

nh | HOTEL GROUP
PART OF

MINOR
HOTELS

8

ESTRATEGIA DE
SUSTAINABLE
BUSINESS

Anantara Plaza Nice Hotel
Francia



ESTRATEGIA DE SUSTAINABLE BUSINESS



NH Hotel Group desempeña su actividad hotelera con la ambición de liderar el comportamiento responsable, creando valor compartido a nivel económico, social y ambiental allí donde está presente

La Compañía es consciente de los efectos de su actividad sobre el entorno, y trabaja para prevenir y anticiparse a posibles contingencias ambientales, así como para integrar la sostenibilidad en todos sus procesos, esforzándose por reducir sus impactos.

En NH Hotel Group, la lucha contra el cambio climático es un valor estratégico fundamental, y con el objetivo de avanzar en la definición de su estrategia climática, durante el 2022 se ha llevado a cabo un análisis para determinar cómo está la Compañía respecto a las recomendaciones del TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures) y cuáles serían los pasos a seguir para estar alineados con ello en 2023.

De cara a la ambición de operar en un mundo descarbonizado, NH Hotel Group redefinirá su objetivo de reducción de emisiones de carbono en toda su cadena de valor en un 20% para 2030, con el propósito de alinearlo con las ambiciones mundiales de mantener el aumento de la temperatura por debajo de 1,5 °C, para ello, NH Hotel Group ha creado el grupo de trabajo “SBT 2030”. La coordinación de este grupo de trabajo está dirigida por el Departamento de Sustainable Business, y en ella participan todas las áreas con un papel clave en la descarbonización de la empresa.

Modelo de Sustainable Business

NH Hotel Group transmite los derechos humanos, éticos y empresariales en su forma de trabajar en toda su cadena de valor: accionistas, clientes, socios, proveedores y empleados, promoviendo alianzas responsables a través de dos pilares: UP FOR PLANET y UP FOR PEOPLE. Siendo el decálogo y los pilares de las marcas de NH Hotel Group de la siguiente forma:

PRINCIPALES PILARES

UP FOR PLANET



PRODUCTOS SOSTENIBLES

Luchar contra el cambio climático y avanzar hacia la descarbonización, minimizando nuestra huella medioambiental al tiempo que desarrollamos hoteles más sostenibles mediante la rehabilitación de edificios.

PROCESOS Y ESTÁNDARES OPERATIVOS

Gestionar cuidadosamente los recursos con un enfoque de “4R”: Reducir - Reutilizar - Reciclar - Sustituir, dejando una huella residual.

COMPRAS SOSTENIBLES

Reforzar nuestra cadena de valor sostenible, dando prioridad a las asociaciones clave, los proveedores locales y las organizaciones responsables.

UP FOR PEOPLE



EMPLEADOS

Promover una cultura responsable para nuestros equipos, fomentando la diversidad, la ética y el bienestar.

CLIENTES

Promocionar un servicio excelente mediante soluciones sostenibles e innovadoras, al tiempo que educamos e implicamos activamente a los clientes en nuestros proyectos y compromisos.

COMUNIDADES

Apoyar a nuestros socios clave, creando un impacto social y ambiental positivo en las comunidades locales donde estamos presentes.

NUESTROS “ENABLERS”

DESEMPEÑO



CUMPLIMIENTO

Posición de liderazgo en las normas del sector (TCFD, SBT, S&P...)

Comunicación activa con las partes interesadas, divulgando información con rapidez y transparencia.

CERTIFICACIONES

Experiencias y soluciones transformadoras en materia de ASG avaladas por los principales socios expertos independientes, relevantes para nuestros grupos de interés.

PARTNERSHIPS



INDUSTRIA, GOBIERNO Y ONG'S

Papel destacado en el fomento de asociaciones y redes de hospitalidad.

EDUCACIÓN Y MEDIOS

Función de apoyo a universidades y medios de comunicación, proporcionando contenidos educativos y fomentando asociaciones clave.

