del cliente, nos ayuda a identificar tendencias y a orientar nuestras acciones de mejora.

Además, en ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos complementamos esta visión con un sistema de encuestas presenciales que realizamos desde 1998 a través de una empresa colaboradora. Este método garantiza una tasa de respuesta del 90% entre los clientes presentes, lo que nos permite detectar necesidades, resolver problemas en tiempo real y provocar momentos *wow* antes de que finalicen su estancia.

A esta escucha activa, se suma la evaluación periódica de un *Mystery Guest*, una persona auditora que visita de incógnito nuestras instalaciones para analizar el cumplimiento de nuestros protocolos de servicio desde una perspectiva externa e imparcial. Esta combinación de fuentes nos proporciona una visión completa y precisa de la experiencia que ofrecemos.

Objetivos alineados con la excelencia y el propósito

En ARTIEM, establecemos un objetivo global de satisfacción superior a 9 sobre 10 porque está demostrado que la verdadera fidelización se genera a partir de ese nivel. Cada uno de nuestros hoteles define también sus propios objetivos específicos y los adapta a su realidad operativa.

Este compromiso con la excelencia no es exclusivo del equipo directivo, sino que forma parte de la cultura de toda la organización. Por ello, toda la Freshpeople tiene integrada en su retribución variable una parte vinculada al nivel de satisfacción alcanzado. De esta forma, reforzamos la implicación y la responsabilidad compartida en la creación de experiencias extraordinarias.



Queremos que las personas que se alojan en ARTIEM se conviertan en ARTIEM Lovers.



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

La satisfacción como ventaja competitiva y motor de innovación

Mantener un alto nivel de satisfacción y reputación no solo es coherente con nuestro propósito, también es estratégico para una empresa como ARTIEM porque nos permite:

Medir el impacto real de nuestro propósito de inspirar felicidad.

Impulsar la mejora continua y la innovación en todos los niveles.

Fortalecer nuestra visibilidad y posicionamiento en plataformas clave y motores de búsqueda.

Escuchar la voz de nuestra clientela, una fuente valiosa de información, a la vez que un recordatorio constante de por qué hacemos lo que hacemos.

Inspirar felicidad, escuchar con intención.

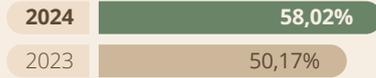
Medir la satisfacción de nuestra clientela es mucho más que recopilar datos, es una expresión de nuestro compromiso con las personas. Nos ayuda a escuchar con intención, actuar con empatía y evolucionar con propósito.

Gracias a este enfoque, construimos relaciones duraderas, generamos valor sostenible y nos mantenemos fieles a lo que somos: una empresa que pone a las personas en el centro y busca dejar una huella positiva en cada experiencia vivida.

Estos son los resultados obtenidos durante 2024:

Tasa de ocupación media

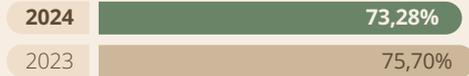
ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid





C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

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

ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos

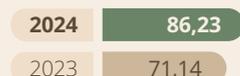


ARTIEM Madrid



REVPAr Medio (ingresos medios por habitación) (Euros)

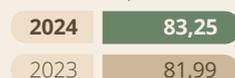
ARTIEM Asturias



ARTIEM Audax



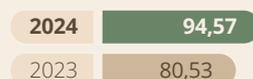
ARTIEM Capri



ARTIEM Carlos



ARTIEM Madrid



Gill y Paul forman parte de nuestra historia eligiéndonos desde hace más de 30 años. En la imagen, junto a Ana, directora del hotel.



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

VALORACIÓN

A modo de resumen, podemos decir que en 2024 los cinco establecimientos han logrado o superado el objetivo global marcado de ARTIEM. Además, cuatro de ellos han superado sus propios objetivos.

También hemos alcanzado un posicionamiento de liderazgo en cada uno de nuestros destinos, donde nuestros hoteles se sitúan entre los 10 mejor valorados, según las opiniones de los clientes en Tripadvisor.

PROYECTO EXCELLENCE

El Proyecto EXCELLENCE se inició en junio de 2024 y se extenderá hasta junio de 2025. Su objetivo principal es impulsar la excelencia en la gestión hotelera mediante el desarrollo e implementación de una solución tecnológica centrada en la experiencia del cliente (Customer Experience - CX). A través de tecnologías como el Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN), Big Data e inteligencia de negocio, se busca alinear procesos, servicios y equipos humanos en torno a la mejora continua de la satisfacción del huésped.

La iniciativa está liderada por un consorcio formado por tres cadenas hoteleras con amplia trayectoria en el sector, junto con la empresa tecnológica UX Hoteles, responsable del desarrollo de la plataforma Jaippy. Las entidades participantes son:

ARTIEM Hotels (Menorca, Madrid y Asturias), gracias a nuestro posicionamiento en el sector en materia de liderazgo con propósito y por ser la primera cadena B Corp de Europa, asumimos el rol de líderes del proyecto

Hotel Gran Bilbao, con presencia en Bilbao, Burgos y Valladolid, se caracteriza por su enfoque innovador, su apuesta por el arte y la implicación activa de su equipo humano.

Hotel Inglaterra, con más de 160 años de historia en Sevilla, destaca por su compromiso con la calidad y la personalización de la experiencia del cliente.



Presentación del proyecto Excellence en el TIS Sevilla.



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

El proyecto se estructura en torno a tres pilares estratégicos, que están liderados por cada una de las cadenas hoteleras:

1 ARTIEM Hotels Conocimiento y segmentación del cliente

Identificación del perfil óptimo de huésped a partir de valoraciones y datos de comportamiento.

2 Hotel Gran Bilbao Gestión de recursos humanos orientada a la CX

Alineación de los equipos internos con el objetivo común de mejorar la experiencia del cliente mediante el uso de indicadores de desempeño.

3 Hotel Inglaterra Reposicionamiento y mejora de la calidad

Análisis de valoraciones para detectar áreas de mejora y medir el impacto de las acciones correctivas implementadas.

Además, el proyecto incorpora criterios de sostenibilidad ambiental, entre los que se incluye la medición de consumos energéticos por huésped mediante tecnologías IoT.

Se espera que el impacto del Proyecto EXCELLENCE se traduzca en una mejora sostenida de la experiencia del huésped, un mayor compromiso y motivación del personal. También se busca fortalecer la competitividad y reputación de los hoteles participantes, así como impulsar una hotelería más personalizada, eficiente, sostenible y centrada en las personas.

Este proyecto cuenta con el apoyo financiero de la Unión Europea a través de los fondos **Next Generation EU**.



**Financiado por
la Unión Europea**
NextGenerationEU



**Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia**



EXCELLENCE no solo busca mejorar los resultados de las entidades participantes, sino también contribuir a la transformación del sector hotelero español hacia un modelo más competitivo, responsable y centrado en el bienestar de las personas.



C 4 / NUESTRO IMPACTO EN LOS CLIENTES

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Escucha activa de las necesidades de nuestra clientes	Conocer el impacto que tienen en los clientes nuestras medidas de protección medioambiental	Posicionamiento de nuestros establecimientos que refuerza nuestro modelo de negocio
Fidelización clientes	Obtención de datos para mejorar el desempeño medioambiental de cada estancia maximizando la satisfacción del cliente	Alianzas para maximizar la innovación
Mejora de la motivación y compromiso de los equipos		Conexión con clientes objetivos

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible





5

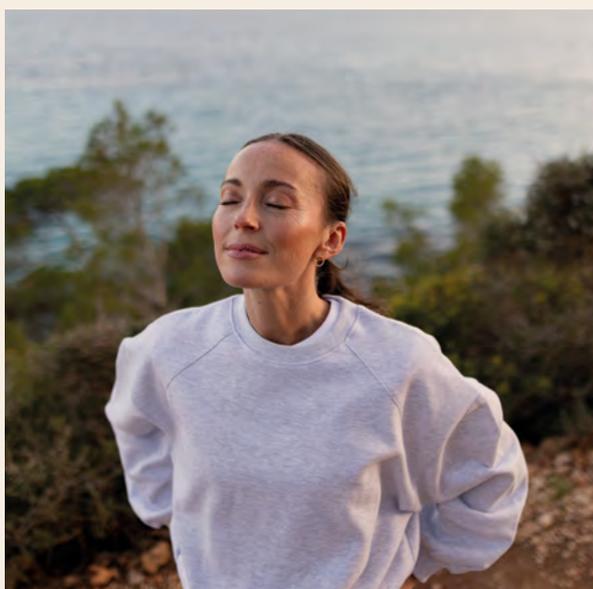
Nuestro Impacto en el medioambiente



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 1 Reducción de nuestra huella de CO₂: QUEREMOS AIRE LIMPIO

La reducción de la huella de carbono de nuestras operaciones es nuestra forma de contribuir activamente a la lucha contra el cambio climático y el calentamiento global. Pero ante todo supone una manera tangible de cuidar algo tan esencial como el aire limpio para nuestras comunidades y para las comunidades de las empresas con las que trabajamos.



Reducir nuestra huella es ganar más momentos para respirar a pleno pulmón.

Nuestro enfoque se estructura en dos líneas de acción: por un lado, la reducción de las emisiones directas (alcance I y II), que son aquellas generadas por nuestras propias instalaciones y por las empresas que nos suministran energía; y por otro, la reducción de las emisiones indirectas (alcance III), derivadas de actividades relacionadas con nuestra clientela, colaboradores y proveedores.

Actualmente centramos nuestros esfuerzos en el primer ámbito, a través del proyecto 8/80, y cada año seguimos avanzando en la medición y disminución del segundo, con el objetivo de construir una cadena de valor cada vez más sostenible y responsable.

PROYECTO 8/80

El proyecto 8/80 engloba nuestros esfuerzos hacia la descarbonización de la empresa y cuenta con acciones orientadas a reducir un 80% nuestra huella de carbono en 8 años desde 2018. El año 2024 fue un período continuista en el que seguimos monitorizando, gestionando y disminuyendo nuestras emisiones. Por el momento, no trabajamos la reducción mediante compensación.

El capital invertido en el proyecto 8/80 en estos 5 años asciende a 1.200.000 €, donde destaca la instalación en este último año de las placas fotovoltaicas en ARTIEM Madrid y la transformación de la sala técnica de ARTIEM Capri para lograr la eliminación del gas destinado a calentar la ACS (agua caliente sanitaria).