GOBIERNO DE SUSTAINABLE BUSINESS

El Consejo de Administración de NH Hotel Group es responsable de supervisar la Estrategia de Sustainable Business, definida como uno de los pilares de la estrategia de la Compañía. Esta labor de supervisión y control se articula a través de dos Comisiones del Consejo de Administración:

- Por un lado, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo se encarga de hacer un seguimiento de los avances en la Estrategia de Sustainable Business.
- Por otro, la Comisión de Auditoría y Control es la encargada de evaluar cualquier asunto relacionado con los Riesgos, entre los que se incluyen los climáticos.

El Chief People and Sustainable Business Officer junto con el Chief Operations Officer son responsables de los aspectos ambientales y climáticos en el Comité de Dirección, y quienes validan la estrategia climática de la Compañía recogida en el modelo de Sustainable Business.

La dependencia de esta función coordinada ha recibido un nuevo impulso desde el 2 de octubre de 2020, momento en que el Chief Operations Officer fue nombrado miembro ejecutivo del Consejo de Administración.

Cabe destacar que, en mayo del 2022, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo aprobó la constitución del Comité Ejecutivo Sostenibilidad, como consecuencia de su concienciación sobre la alta importancia de la sostenibilidad y su papel como factor clave en el mercado.

Este comité tiene la función de apoyar al Consejo en su deber de supervisar la Estrategia de Sustainable Business, proporcionando los recursos necesarios para la consecución de los objetivos y metas en esta área. Para asegurar el cumplimiento del objetivo a largo plazo, la Compañía establece objetivos intermedios anuales cuyo seguimiento del cumplimiento y de las actuaciones para alcanzarlos, se realiza a través del Comité Ejecutivo de Sostenibilidad.

En cuanto a la gestión de la estrategia ambiental, NH Hotel Group cuenta con un Departamento Corporativo Sustainable Business que reporta al Chief People & Sustainable Business. Además, con el objetivo de prevenir y reducir los Riesgos e impactos ambientales, y de implantar los compromisos de la Compañía en esta materia, hay un trabajo coordinado entre equipos de distintas áreas, tanto a nivel corporativo como de unidad de negocio y hoteles.

La Compañía sabe que para alcanzar sus compromisos sostenibles es crucial involucrar a toda la compañía y materializarlo a través de un "Sustainable Mindset". Por ello, se han identificado aquellas áreas clave que deben trabajar conjuntamente y aunar esfuerzos para afrontar su ambición de estar preparada para operar en un mundo descarbonizado.

Siguiendo las recomendaciones del TCFD y como parte de este compromiso de descarbonización, desde 2022 la remuneración del CEO y del COO está vinculada a la consecución del objetivo anual de emisiones de carbono definidas en el "Plan SBT 2030". Además, todas las funciones clave responsables de activar las palancas de este Plan tienen objetivos incluidos en este sentido como parte de su remuneración variable.



Comité Ejecutivo de Sostenibilidad

La Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, en su reunión de fecha 12 de mayo de 2022, ha aprobado la creación de un comité ejecutivo sostenibilidad (“Comité de Sostenibilidad”) como consecuencia de su concienciación sobre la alta importancia de la sostenibilidad en el sector empresarial y su papel como factor clave en el mercado. Como evidencia del compromiso de la Compañía con el cumplimiento de los parámetros Ambientales, Sociales y de Gobernanza (“ASG”), dicho Comité está impulsado a promover todas las acciones e iniciativas que se lleven a cabo en dicho campo y a tomar las principales decisiones relacionadas.

Este comité tiene la función de apoyar al Consejo en su deber de supervisar la Estrategia de Sustainable Business, proporcionando los recursos necesarios para la consecución de los avances y la consecución de objetivos y metas en esta área. Además, es el órgano que debe informar al Comité de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo de los avances en la estrategia de Sustainable Business.

Adicionalmente, y en coordinación con el Comité Ejecutivo de Riesgos, debe validar el proceso de identificación y evaluación de los mapas de Riesgos ASG, incluyendo los mapas de Riesgos y oportunidades relacionados con el Clima. También es responsable de validar el plan de acción definido para minimizar los Riesgos identificados y maximizar el valor de las oportunidades. Por último, es el órgano encargado de presentar a la Comisión de Auditoría y Control el estado de ejecución de los planes de acción acordados.

El Comité Ejecutivo de Sostenibilidad está co-presidido por la Chief People and Sustainable Business Officer y la Chief Assets Officer, y compuesto por miembros de la Compañía de diferentes áreas clave con impacto directo en la estrategia de NH Hotel Group, pero también que represente la globalidad del grupo. Este Comité se reunirá periódicamente y cuantas veces se considere oportuno o necesario, fijando al menos cuatro reuniones al año. Durante 2022, el Comité Ejecutivo de Sostenibilidad se ha reunido en cuatro ocasiones.

NH Hotel Group, reconocida como una de las Compañías del sector más sostenibles del mundo

En 2022, NH Hotel Group ha participado por cuarta vez en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA) realizada por la agencia de inversión sostenible S&P Global. La evaluación genera un ranking mundial en desempeño sostenible de compañías de diferentes sectores.

NH Hotel Group se ha situado en cuarta posición del ranking, con respecto a las Compañías pertenecientes al Dow Jones Sustainability Index. Los compromisos en este campo han llevado a la Compañía a formar parte del Sustainability Yearbook 2023 que publica S&P Global.

Este resultado consolida a NH Hotel Group como una de las empresas referentes en sostenibilidad dentro del sector y avala la solidez de NH Hotel Group en el desempeño económico, ambiental y social.



Presencia de NH Hotel Group en índices y rankings de sostenibilidad

S&P Global

Top 10%
S&P Global ESG Score 2022
70 /100

NH Hotel Group ha conseguido el reconocimiento TOP10% como una de las empresas hoteleras más sostenibles del índice, tras ser evaluada por S&P Global, la agencia de inversión sostenible que evalúa a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index. Los compromisos en sostenibilidad han llevado a la Compañía a formar parte del Sustainability Yearbook 2023 que publica S&P Global.

Este resultado consolida a NH Hotel Group como una de las empresas referentes en sostenibilidad dentro del sector y avala la solidez de NH Hotel Group en el desempeño económico, ambiental y social.



FTSE4Good

Desde 2013, NH Hotel Group pertenece al índice FTSE4GOOD y renueva su presencia año tras año, gracias a la gestión responsable del negocio y las mejoras implementadas. El índice fue creado por la Bolsa de Londres para ayudar a inversores a integrar factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) en la toma de decisiones.



NH Hotel Group ha sido incluida por cuarta vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2023, siendo la única hotelera española de entre las 484 empresas incluidas en el índice.

La Compañía ha obtenido sus mejores resultados en el pilar de la igualdad salarial y paridad, gracias a sus políticas de compensación basada en la igualdad de género y en la lucha en contra de la brecha salarial. Esto ha permitido confirmar aspectos ya conocidos como la presencia positiva de mujeres en todos los niveles de responsabilidad de la Compañía.



Carbon Disclosure Project reconoce el trabajo de las principales Compañías globales en la lucha contra el cambio climático. En el último informe publicado en diciembre 2022, NH Hotel Group obtuvo una calificación B en su ranking anual. Con esta puntuación, NH Hotel Group ve una vez más reconocida su visión pionera de ubicar la sostenibilidad como un valor estratégico de la corporación, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década.



ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

El análisis de materialidad es clave en el proceso de gestión de la estrategia de Sustainable Business en NH Hotel Group. El análisis se actualiza anualmente y para ello, se identifican los principales Riesgos, prioridades y oportunidades relacionadas con asuntos ASG para la Compañía y el sector.