Este ambicioso proyecto abarca los siguientes ámbitos:



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Fotovoltaica



	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 2023 (kWh)	48.810	45.086	53.660	41.222	17.480	NA
Generación fotovoltaica 2024 (kWh)	89.006	47.970,38	41.841,95	37.630	16.883,53	24.150
Diferencia 2024 - 2023	40.196	2.884,38	- 11.818,05	-3.592	-596,47	24.150

Eficiencia energética en nuestras habitaciones

Con el objetivo de optimizar el consumo energético de nuestras habitaciones sin renunciar al confort y la satisfacción de quienes se alojan en ellas, 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
- Sustitución de ventanales
- Control de suministros
- Domotización: aplicada a instalaciones diferentes como son los equipos de climatización general de los hoteles, salas técnicas térmicas de generación de ACS (agua caliente sanitaria), equipos de control de piscinas y spas así como a las habitaciones a medida que se van reformando.

Mejora de la climatización de ARTIEM Madrid

ARTIEM Madrid ha modificado en 2024 la climatización de la planta baja para mejorar la fiabilidad del servicio. Con anterioridad, existía un sistema VRV (sistema de aire acondicionado por Volumen de Refrigerante Variable) que consumía electricidad y utilizaba en su sistema gases efecto invernadero (CFC, clorofluorocarbonos). Para garantizar el confort en el área de recepción, se han instalado climatizadores agua-aire que funcionan aprovechando el sistema de climatización por fancoils de las habitaciones. De este modo, es posible optimizar la climatización de la planta baja cuando el clima de habitaciones está en funcionamiento, evitando así la necesidad de activar el sistema VRV.

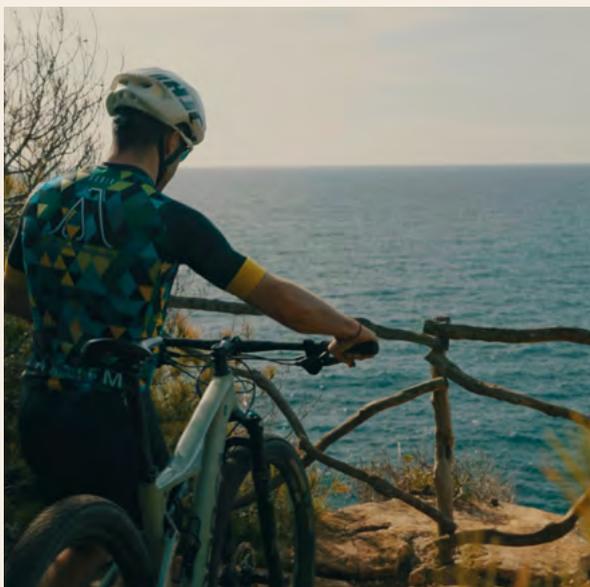


C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Descarbonización de la generación ACS y calentamiento de los vasos termales – Colaboración con Baxi

En ARTIEM Capri pusimos en marcha un proyecto piloto en colaboración con la empresa Baxi, mediante el cual eliminamos el uso de gas propano para calentar el agua caliente sanitaria (ACS) y los vasos termales del spa. Lo hicimos gracias a una innovadora bomba de calor de Baxi, capaz de elevar la temperatura del agua hasta 80 °C sin utilizar gases CFC como refrigerante, lo que evita la emisión de CO₂. Uno de los grandes hitos del proyecto fue su instalación sin necesidad de interrumpir el servicio. Esta iniciativa marca un paso clave hacia un modelo más sostenible y escalable, que podrá replicarse en otros hoteles ARTIEM.

Es importante destacar en esta iniciativa que Baxi está monitorizando los resultados para poder perfeccionar el sistema y comercializarlo a larga escala.



Apostamos por facilitar una movilidad más respetuosa con el entorno.

Apuesta por proveedores de proximidad

Nuestra política de priorización de proveedores de proximidad refleja nuestro compromiso con la prosperidad económica local, pero también nos ayuda a reducir las emisiones de CO₂ procedentes de nuestra cadena de valor. Debido a la descentralización de nuestras instalaciones, así como a la insularidad de tres de nuestros centros, esta apuesta supone un gran reto para nuestra área de compras.

En 2024 invertimos 5.122.367,02 € en productos y servicios de proveedores locales, lo que representa un 69% de nuestro gasto total durante ese año.

Iniciativas anteriores que siguen en marcha

Agua recién microfiltrada: seguimos utilizando agua recién microfiltrada en nuestros espacios de restauración y zonas comunes de los hoteles para reducir el consumo de botellas de plástico, su transporte, gestión y almacenamiento, además de disminuir la generación de residuos.

Por ejemplo, gracias a la instalación de fuentes en los pasillos de ARTIEM Audax, durante 2024 hemos evitado el consumo de 52.111 botellas de agua de 1l por las personas usuarias de este hotel.

Bombas de recuperación de calor del sistema de climatización para calentar parte del agua sanitaria de los hoteles.

Cargadores de vehículos eléctricos para facilitar y fomentar la movilidad eléctrica, tanto entre nuestra vecindad como entre nuestros clientes.

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



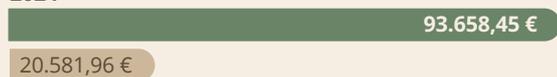
	ARTIEM Asturias	ARTIEM Audax	ARTIEM Capri	ARTIEM Carlos	ARTIEM Madrid
Cargadores instalados	3 cargadores	1 (carga media doble)	1 (carga media doble)	1 (carga media doble)	1 (carga toma lenta)
Energía suministrada 2023 (kWh)	ND	926,56	207,30	265, 59	800,24
Energía suministrada 2024 (kWh)	ND	1.775	193,50	56,15	1.981

Fomento del turismo de proximidad

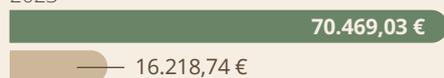
Con el objetivo de fomentar el turismo de proximidad dentro de la región, ofrecemos a las personas residentes en Asturias e Islas Baleares un código de descuento de hasta el 25% para poder disfrutar de estancias en los hoteles de sus respectivas regiones.

Ingresos netos

2024

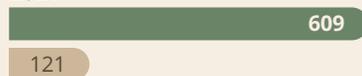


2023



Noches disfrutadas

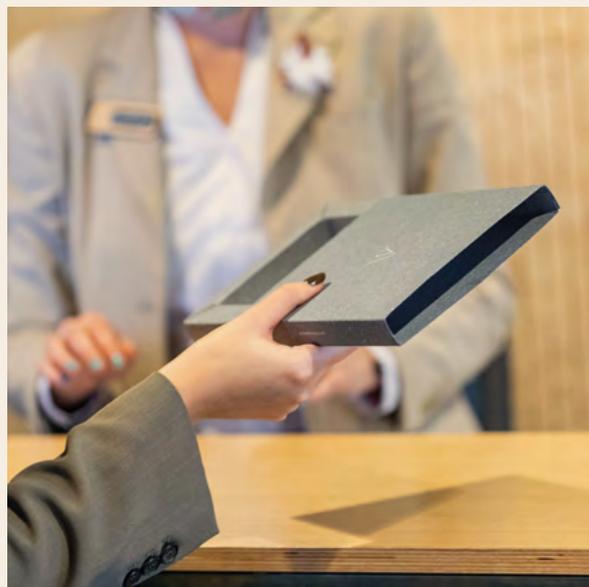
2024



2023



Islas Baleares Asturias



Los bonos regalo impulsan nuestro turismo de proximidad, acercando experiencias únicas a quienes tenemos más cerca.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

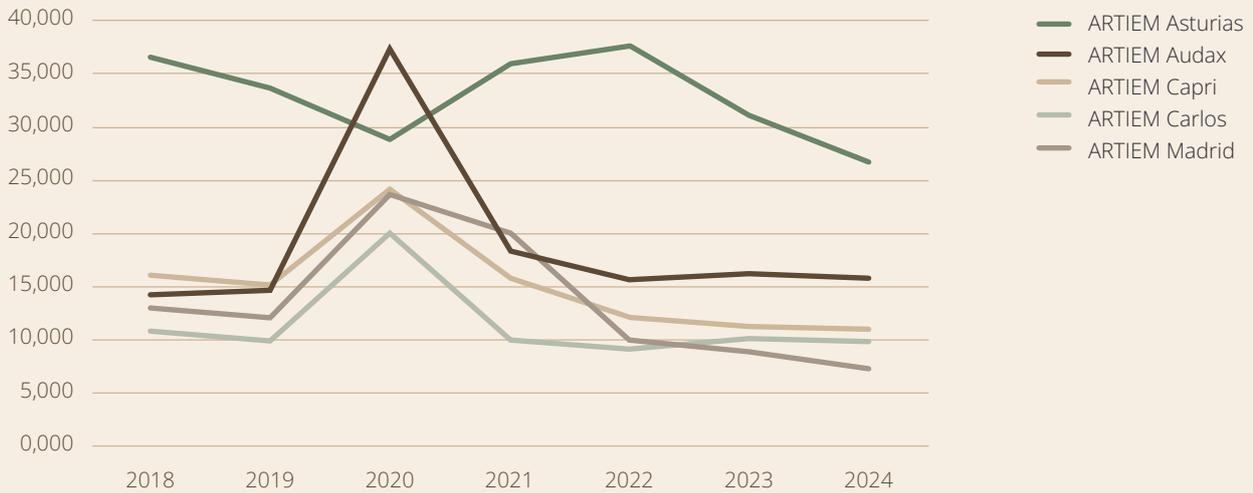
Monitorización y seguimiento del consumo de energía (electricidad, gas y gasoil)

Consideramos esencial medir el consumo de nuestros suministros para tomar decisiones que nos ayuden a hacer un consumo más eficiente e inteligente de estos. Estos son nuestros últimos resultados: estancias en los hoteles de sus respectivas regiones.

NOTA

Los consumos de los hoteles de temporada (ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos) son anuales.