La materialidad de los asuntos viene determinada por la combinación de la actividad que NH Hotel Group realiza y los impactos que la Compañía genera en el entorno, la magnitud del impacto derivada de las particularidades de la localización en la que se realiza la actividad y la sensibilidad de aquellos grupos de interés receptores del impacto.

NH debe ser consciente de las peculiaridades de su actividad y los impactos que ésta genera.

NH debe adaptar su estrategia y gestión de impactos a los entornos en los que opera.

Los grupos de interés son los encargados de evaluar los impactos ocasionados en el entorno, contribuyendo con desarrollo de la compañía y con el bienestar de la sociedad.

El modelo de negocio de un sector de actividad determina las relaciones que tiene con sus capitales más relevantes y cómo son los procesos de transformación para la creación de valor.

Cada país o región tiene sus propios retos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales o legales, que influyen en la capacidad de crear valor de la compañía.



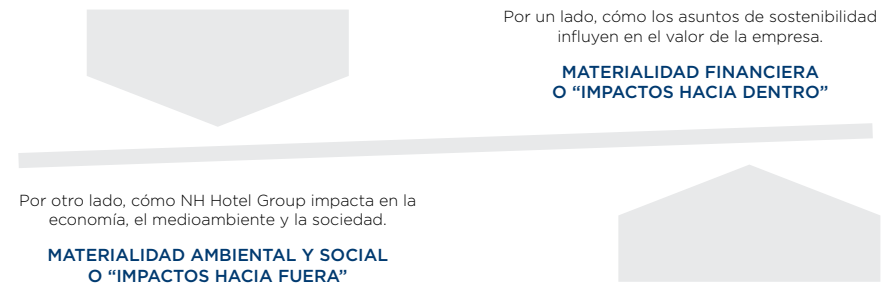
El nuevo concepto de doble materialidad

Como novedad, NH Hotel Group ha trabajado este último año para integrar la doble materialidad como parte de su estrategia, identificando los asuntos que tienen impacto en el valor de la Compañía, la sociedad y el medioambiente según publicó el 21 de abril de 2021 la Directiva de Informes de Sostenibilidad de la Unión Europea (CSRD).

Con ello se pretende dar respuesta a las expectativas de reguladores y supervisoras (CNMV) y a necesidades actuales y futuras de reporting regulatorio como son los estándares del Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD); el Sustainability Accounting Standards Board (SASB); el Consejo Internacional de Informes Integrados (IIRC) y el Global Reporting Initiative (GRI), entre otros.

El objetivo es determinar qué temas o subtemas de sostenibilidad son relevantes para la empresa y por lo tanto es necesario definir una información adecuada sobre los mismos, un asunto puede ser relevante desde el punto de vista de impacto ambiental o social, financiero o desde ambas perspectivas.

El proceso de determinación de la materialidad se tiene en cuenta:



Materialidad de impacto

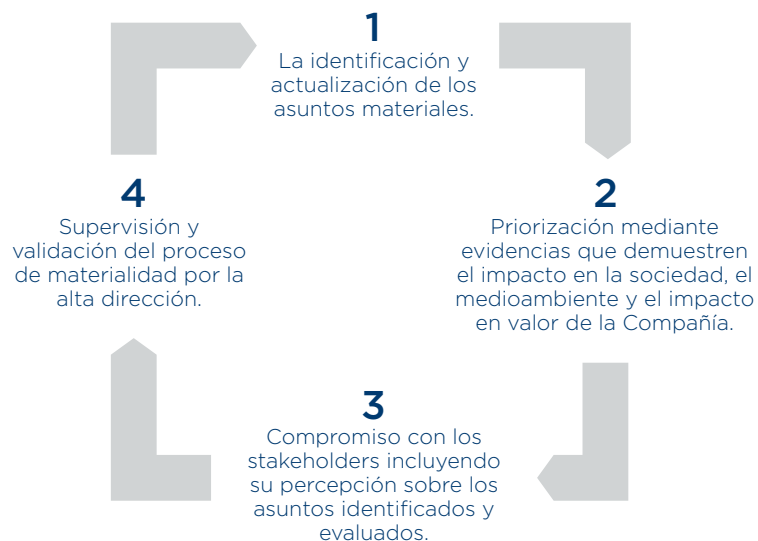
Identificar asuntos materiales cuando la Compañía esté relacionada con impactos significativos reales o potenciales sobre las personas o el medioambiente a corto, medio o largo plazo; tantos impactos causados directamente por la empresa o los que haya o pueda tener en toda su cadena de valor.