Consumo KWh por estancia





C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



ELECTRICIDAD	Consumo total (Kilovatios / hora)		Consumo por estancia ¹¹ (Kilovatios / hora)		Objetivo por estancia (Kilovatios / hora)
	2023	2024	2023	2024	2024
ARTIEM Asturias	396.455	396.982	31,029	26,649	25,504
ARTIEM Audax	1.450.022	1.446.627	16,89	16,36	14,52
ARTIEM Capri	422.006	408.821	11,514	11,210	14,00
ARTIEM Carlos	320.742	307.330	10,935	10,457	9,862
ARTIEM Madrid	286.741	250.717	8,958	7,216	11,911



GAS	Consumo total (Litros)		Consumo por estancia (Litros)		Objetivo por estancia (Litros)
	2023	2024	2023	2024	2024
ARTIEM Asturias	33.926	45.992	2,66	3,09	2,66
ARTIEM Audax	10.670	12.460	0,12	0,14	0,12
ARTIEM Capri	37.500	31.033	1,02	0,85	1
ARTIEM Carlos	1.884	1.890	0,38	0,30	0,06
ARTIEM Madrid	32.534	34.677	1,02	1	0,74



GASOIL	Consumo total (Litros)		Consumo por estancia (Litros)		Objetivo por estancia (Litros)
	2023	2024	2023	2024	2024
ARTIEM Asturias	NA	NA	NA	NA	NA
ARTIEM Audax	17.047	6.175,05	0,20	0,07	0
ARTIEM Capri	NA	NA	NA	NA	NA
ARTIEM Carlos	11.631	9.401,10	0,38	0,32	0,36
ARTIEM Madrid	NA	NA	NA	NA	NA

¹¹ Estancia: número de personas alojadas por noche



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

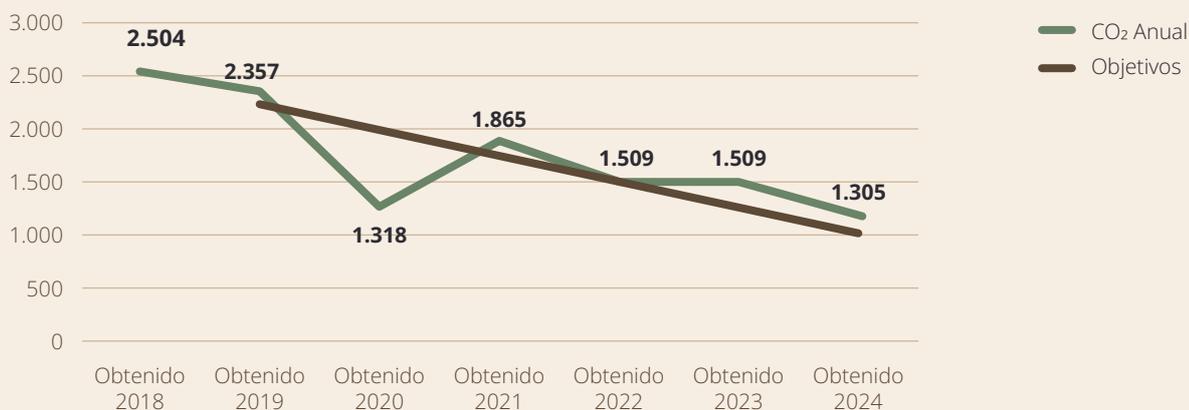
Monitorización y seguimiento de generación de emisiones de CO₂

Nuestro consumo energético de 2024 se traduce en las siguientes emisiones de CO₂ (alcance I – II):



EMISIONES DE CO ₂	Total emisiones de CO ₂ (Toneladas de CO ₂)		Emisiones de CO ₂ por estancia (Kilogramos)		Reducción 2024 vs 2018 (%)	Objetivo 2024 (- 60% vs 2018)
	2018	2024	2018	2024		
ARTIEM Asturias	379,08	197,77	36,07	13,28	47,83	151,63
ARTIEM Audax	1.144,07	621,58	14,56	7,03	47,20	457,63
ARTIEM Capri	407,91	210,49	13,31	5,77	48,40	163,16
ARTIEM Carlos	274,29	145,36	9,89	4,95	47,01	109,71
ARTIEM Madrid	298,81	146,75	10,82	4,22	50,66	119,53
ARTIEM	2.504,15	1.321,95	14,34	6,48	47,89	1.001,66

Evolución de emisiones CO₂ ARTIEM





C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO DEL PROYECTO 8/80 DURANTE 2024

Durante 2024 se han conseguido avances importantes en la reducción de emisiones de los hoteles. Todos ellos han logrado el objetivo parcial anual de reducción del 10% respecto a 2023, tal y como se puede apreciar en la tabla adjunta. El motivo por el que no se ha alcanzado el objetivo de reducción del 60% respecto a 2018, establecido en el proyecto 8/80, se debe a que en años anteriores no se cumplió el objetivo anual del 10%. Para 2025 será necesario revisar el objetivo del proyecto 8/80, de forma que los indicadores que se planteen sean SMART¹².

Además, trabajaremos con los distintos equipos en formación y concienciación, así como en la puesta en marcha de pequeños planes de acción con buenas prácticas.



VARIACIÓN EMISIONES DE CO₂ 2024 vs 2023

	ARTIEM Asturias	ARTIEM Audax	ARTIEM Capri	ARTIEM Carlos	ARTIEM Madrid
Var CO₂ 2024 vs 2023 (%)	-10,11	-11,41	-11,96	-12,84	-23,26
Total ARTIEM 2024	-12,88				

¹² Objetivos SMART: Specific (específico), Measurable (medible), Achievable (alcanzable), Relevant (relevante) y Time-bound (temporal).



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Sensibilización de Freshpeople y clientes	Energía de fuentes renovables en sustitución de combustibles fósiles	Beneficios económicos y mejora de la reputación
Orgullo de pertenencia	Fomento de la movilidad sostenible	Mejora del posicionamiento en materia ESG
Fomento de la cultura de innovación		Reducción de costes en consumo de energía. Para el 2024 fueron 480.000 €, que habríamos tenido de sobrecoste en el caso de no haber reducido el CO ₂
Cuidando del planeta, cuidamos de las personas		Empoderamiento de la economía local y de proximidad
Mantenemos o mejoramos el confort de nuestros clientes		

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible



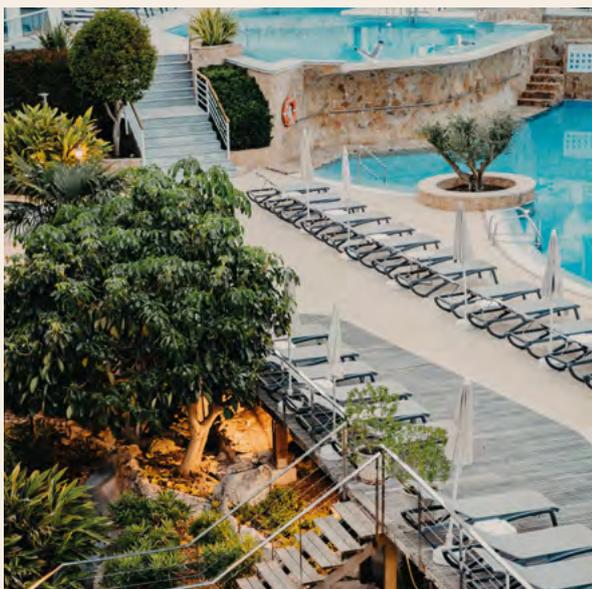


C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 2 Gestión responsable del ciclo del agua: CADA GOTA CUENTA

Nuestro origen menorquín nos enseña a coexistir con el agua y a ser conscientes de que se trata de un recurso tan preciado como vulnerable, del cual depende nuestra supervivencia. Estas lecciones implícitas a nuestro carácter isleño guían nuestro plan de acción y nos permiten ir más allá en aquellas ubicaciones donde generalmente la disponibilidad de agua está más que garantizada.

Nuestra vida y la de todo lo que conocemos es agua, por ello debemos protegerla y no darla por garantizada.



Del tren de lavado a la piscina y el jardín: así cerramos el triple ciclo del agua en ARTIEM Audax.

Equipo de protección Antical – ARTIEM Capri

Este proyecto, desarrollado con el equipo Biocat de la empresa Watercryst, quedó en suspensión a cierre de 2024. La solución implementada prometía reducir la cantidad de sal, sin embargo, se detectaron acumulaciones de cal en instalaciones críticas. El objetivo de este equipo era modificar la estructura de la cal para evitar su precipitación en la red. De cara a 2025, se plantea reactivar el sistema y usar los intercambiadores de calor como indicadores para hacer el seguimiento de la posible precipitación de cal. En el caso de que la solución no funcione, se finalizaría la colaboración.

Agua ozonizada

Aunque en ARTIEM Capri y ARTIEM Carlos contamos con un equipo para la limpieza diaria en cada departamento de pisos, aún no se ha detectado una reducción en el consumo de productos químicos, uno de los objetivos que perseguíamos. El sistema no ha funcionado correctamente en el tren de lavado de los restaurantes de ambos hoteles.

"Ecoactions" (concienciación en el cambio de sábanas y toallas y del uso del agua en el baño):

Desde hace años tenemos instalada señalética para reducir el consumo de agua y productos químicos derivado de su lavado que invitan a los clientes a reflexionar sobre la real necesidad de un cambio de lencería.

Priorizamos en nuestros espacios verdes plantas autóctonas y alóctonas que han conseguido adaptarse al clima y al terreno para reducir las necesidades de riego.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Mayor eficiencia hídrica de las habitaciones

Buscamos reducir el consumo de agua de las habitaciones, pero preservando la satisfacción de las personas que se alojan en ellas. Para ello, llevamos años implementando acciones de mejora a través de diferentes iniciativas:

En todos los hoteles:

- Cisternas de doble descarga en WC
- Filtros reductores de caudal en lavabos y duchas
- Consumo de duchas efecto lluvia de 9 l/min
- Habitación testigo para monitorizar los consumos:

En proceso de generalización para todos los hoteles:

- Grifos monomando "eco" con giro acotado
- 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.

Krivaku y el triple ciclo del agua¹

Este sistema inteligente de cintas transportadoras de menaje, que ya mencionamos, también es el perfecto ejemplo de proyecto de triple impacto positivo porque nos ayuda a reducir residuos al permitirnos reaprovechar un antiguo tren de lavado y disminuir el consumo de productos químicos. Asimismo, implementamos el "triple ciclo del agua" para poder dar tres vidas a cada gota procedente del rechazo de la osmosis del tren de lavado.

NOTA

Los consumos de los hoteles de temporada (ARTIEM Audax y ARTIEM Carlos) son anuales.

Monitorización y seguimiento del consumo de agua



AGUA	Consumo total (Litros)		Consumo por estancia (Litros)		Objetivo por estancia (Litros)
	2023	2024	2023	2024	2024
ARTIEM Asturias	5.695.502	7.011.802	445,76	470,69	326,13
ARTIEM Audax	22.838.000	29.768.000	266,07	336,56	216,58
ARTIEM Capri	6.158.540	6.300.880	168,03	172,77	184,15
ARTIEM Carlos	6.113.450	5.944.750	183,91	191,55	185,00
ARTIEM Madrid	4.886.000	5.169.000	152,64	148,77	143,65
ARTIEM	45.536.492	54.194.432			



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN LA GESTIÓN EFICIENTE DEL AGUA 2024

Durante 2024 hemos observado una tendencia general al alza en el consumo de agua de nuestros hoteles, entre un 2,7% y un 5%. Aproximadamente, el 80% de este recurso se consume en los baños de las habitaciones, es decir, se trata de un uso privado de cada cliente. Sin embargo, no hemos conseguido bajar este indicador a pesar de todas las medidas disponibles implantadas. En cambio, el resto de los consumos generales de los hoteles, como son las zonas comunes, restauración, spa o piscinas, se han mantenido dentro de los parámetros esperados. Con vistas a 2025, nos centraremos en nuevos proyectos de reducción del consumo de agua, donde se incluyen sistemas de reutilización, instalación de equipos que consumen menos agua, Por último, cabe señalar que el incremento en el consumo de agua por estancia en ARTIEM Audax se debe a una fuga en el aljibe general del hotel, que fue detectada durante la temporada y cuya reparación no fue posible hasta el cierre del hotel. Estimamos que esta fuga supuso una pérdida de 1.837m³, de manera que, en caso de que no hubiera ocurrido esta fuga, el consumo de agua sería de 27.930.500 litros, lo que supone 315,78 litros / estancia, en lugar de los 336,56 litros / estancia obtenidos. Esta situación anómala nos ha de servir para coger conciencia de la importancia que tiene la inspección periódica de las instalaciones, así como su correcto estado de mantenimiento y conservación.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Concienciación sobre el consumo de agua entre la Freshpeople y los/las huéspedes	Disminución del consumo de agua para preservar las reservas hídricas	Reducción de costes asociados al consumo de agua
Fomento de la innovación tecnológica para hacer un uso eficiente del agua	Disminución del consumo de productos químicos y menores riesgos asociados	Liberación del tiempo de gestión de compras y aprovisionamiento
Preservación de las especies autóctonas		

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible





C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

5 / 3 Economía Circular: CADA MATERIAL ES UN TESORO

TRANSITANDO HACIA UN MODELO CIRCULAR

Uno de los mayores actos de amor y respeto por nuestra vida es cuidar de nuestro planeta y para ello es primordial evitar agotar los recursos que nos proporciona la Tierra. Integrar la circularidad en nuestro día a día nos obliga a considerar cada producto como un tesoro, desde el momento en que se produce hasta que termina su vida útil y debe desecharse. Por ese motivo, con nuestras decisiones y acciones debemos hacer lo posible por elegir productos duraderos y reemplazables, de modo que, con el cuidado adecuado, su vida útil se alargue al máximo.



ARTIEM x SCØNE: De microplásticos recuperados a bandejas con propósito.

"Recicla con Corazón" - Charity box para Cáritas

Esta iniciativa, ya mencionada, está en fase de evaluación y si los resultados son positivos se ampliará a los demás hoteles de Menorca para fomentar una contribución sencilla y significativa al bienestar de la comunidad local. Por el momento, no se ha efectuado ninguna recogida.

Bandejas y cubos de ARTIEM x SCØNE

Este proyecto nace con el objetivo de proporcionar una segunda vida a residuos mediante la creación de piezas de diseño para nuestras habitaciones con un triple impacto: apoyar la artesanía local, cuidar el medioambiente y promover una inversión duradera. Inspirados por la pregunta de cómo devolver algo al entorno que nos ha dado tanto, colaboramos con Scøne Design, una marca de artesanía de Menorca. La propuesta de valor es transformar los microplásticos de las playas de la costa menorquina, que fueron recogidos por equipos de personas voluntarias, y antiguos recipientes de jabón de ARTIEM en objetos resistentes y útiles, como bandejas y elementos funcionales para las habitaciones del hotel ARTIEM Audax. Las piezas buscan concienciar sobre la necesidad de reinventarnos para proteger la belleza de nuestro planeta, y de hacerlo desde nuestro poder como individuos.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Acciones Rebuild/Reaprovechamiento de material

Cada año y antes de realizar cualquier nueva compra o reforma en nuestros hoteles, intentamos reutilizar el material que se traslada de un sitio y colocarlo en otro, siempre que las condiciones lo permitan. En 2024 realizamos estas acciones:

Los suelos laminados procedentes de la reforma de las habitaciones y los muebles del hotel ARTIEM Audax se emplearon para reformar la residencia de la Freshpeople. También se aprovechó parte del mobiliario para las oficinas del hotel y de la oficina central.

Se creó un gimnasio en la Residencia "Yuma" de la Freshpeople con las máquinas que se retiraron en perfecto estado de los hoteles ARTIEM Audax y ARTIEM Capri.

Las butacas de las habitaciones de ARTIEM Audax se trasladaron para las habitaciones de ARTIEM Capri.

Algunos cabezales de las camas de las habitaciones reformadas de ARTIEM Audax se reaprovecharon para una decoración de paneles retroiluminados en la escalera principal de ARTIEM Capri.

Las pantallas de las lámparas de las habitaciones reformadas de ARTIEM Audax se utilizaron como repuestos en aquellas habitaciones de ARTIEM Carlos que necesitaban una mejora.

Visitas al Área de Gestión de Residuos de Menorca "Milà"

En septiembre de 2024, dos grupos de personas de la Freshpeople visitaron la planta de residuos de Milà (Menorca) para conocer de cerca el proceso de segregación y el recorrido que siguen los residuos en la instalación. Tras una breve explicación sobre el funcionamiento de la planta y su modelo de trabajo, se realizó una visita guiada por sus diferentes áreas. Además, fue posible analizar la forma de trabajar, basada en un enfoque LEAN alineado con nuestro objetivo en ARTIEM.

Sesiones formativas y de concienciación de Economía Circular

En ARTIEM queremos que nuestra Freshpeople entienda y practique la economía circular, tanto en su vida profesional como personal. Por eso, en 2024 lanzamos la formación "Pequeños gestos para un mundo sin residuos". Esta iniciativa está también alineada con el proyecto Aportam, que busca dar valor a los alimentos durante todo su ciclo y reducir su desperdicio.

La formación abarca, desde conceptos básicos sobre economía circular y sus diferencias con la economía lineal, hasta la importancia de la correcta segregación de residuos, el compostaje y los beneficios de participar activamente en el proceso. También incluimos ejemplos prácticos que posibiliten a cada persona identificar áreas de mejora, tanto en su vida privada como en el trabajo.

Durante el pasado año formamos a 181 personas en todos los hoteles y oficinas ARTIEM mediante sesiones presenciales en Madrid, Asturias, Audax, Carlos y Capri.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Donación de material

A lo largo del 2024, tras reorganizar los espacios de nuestros centros de trabajo y recibir diferentes solicitudes por parte de varias asociaciones de apoyo a personas con diferentes necesidades, hemos donado:

- Un armario para archivadores a la Cruz Roja de Es Mercadal (Menorca)
- 70 colchones y bases de cama a Cáritas Menorca
- 70 almohadas para Down Madrid

A la Asociación Carlos Mir (Fundació per a persones amb discapacitat de Menorca):

- Cojines y almohadas tanto para los pisos de los usuarios, como para los talleres ocupacionales.
- Plaids para que pudieran emplear el tejido en sus talleres ocupacionales. De este tejido salieron las decoraciones y los detalles navideños para los clientes y la Freshpeople.
- 3 televisiones para la sala de formación del centro.
- Folletos antiguos para que pudieran hacer manualidades con ellos (sobres).

Historias atemporales:

Revista Fresh People Mag 2016

En 2016 editamos la revista Fresh People Mag, que incluía reportajes muy alineados con la filosofía de ARTIEM y cuyo contenido seguía muy vigente a pesar del paso de los años.

Por este motivo, en 2024 decidimos sacar el stock de revistas que teníamos almacenado y añadimos una pegatina que explicaba que sus historias eran atemporales a pesar de que las ediciones eran antiguas. Así, con un pequeño gesto, logramos dar una segunda vida a ejemplares que, de otro modo, habrían acabado en la basura.



Adornos navideños elaborados por la Asociación Carlos Mir a partir de antiguos plaid de ARTIEM



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Iniciativas anteriores que siguen en marcha

En 2016 editamos la revista Fresh People Mag, que incluía reportajes muy alineados con la filosofía de ARTIEM y cuyo contenido seguía muy vigente a pesar del paso de los años.

Por este motivo, en 2024 decidimos sacar el stock de revistas que teníamos almacenado y añadimos una pegatina que explicaba que sus historias eran atemporales a pesar de que las ediciones eran antiguas. Así, con un pequeño gesto, logramos dar una segunda vida a ejemplares que, de otro modo, habrían acabado en la basura.

Prensas para cartón y plástico: en los hoteles de Menorca seguimos utilizando estos equipos para optimizar el almacenaje de estos residuos, así como su logística por parte de la empresa gestora.

Amenities de baño: ofrecemos artículos de higiene y cuidado personal bajo petición en todos nuestros hoteles, excepto el establecimiento 5* ARTIEM Asturias. Los productos que entregamos están fabricados a partir de material medioambiental preferibles.

Reducción de papel "con sentido": seguimos avanzando en la digitalización para reducir el uso innecesario de papel en nuestro día a día. No obstante, somos conscientes de que el papel tiene un valor insustituible en ciertos contextos, por ejemplo, con personas con menores habilidades digitales o para mejorar la accesibilidad al mensaje. Nuestro enfoque es usarlo con criterio, por ello, todo el papel que empleamos cuenta con certificaciones medioambientales que garantizan su origen responsable. Así, equilibramos eficiencia, sostenibilidad y accesibilidad.

Política de compras: seguimos fieles a nuestro propósito de priorizar la elección de productos con bajo impacto medioambiental, como los que se presentan a granel o cuentan con certificaciones medioambientales.