Materialidad financiera

Diferente a la materialidad utilizada en los informes financieros, se refiere a identificar aquellos asuntos materiales que desencadenan efectos financieros para la compañía, es decir, que generen o pueden generar Riesgos u oportunidades que influyen en los flujos de caja futuros y, por lo tanto, en el valor de la empresa a corto, medio o largo plazo.



Desde este doble enfoque, a continuación, se detallan las fases del estudio:



1. Identificación y actualización de asuntos relevantes

El primer paso ha sido la identificación de un amplio universo de cuestiones potencialmente materiales. La referencia a múltiples fuentes es esencial para minimizar el riesgo de pasar por alto cualquier asunto emergente y garantizar un análisis exhaustivo y creíble.

La Compañía ha partido de los aspectos materiales identificados en el 2021 y actualizados en 2022, que se han validado y ampliado en función del contexto de la Compañía, de fuentes de especial relevancia como estándares de reporte, nueva regulación y asuntos trasladados por nuestros grupos de interés como inversores.

Para la actualización de este ejercicio, se han identificado 24 asuntos materiales en base a un análisis del contexto actual, criterios ASG, análisis de tendencias globales, estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y la propia Agenda 2030 de Naciones Unidas.

Posteriormente, se realizó una revisión semántica de los temas con el objetivo de vincular asuntos, conceptos o ámbitos afines entre sí, e integrarlos en términos propios del enfoque de negocio de NH Hotel Group y del sector hotelero.

TEMAS RELEVANTES 2022	DESCRIPCION
Agilidad y resiliencia del modelo de negocio	Solvencia financiera, rentabilidad y solidez de la Compañía. Operaciones y flujos de trabajo más rápidos y confiables, tecnologías avanzadas y la automatización para aportar la inteligencia para alimentar modelos comerciales nuevos y flexibles que pueden adaptarse a los tiempos cambiantes.
Entorno regulatorio	Impacto de nuevas regulaciones como la Taxonomía EU o el Green Deal. Influencia de la inestabilidad normativa y política de los países en donde la Compañía está presente. Participación en lobbys turísticos para impulsar las mejoras en el sector.
Gobierno corporativo, ética empresarial y transparencia	Aplicación del código de buen gobierno en los órganos de gobierno de la Compañía. Implantación de políticas y mecanismos para evitar actividades de corrupción, operaciones fraudulentas o cualquier otro incumplimiento de diferente naturaleza. Acciones que aseguren un modelo de transparencia con los diferentes grupos de interés, la justa competencia y el adecuado reporte a la CNMV. Implantación del código ético y el canal de denuncias como herramientas de detección.
Ciberseguridad y protección de datos	Protección de datos de carácter personal, tratamiento seguro y responsable de datos de medios de pago, instalación o utilización no autorizada de activos informáticos que puedan atentar contra la propiedad intelectual e industrial, daños informáticos, continuidad del negocio, derechos relativos a la intimidad y acceso no autorizado.
Protección de los Derechos Humanos y laborales	Aplicación de debida diligencia en Derechos Humanos: políticas, sistema de gestión, monitorización y mecanismos de control que permitan asegurar el cumplimiento de los compromisos de la Compañía en materia de derechos humanos y laborales, así como en su cadena de suministro.
Gestión de Riesgos financieros, no financieros y emergentes	Capacidad de NHHG para su adaptación a los principales Riesgos del negocio. Gestión y prevención de los principales Riesgos y oportunidades globales, del sector, actuales o emergentes.
Anticipación de los Riesgos derivados del cambio climático	Son las acciones y medidas encaminadas a reducir la vulnerabilidad de los sistemas naturales y humanos ante los efectos reales o esperados del cambio climático. Gestión de los Riesgos y oportunidades derivadas del cambio climático, que permita una adecuada adaptación y mitigación de sus efectos adversos.
Transformación digital para la eficiencia operativa	Impulso y fomento de iniciativas innovadoras que permitan el desarrollo de nuevos productos o servicios. Inversión en I+D y fomento de nuevos conceptos hoteleros. Mejora de la conectividad y digitalización de aplicaciones y sistemas implementados por la Compañía. Integridad de las plataformas y sistemas de información de la Compañía. Evolución hacia un modelo operativo digitalizado a través de la innovación, tecnología y procesos más eficientes e inteligentes.
Lucha contra el cambio climático	Reducción de la huella de carbono de NH Hotel Group y mitigación de los impactos a largo plazo del cambio climático en el entorno natural, las comunidades y la cadena de valor. Descarbonización de la cadena de valor de la Compañía, a través de iniciativas de reducción y compensación de las emisiones de gases de efecto invernadero. Implementación de prácticas que reduzcan las emisiones de gases de efecto invernadero (como el diseño de edificios ecológicos, la eficiencia operativa y el uso de energía renovable) y aumentar la resiliencia al cambio climático.
Eficiencia energética	Impulso de un sistema de gestión energética ecoeficiente, certificado bajo los criterios de la ISO 50001, que priorice la compra de energía verde certificada en las operaciones de NH HOTEL Group a nivel global y que contribuya a la estrategia de descarbonización.