Mercadillo solidario en favor de ASPANOB: organizamos un mercadillo solidario con el objetivo de dar una segunda vida a los objetos y materiales retirados de nuestra operativa y destinar el dinero recaudado a ASPANOB.

Más información en el apartado de Equidad



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

Registro de segregación de residuos



RESIDUO ORGÁNICO	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos)		Objetivo 2024 (Kilogramos)
	2023	2024	2023	2024	2024
ARTIEM Asturias	7.048	10.048	0,695	0,756	ND
ARTIEM Audax	17.606	33.418,21	0,109	0,378	0,253
ARTIEM Capri	4.001	3.897	0,207	0,107	0,112
ARTIEM Carlos	8.818	7.324,80	0,306	0,254	0,409
ARTIEM Madrid	3.639	3.989,41	0,113	0,115	0,128
ARTIEM	41.112	48.629,42	0,286	0,291	0,194



RESIDUO ENVASES	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos)	
	2023	2024	2023	2024
ARTIEM Asturias	ND	ND	ND	ND
ARTIEM Audax	2.755	4.807,80	0,03	0,05
ARTIEM Capri	999	1.223,30	0,03	0,03
ARTIEM Carlos	630	870	0,02	0,03
ARTIEM Madrid	ND	800,49	ND	0,03
ARTIEM	4.384	7.701,59	0,03	0,04



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE



RESIDUO PAPEL Y CARTÓN	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos)	
	2023	2024	2023	2024
ARTIEM Asturias	ND	ND	ND	ND
ARTIEM Audax	9.450	14.726	0,11	0,17
ARTIEM Capri	592	1.925,13	0,05	0,05
ARTIEM Carlos	1.269	1.527,72	0,04	0,02
ARTIEM Madrid	ND	547,94	ND	0,05
ARTIEM	11.311,00	18.726,79	0,07	0,10



RESIDUO VIDRIO	Total (Kilogramos)		Generado por estancia (Kilogramos)	
	2023	2024	2023	2024
ARTIEM Asturias	ND	ND	ND	ND
ARTIEM Audax	ND	16.366	ND	0,19
ARTIEM Capri	2.382	3.386,91	0,09	0,09
ARTIEM Carlos	3.540	3.270	0,12	0,08
ARTIEM Madrid	ND	2.650,12	ND	0,08
ARTIEM	5.922	25.673,03	0,11	0,14

El aumento de la cantidad de residuos en ARTIEM Audax y ARTIEM Asturias responde a factores específicos: en ARTIEM Audax se debe a una mejora en los procesos de segregación y control; por su parte, en el caso de ARTIEM Asturias, se produce por una mayor afluencia al restaurante de clientes no asociados a estancias. El resto de los centros se mantienen dentro del objetivo o mejoran respecto al año anterior, lo que refleja una evolución positiva en la gestión.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

REFLEXIÓN SOBRE EL DESEMPEÑO EN ECONOMÍA CIRCULAR 2024

Durante este año, no solo buscamos que la circularidad no se limitase a alargar la vida útil de los materiales, sino que también intentamos que nuestras acciones concienciasen sobre la necesidad de repensar nuestros ámbitos de consumo y su impacto de en el medioambiente, así como en nuestra forma de vida. En esta línea, destacamos el proyecto con Scøne Design o la realización de mercadillos solidarios.

Si bien es cierto que siguen existiendo grandes retos, como son la mejora de los procesos de medición de residuos en nuestros hoteles y la concienciación de la Freshpeople, también creemos que la innovación juega un papel fundamental para satisfacer nuestras necesidades sin perjudicar al entorno.



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

IMPACTO EN NUESTRO ENTORNO Y EN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

PERSONAS	PLANETA	ECONOMÍA
Sensibilización y formación sobre cambio climático, economía circular y segregación de la Freshpeople	Reducción de la contaminación derivada por la gestión de residuos	Gestión más eficiente de las compras y transparencia en la relación con los proveedores
Orgullo de pertenencia	Consumo de materiales con certificación medioambiental	Liberar tiempo improductivo para destinarlo a acciones de valor
Colaboración y sinergia con colaboradores alineados a nuestros valores	Contribución a una comunidad más circular	Menor coste en adquirir productos nuevos al apostar por la reparación y reutilización
Implicación de la Freshpeople		
Colaboración con asociaciones sociales apostando por un modelo más circular		

ODS
Objetivos de desarrollo sostenible

<p>1 </p> <p>FIN DE LA POBREZA</p>	<p>2 </p> <p>HAMBRE CERO</p>	<p>3 </p> <p>SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>4 </p> <p>EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>8 </p> <p>TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>9 </p> <p>INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>10 </p> <p>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	<p>11 </p> <p>CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>
<p>12 </p> <p>PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	<p>13 </p> <p>ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>14 </p> <p>VIDA SUBMARINA</p>	<p>15 </p> <p>VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p>	<p>17 </p> <p>ALIANZAS PARA CONSEGUIR LOS OBJETIVOS</p>			



C 5 / NUESTRO IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

COLABORACIONES PARA UN MAYOR IMPACTO POSITIVO EN EL MEDIO AMBIENTE

Blue Island Diving (Menorca)



Apoyo en la organización de la recogida de Cala Galdana con motivo del Día de los Océanos.

0 Plastic Menorca Expedición



Para la recogida de plástico en la costa menorquina:

- Aportación económica a esta asociación medioambiental
- ARTIEM Carlos como base para la expedición, formación y cribado del material recogido
- Condiciones especiales de alojamiento para las personas voluntarias que asisten a la expedición
- Impacto ambiental: recolección de más de 5.000 piezas de microplásticos y un total de 315 kg de macroplásticos
- Impacto cultural: colaboración con artesanos locales para incorporar microplásticos en sus creaciones artísticas
- Impacto en el entorno social: concienciación e implicación de un total de 25 personas voluntarias en 2024

Proyecto europeo Sprint



Para la reducción del desperdicio alimentario, conformado por las entidades Innovasturias, Asociación de Investigación de Industrias de la Carne del Principado de Asturias (ASINCAR), Centro de Investigación en Economía y Desarrollo Agroalimentario (CREDA)- Univ. Politécnica de Catalunya e Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (IRTA), CIS Robotics y ABBAmobile. Además, desde CREDA llevaron a cabo una cuantificación de este desperdicio alimentario en dos de nuestros hoteles.

Trebaluger Equine Rescue Centre



Vitrinas Solidarias y la participación en el mercadillo navideño de ARTIEM Capri con la venta de artículos propios.



6

Rentabilidad: la consecuencia de un modelo de gestión con nuestro propósito



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

6 / 1 Cuentas Anuales Auditadas



INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los Socios de RED TURÍSTICA MENORQUINA, S.L.:

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de RED TURÍSTICA MENORQUINA, S.L., que comprenden el balance al 31 de diciembre de 2024, 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 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 al 31 de diciembre de 2024, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio 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.

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 periodo 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 éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esos riesgos.



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



Reconocimiento de Ingresos

El proceso de reconocimiento de ingresos descrito en la Nota 4.i) de la memoria adjunta es objeto de especial atención en la auditoría, al objeto de verificar que la cifra de ingresos de la Sociedad esté adecuadamente soportada. Derivado del riesgo inherente de fraude, consideramos como un aspecto relevante de la auditoría que los ingresos se registren como consecuencia de transacciones efectivamente realizadas dentro del periodo auditado.

Nuestros principales procedimientos de auditoría incluyeron, entre otros, los siguientes:

- Evaluación del sistema de control interno sobre el proceso de reconocimiento de ingresos.
- Pruebas analíticas: hemos llevado a cabo procedimientos analíticos sustantivos sobre los ingresos obtenidos.
- Circularización de clientes: obtención de confirmaciones externas para una muestra de clientes con saldos pendientes de cobro realizando, en su caso, procedimientos de comprobación alternativos mediante verificación del cobro posterior o documentación soporte justificativa de la prestación del servicio.
- Análisis de los ingresos devengados pendientes de facturar al cierre del ejercicio.

Otra información: Informe de gestión

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión del ejercicio 2024, 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 2024 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

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.



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



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.

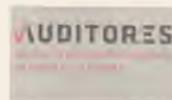
Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error 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.

En el Anexo I de este informe de auditoría se incluye una descripción más detallada de nuestras responsabilidades en relación con la auditoría de las cuentas anuales. Esta descripción que se encuentra en la página siguiente es parte integrante de nuestro informe de auditoría.

PKF ATTEST Servicios Empresariales, S.L.
Inscrita en el ROAC con el N° S1520

Sonia Velilla
Inscrita en el ROAC con el N° 18.631

20 de junio de 2025



PKF ATTEST SERVICIOS
EMPRESARIALES, S.L.

2025 Núm. 01/25/20525

VALOR CORPORATIVO 96,00 EUR

MEMBRAS EN SU SUJETOS DE LA RED



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



CLASE 8.ª



OP5608308



RED TURÍSTICA MENORQUINA, S.A.					
BALANCES AL 31 DE DICIEMBRE DE 2024 Y 2023					
(euros)					
ACTIVO	2024	2023	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	2024	2023
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO NETO		
Intangible (Nota 5)			Fondos propios (Nota 13)		
Desarrollada	1.139	1.139	Capital suscrito	1.076.241	1.076.241
Aplicaciones informáticas	166.481	89.246	Prima de emisión	1.630.426	1.630.426
167.620	90.385				
Intangible material (Nota 6)			Reservas		
Terrenos y construcciones	6.546.499	6.735.438	Reserva legal	315.248	215.248
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material	4.501.631	3.877.499	Otras reservas	6.942.739	5.279.214
	11.048.130	10.612.937		7.157.987	5.494.462
Inversiones en empresas del grupo a largo plazo (Nota 3)			Resultados de ejercicios anteriores	-	(349.182)
Instrumentos de patrimonio	2.911.923	263.876	Resultado del ejercicio (Nota 3)	2.577.769	2.827.237
Inversiones financieras a largo plazo (Nota 9)			(Dividendo a cuenta)	-	(155.209)
Instrumentos de patrimonio	33.676	37.876	Subvenciones, donaciones y legados recibidos (Nota 14)	182.150	13.535
Valores representativos de deuda	5.560	2.560			
Otros activos financieros	90.236	137.969	Total Patrimonio Neto	12.624.573	16.337.519
Activos por impuesto diferido (Nota 17)	57.494	57.494			
Total Activo No Corriente	14.231.403	11.162.461	PASIVO NO CORRIENTE		
ACTIVO CORRIENTE			Provisiones a largo plazo		
Existencia (Nota 11)			Obligaciones por prestaciones a largo plazo al personal (Nota 16)	128.945	128.945
Comerciales	223.136	211.450	Deudas a largo plazo (Nota 14)		
Anticipos a proveedores (Nota 9)	3.764	3.784	Deudas con entidades de crédito (Nota 15)	2.390.544	2.179.500
	226.924	215.244	Otros pasivos financieros	1.202	1.202
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar				2.191.746	2.180.702
Clientes por ventas y prestaciones de servicios a corto plazo (Nota 9)	469.665	383.571	Pasivos por diferencias temporarias (Nota 17)	544.359	525.566
Deudores varios (Nota 9)	-	3.974	Total Pasivo No corriente	2.865.150	2.835.213
Personal (Nota 9)	(82.065)	(70.474)			
Activos por impuesto corriente (Nota 17)	(2.652)	440.280	PASIVO CORRIENTE		
Otros créditos con las Administraciones Públicas (Nota 17)	345.537	176.317	Deudas a corto plazo (Nota 14)		
	331.889	823.688	Deudas con entidades de crédito (Nota 15)	952.585	842.641
Inversiones financieras a corto plazo (Nota 9)			Otros pasivos financieros	(28.634)	(28.955)
Valores representativos de deuda	87.687	389.554		923.951	813.686
Otros activos financieros	27.026	19.981	Acreciones comerciales y otras cuentas a pagar		
	114.713	409.535	Proveedores (Nota 14)	166.676	180.970
Periodificaciones a corto plazo (Nota 12)	160.047	176.461	Prestadores, empresas del grupo (Notas 14 y 18)	6.197	5.925
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes			Acreedores varios (Nota 14)	539.650	410.801
Tesorería (Nota 9)	2.688.559	2.393.527	Personal (remuneraciones pendientes de pago) (Nota 14)	55.898	73.715
			Pasivos por impuesto corriente (Nota 17)	244.787	-
			Otras deudas con las Administraciones Públicas (Nota 17)	309.144	283.630
			Anticipos de clientes (Nota 14)	414.243	300.390
				1.736.598	1.252.721
			Periodificaciones a corto plazo	1.757	1.757
Total Activo Corriente	3.926.623	4.078.435	Total Pasivo Corriente	2.602.303	2.868.164
TOTAL ACTIVO	18.152.026	15.240.896	TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	18.152.026	15.240.896

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



OP5608309



RED TURISTICA MENORQUINA, S.A.
CUENTAS DE PERDIDAS Y GANANCIAS CORRESPONDIENTES A LOS EJERCICIOS ANUALES
TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2024 Y 2023

(Euros)

	2024	2023
Operaciones Continuas		
Importe neto de la cifra de negocios (Nota 19)		
Ventas	21.151.253	19.446.126
Aprovisionamientos (Nota 19)		
Consumo de mercaderías	(1.941.856)	(1.923.947)
Consumo de materias primas y otras materias consumibles	(19.461)	(16.825)
Trabajos realizados por otras empresas	(5.029)	(996)
	(1.966.346)	(1.941.768)
Otros ingresos de explotación		
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente	32.519	22.997
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio	5.489	-
	38.008	22.997
Gastos de personal		
Sueldos, salarios y asimilados	(6.190.676)	(5.705.815)
Cargas sociales (Nota 19)	(2.218.524)	(2.021.355)
	(8.409.200)	(7.727.170)
Otros gastos de explotación		
Servicios exteriores	(5.571.224)	(5.147.332)
Tributos	(151.704)	(133.757)
	(5.722.928)	(5.281.089)
Amortización del inmovilizado (Notas 5 y 6)	(1.657.708)	(1.628.901)
Imputación de subvenciones de inmovilizado no financiero y otras	28.506	5.971
Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado		
Resultados por enajenaciones y otras	(15.497)	-
Otros resultados	298.576	285.386
Resultados de Explotación	3.744.664	3.181.552
Ingresos financieros		
De valores negociables y otros instrumentos financieros		
De terceros	58.837	41.169
Gastos financieros		
Por deudas con terceros (Nota 14)	(60.995)	(26.091)
Resultado Financiero	(2.158)	15.078
Resultado antes de Impuestos	3.742.506	3.196.630
Impuestos sobre beneficios (Nota 18)	(1.164.737)	(369.393)
Resultado del ejercicio procedente de operaciones continuadas	2.577.769	2.827.237
RESULTADO DEL EJERCICIO	2.577.769	2.827.237

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 2024



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 su 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	Objetivo	Peso KR		2023	Objetivo 2024	Cierre 2024	Cumplimiento
1	Situar el índice HF en 74	HF	74	25%	25%	73	74	70	No
2	Situar el GRI de todos los hoteles por encima del 92,75	GRI	5 de 6	25%	25%	3 de 6	5 de 6	5 de 6	Si
3	Nº de indicadores de cumplimos del ARTIEM Impact Index (AI+I)	AI+I	3 de 6	25%	25%	2 de 6	3 de 6	2 de 6	No
4	Mejorar nuestro BAIFEX/Ventas	BAIFEX/Ventas	18,0%	25%		16,2%	18%	17,61%	Si
	Mejorar nuestro FPVADED	FPVADED	70.000			66.025	70.000	71.595	Si

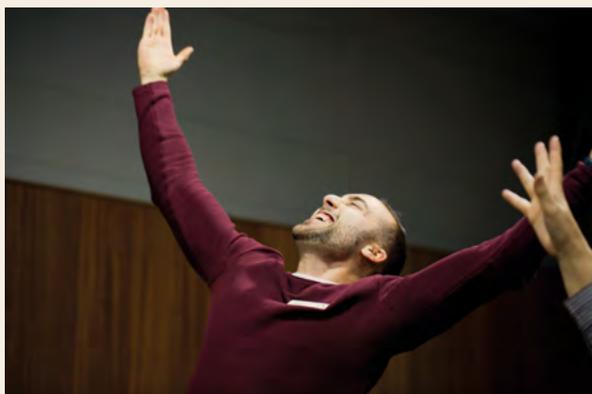


C 6 / RENTABILIDAD: LA CONSECUENCIA DE UN MODELO DE GESTIÓN CON NUESTRO PROPÓSITO

Los objetivos marcados para 2024 pueden verse en la anterior tabla, así como el grado de cumplimiento logrado.

Los resultados del año 2024 nos dejan un sentimiento agrídulce, en el sentido que hemos logrado los objetivos de satisfacción de clientes y financieros, pero tenemos que seguir trabajando en la satisfacción de nuestros equipos y en lo que denominamos Impacto Positivo. No es que estos dos últimos sean malos resultados, pero sí que están debajo del estándar que nos hemos fijado.

Con el propósito de evaluar el avance hacia nuestros objetivos estratégicos de 2024, hemos realizado un ejercicio de reflexión interna sobre los logros obtenidos y las áreas con margen de mejora. A continuación, se sintetizan los aprendizajes más relevantes en torno a los cuatro grandes objetivos planteados:



Alex, durante la Cumbre, refleja los valores de ARTIEM de pasión y alegría.

OBJETIVO I: Que todas las personas que trabajamos en ARTIEM podamos desarrollar todo nuestro potencial

Durante 2024 se han dado pasos importantes en el desarrollo de talento y la consolidación de una cultura organizacional centrada en el crecimiento de las personas. La formación de mandos intermedios, tanto en liderazgo como en coaching, ha sido bien valorada, así como la implementación de herramientas Lean, que han permitido fomentar una mentalidad de mejora continua. También destacan iniciativas como el *Welcome Back*¹³ y los nuevos espacios para la Freshpeople, que refuerzan el sentido de pertenencia.

Sin embargo, se identifican oportunidades claras de mejora en la coordinación entre áreas, la clarificación de roles organizativos y la planificación estratégica de recursos y acciones, especialmente en comunicación interna y en la implementación del Plan de Carrera. A ello, se suma la necesidad de ofrecer un mayor acompañamiento a los equipos autogestionados y de fortalecer la comunicación del propósito y de la cultura Lean dentro de la organización.

OBJETIVO II: Lograr que todos nuestros clientes sean ARTIEM Lovers

Hemos avanzado de forma significativa en conectar mejor con nuestros clientes desde la autenticidad de nuestros valores. La mejora en la comunicación offline y online, la participación en eventos relevantes, así como la actitud hospitalaria y motivación de nuestros equipos, han sido pilares clave para elevar la experiencia del cliente y reforzar nuestro posicionamiento de marca.

Aun así, persisten desafíos como mejorar la relación continua con la clientela recurrente, personalizar aún más la experiencia y asegurar que los productos y servicios comuniquen de forma clara aquello en lo que creemos. Se propone una mayor protocolización de procesos claves de experiencia y un enfoque más inspirador en los contenidos que comuniquen, no sólo destinos o necesidades, sino también valores compartidos con nuestros públicos objetivos.

¹³ Welcome Back: encuentro anual que reúne a las personas responsables de cada centro de trabajo, celebrado justo antes de la apertura de los hoteles de temporada.



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

OBJETIVO III: Impacto positivo como motor (Objetivos de Impacto)

El Impacto Positivo ha continuado siendo una línea estratégica fundamental. Hemos puesto foco en proyectos concretos de alto valor social y medioambiental, como alimentación consciente (Aportam), integración social, y reducción de residuos. Se ha mejorado la medición de algunos indicadores clave y se han fortalecido alianzas con partners para iniciativas con propósito. La figura del liderazgo en sostenibilidad también ha sido clave para mantener el foco en el avance.

Sin embargo, no se han alcanzado algunos de los objetivos marcados, especialmente en materia de reducción de CO₂ y consumo de agua. Se reconoce la necesidad de contar con un plan más detallado a medio plazo, además de seguir trabajando la visión de Impacto como una parte estructural de nuestro modelo de negocio. Es también prioritario ampliar la formación y la comunicación interna sobre lo que significa generar impacto, con el fin de convertirnos en multiplicadores que inspiren a clientes y comunidades.

OBJETIVO IV: Implementar la Cultura LEAN para hacer nuestra mandíbula más potente

La implementación de la Cultura Lean supone cambiar nuestra forma de pensar y actuar para lograr que las personas se centren en aquellas tareas y funciones que crean valor añadido. Esto significa que tenemos que eliminar todas aquellas que no lo crean, así como reducir al mínimo otras que no lo aportan, pero es necesario realizar. Esta filosofía, además de replantear procesos e implementar metodologías, supone cambiar nuestra actitud y forma de ver nuestra operativa. Este año hemos avanzado notablemente en la digitalización de procesos gracias a herramientas como las PowerApps y fortalecido la gestión comercial con mejores resultados en productividad y rentabilidad. También hemos lanzado campañas de marketing más creativas y efectivas con menos inversión.

Como áreas a fortalecer se identifican la necesidad de una mayor integración entre los promotores Lean y los equipos operativos, así como el desarrollo de competencias comerciales en los hoteles para maximizar la venta interna. También consideramos necesario revisar procesos interdepartamentales que puedan estar generando ineficiencias o frustraciones, además de seguir reforzando el conocimiento compartido sobre el concepto de valor en todas las áreas clave de la organización.

Este análisis conjunto nos permite reafirmar nuestra dirección estratégica, reconociendo tanto los avances logrados como los retos que aún debemos abordar. Con esta mirada crítica y constructiva, seguimos comprometidos con una evolución coherente con nuestros valores y orientada a generar un impacto positivo real y sostenible.



7

Movimiento B Corp



C 7 / MOVIMIENTO B CORP

En 2020 marcamos un hito al convertirnos en la primera cadena de hoteles de Europa y tercera del mundo en obtener la certificación como Empresa B Corp.

En 2023 nos recertificamos con 118.8 puntos, -35,6 más que en 2020-, lo que nos situó como una de las empresas con mayor puntuación a nivel global en ese momento.

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), 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.

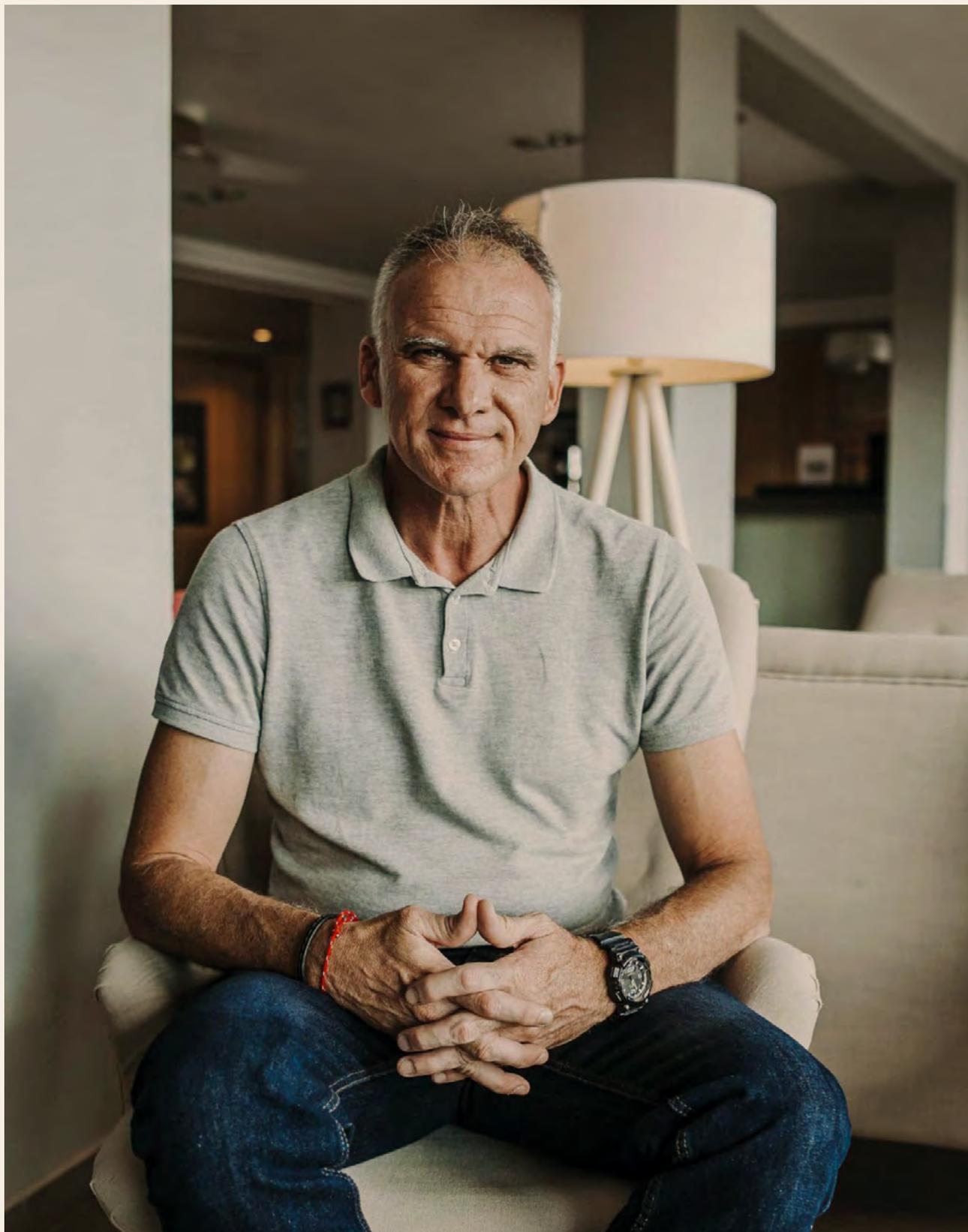


B Corp: un movimiento de empresas que quieren ser las mejores para el mundo.



C 7 / MOVIMIENTO B CORP

Atrevia		Colaboración con condiciones especiales de alojamiento.
Ferrer		Colaboración con condiciones especiales de alojamiento.
Flax & Kale		Participación en eventos vinculados al proyecto Aportam.
Hemper		Colaboración para merchandising y detalles para personas alojadas en nuestros hoteles.
Hijos de Rivera		Colaboración con condiciones especiales de alojamiento.
Igluu		Difusión de su revista de lifestyle consciente en nuestros hoteles.
Ocean 52		Distribución de su producto en nuestros hoteles.
Sheedo		Desarrollo de packaging con vaqueros reciclados y papel con semillas para el kit de regalo.
Triodos Bank		Cesión de habitación solidaria para apoyar proyectos de impacto a través de su plataforma de crowdfunding y condiciones especiales de alojamiento.



Guiem, una de las voces de la Freshpeople que llevan nuestra historia al mundo.



8

**¿Cómo lo contamos
al mundo?
Nuestro verdadero
Impacto**



C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO? NUESTRO VERDADERO IMPACTO

Nuestro impacto no se limita únicamente a las acciones y proyectos que desarrollamos para contribuir a un mundo mejor. Va mucho más allá.

Cada año, miles de personas se alojan en nuestros hoteles. Tienen la oportunidad de ver, vivir y sentir de primera mano lo que hacemos y, lo más importante, por qué lo hacemos. Este contacto directo con nuestra forma de entender la sostenibilidad y la creación de prosperidad para todos los stakeholders convierte cada estancia en una experiencia transformadora.

Todo ello nos brinda una oportunidad única de multiplicar nuestro impacto: inspirar a quienes nos visitan para que, al volver a su vida cotidiana, integren en su día a día prácticas y valores que nosotros consideramos esenciales. Así, nuestro compromiso no sólo mejora nuestro entorno inmediato, sino que también siembra semillas de cambio en la sociedad.

Además, gracias a la notoriedad que hemos construido a lo largo del tiempo, participamos activamente en eventos, foros y medios de comunicación, donde damos voz a nuestra visión y sumamos fuerzas con otras organizaciones y personas comprometidas. Este rol de altavoz nos permite amplificar la acción colectiva y contribuir a que el movimiento por un mundo más justo y sostenible llegue aún más lejos.

En definitiva, nuestro verdadero impacto reside en demostrar con hechos que otra forma de hacer empresa es posible y en inspirar a muchos otros a caminar en la misma dirección.



Restaurante Oliva, ARTIEM Audax. Inspiramos felicidad en cada estancia.



C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO? NUESTRO VERDADERO IMPACTO

8 / 1 Nuestra imagen al mundo

En 2024 seguimos fortaleciendo nuestra comunicación para convertirla en un reflejo fiel de nuestro propósito: inspirar un estilo de vida que inspire felicidad a las personas y tenga un Impacto Positivo. A través de nuestras redes sociales y colaboraciones con perfiles afines buscamos generar conversaciones que impulsen el cambio.

Para acercar nuestro mensaje, colaboramos con perfiles creadores de contenido comprometidos con causas alineadas con nuestros valores, entre los que se encuentran: @Climabar – Cambio climático (colaboradoras de Greenpeace), @Maria.abajo – Estilo de vida consciente y slow life; @Margomez – Divulgadora científica (Premio mejor creadora de contenido de ciencia 2024); @Soyveriveros – Sostenibilidad y zero waste; @JavierGascon – Filantropía

Impacto en visualizaciones:

- Contenido relacionado con sostenibilidad: 11.042.644 visualizaciones
- Contenido general desde @ARTIEMhotels: 66.114.777 visualizaciones

8 / 2 ARTIEM: Poc a poc

En el verano de 2024, lanzamos nuestra campaña estival bajo el lema "Poc a poc" como estilo de vida, donde invitábamos a nuestras personas huéspedes a elegir, no solo un destino, sino también una forma de estar, sentir y disfrutar.

"Dónde quieres estar" fue el concepto con el que abrimos la temporada, evocando ese instante de conexión plena con el presente. Lo llevamos más allá, al proponer un estilo de vida que nace de nuestra esencia menorquina y se extiende a todos nuestros destinos, donde invitábamos a vivir sin prisas, saborear los momentos reales y conectar con uno mismo, con el entorno y con los demás: vivir poc a poc.

No se trataba solo de una campaña visual o de mensajes, sino de una experiencia que impregnó cada rincón de nuestros hoteles y activó a toda la Freshpeople para hacerla realidad en cada interacción.

Esta campaña refleja que ninguna acción es aislada en ARTIEM: todo está conectado. Nuestra manera de trabajar, de acoger y de inspirar a las personas a ser felices va siempre de la mano de un impacto positivo en todo lo que nos rodea: personas, comunidades y entorno.



Tazas que representan el estilo de vida "poc a poc".



C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO? NUESTRO VERDADERO IMPACTO

8 / 3 Eventos y conferencias

Eventos y ponencias

- **Gala Anual RUSTICAE**
Participación en mesa redonda
Willy Díaz, Director de Operaciones
- **HIP - Horeca Professional Expo**
Ponencia
Victor Mayans, Director de Marketing
- **HOSTELCO Barcelona**
Ponencia
Victor Mayans, Director de Marketing
- **Escuela FORST**
Masterclass
Gabriela Aliaga, Directora de Personas y Bienestar
- **Escuela de Negocios San Telmo**
Ponencia sobre el modelo ARTIEM
Pepe Díaz, CEO
- **IE University**
Masterclass en el Programa Avanzado Real Estate & Hospitality
Pepe Díaz, CEO
- **XI Jornada de Turismo de Benidorm**
Ponencia
Gabriela Aliaga, Directora de Personas y Bienestar
- **HR Innovation Summit Madrid**
Ponencia
Gabriela Aliaga, Directora de Personas y Bienestar
- **II Congreso Turismo Sostenible**
Castilla-La Mancha
Ponencia
Victor Mayans, Director de Marketing
- **Forum eldiario.es**
Ponencia sobre sostenibilidad
Daniel Barquilla, Manager SSTT ARTIEM
Audax, y Guiem Sintés, Director de Calidad y Medioambiente
- **The Horeca Club**
Ponencia sobre robótica en hostelería
Daniel Barquilla, Manager SSTT ARTIEM
Audax, y Guiem Sintés, Director de Calidad y Medioambiente
- **Son Vell**
Charla sobre gastronomía menorquina
Pepe Díaz, CEO
- **Presentación del Proyecto Excellence**
Badajoz
Pepe Díaz, CEO
- **Presentación del Libro B Corp**
Alicante y Bilbao
Pepe Díaz, CEO y Willy Díaz, Director de Operaciones
- **Presentación de ARTIEM Hotels**
Centro Superior de Hostelería de Galicia
Mayte Collado, Administración Personas y Bienestar, e Icíá Fernández, Coordinadora de Impacto Positivo



C 8 / CÓMO LO CONTAMOS AL MUNDO? NUESTRO VERDADERO IMPACTO

Mesas redondas y participación institucional

- **Mesa de Turismo y Sostenibilidad**
Ayuntamiento de Madrid
Participación en la reunión de expertos
Willy Díaz, Director de Operaciones
- **Mesa debate Thinktur - Asamblea Anual**
Participación en mesa sobre innovación y sostenibilidad en turismo
Pepe Díaz, CEO
- **Mesa sobre buenas prácticas medioambientales**
Consell Insular de Menorca
Pepe Díaz, CEO
- **Mesa redonda sobre energías renovables**
Club Español de la Energía
Guiem Sintés, Director de Calidad y Medioambiente
- **Mesa redonda sobre humanización del turismo**
OTEA
Pepe Díaz, CEO
- **Mesa redonda "Conversa: Turismo y Sostenibilidad"**
Radio SER Menorca
Willy Díaz, Director de Operaciones
- **TIS Sevilla**
Participación en mesa redonda sobre innovación y digitalización hotelera
Pepe Díaz, CEO
- **Meeting Impulsa Banco Sabadell**
Mesa redonda sobre innovación en turismo
Pepe Díaz, CEO
- **II Congreso Internacional NMTO**
Mesa redonda sobre la Habitación Solidaria junto a Cáritas
Willy Díaz, Director de Operaciones

Proyectos, reconocimientos y menciones especiales

- **Jornadas Alianza del Agua**
Ponencia sobre la gestión sostenible del agua en zonas turísticas de Menorca
Guiem Sintés, Director de Calidad y Medioambiente
- **Ágora - Impulsa Balears**
Participación en la elaboración del primer roadmap circular de Balears
Icía Fernández, Coordinadora de Impacto Positivo
- **ITH Innovation Summit**
Mención especial por el 20º aniversario como "Compañía Hotelera Sostenible"
Pepe Díaz, CEO
- **Cáritas Diocesana**
Participación en reuniones del Plan Estratégico 2024-2027
Willy Díaz, Director de Operaciones
- **Traveling for Happiness**
Premio Impacto Social a la Habitación Solidaria
Willy Díaz, Director de Operaciones
- **Escuela de Turismo de Baleares Felipe Moreno**
Reconocimiento "Escudo de Oro" por la contribución al desarrollo del turismo
Willy Díaz, Director de Operaciones



9

Conclusión



C 9 / CONCLUSIÓN

De los valores, la educación y la formación recibidos de nuestra familia empresaria nace nuestra convicción de que la empresa tiene la responsabilidad de hacer que el legado recibido trascienda. Y trascender significa contribuir con nuestro trabajo diario a que el mundo sea un lugar mejor.

*De esta convicción surge nuestro Propósito: **"Inspirar a las personas a ser felices."***

Para hacerlo realidad, hemos definido una organización que combina dos dimensiones esenciales. Por un lado, la parte racional, que nos lleva a trabajar con sistemas de gestión sólidos y herramientas que garantizan eficiencia, competitividad y excelencia.

Pero sabemos que para inspirar felicidad necesitamos algo más que procesos bien diseñados: necesitamos un **sentido profundo**, un **para qué** que trascienda el resultado económico.

Ese algo superior son las grandes **urgencias planetarias**¹⁴-sociales y medioambientales- que podemos contribuir a mitigar o incluso eliminar a través de nuestra actividad.

Cuando unimos ambas dimensiones -la disciplina del modelo de gestión y el compromiso con un propósito mayor- sucede algo extraordinario: se crea un **círculo virtuoso**.

Un círculo virtuoso que nos permite:

- Generar impacto positivo en las personas, nuestros clientes y nuestros equipos.
- Proteger y regenerar el medio ambiente.
- Lograr resultados económicos que refuercen nuestra capacidad de seguir invirtiendo en este propósito.

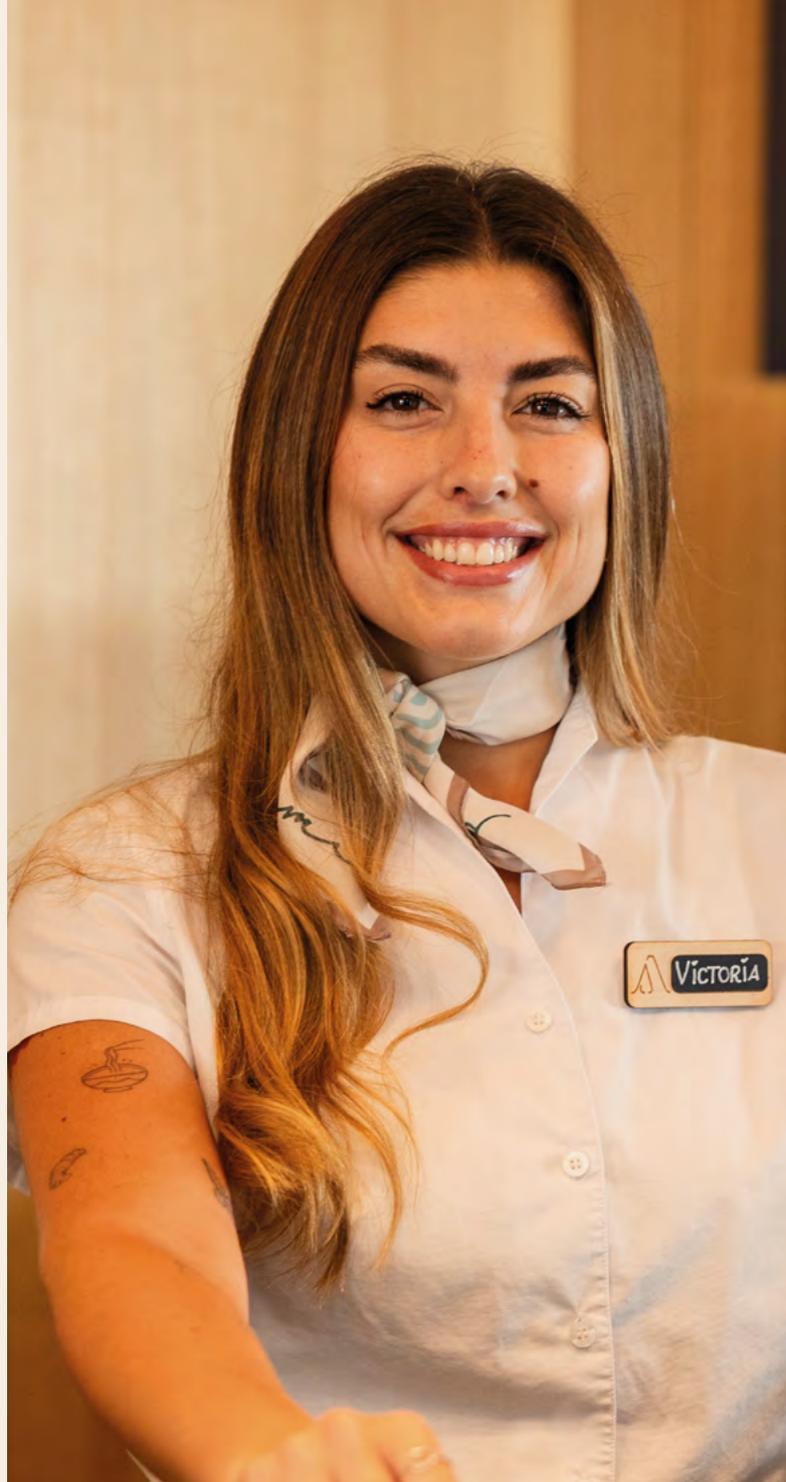
Así construimos un modelo que no solo es competitivo, sino que también es sostenible y duradero. Un modelo que demuestra que el éxito verdadero no consiste únicamente en crecer, sino en hacerlo de forma que el legado de quienes nos precedieron se proyecte hacia el futuro, creando prosperidad y bienestar para todos.



Círculo Virtuoso de ARTIEM



Freshpeople durante la Fiesta de Fin de Temporada 2024.



Empresa



Certificada

Somos la primera cadena hotelera de Europa en obtener la certificación de empresa B Corp