NH Cali Boulevard del Rio
Colombia

TEMAS RELEVANTES 2022	DESCRIPCION
Gestión responsable de los recursos naturales y la biodiversidad	Gestión eficiente y uso responsable de los recursos (agua, materias primas, capital natural..) por parte de NH Hotel Group. Responsabilidad de preservar las zonas protegidas, especies en riesgo. Impactos asociados en el modelo de negocio hotelero.
Gestión de residuos	Gestión, medición y control de residuos, vertidos y efluentes generados por las diferentes actividades de la Compañía. Impulso de la economía circular en el negocio hotelero para alargar el ciclo de vida de los productos. Gestión del desperdicio alimentario.
Modelo circular en las operaciones	Modelo de producción y consumo que garantice un crecimiento sostenible en el tiempo. Optimización de recursos, reducción en el consumo de materias primas y el aprovechamiento de los residuos. Aprovechar al máximo los recursos materiales de los que disponemos alargando el ciclo de vida de los productos.
Gestión responsable del agua	Uso y gestión eficiente del agua
Cultura de igualdad, diversidad e inclusión.	Gestión de la diversidad e impulso de acciones enfocadas a potenciar la conciliación. Entorno laboral que fomente la igualdad de oportunidades sin distinción de género, raza, edad, religión, discapacidad, etc y la inclusión de colectivos minoritarios o en riesgo de exclusión.
Talento, formación y desarrollo profesional	Capacidad de NH Hotel Group para atraer, retener y desarrollar el talento. Orgullo de pertenencia de sus trabajadores.
Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés	Fomento de mecanismos de diálogo cercano, transparente y empático con todos los stakeholders de la Compañía. Compromiso con las comunidades locales. Disposición de herramientas que permitan recoger información, peticiones, sugerencias y reclamaciones emitidas por los grupos de interés. Reputación de NH Hotel Group.
Compromiso y participación de los empleados	Capacidad de la Compañía para atraer, retener y desarrollar el talento. Orgullo de pertenencia de sus trabajadores. Fomentar un clima laboral óptimo, que refuerce la satisfacción y el compromiso de los empleados. Los team members son la razón de ser de NH Hotel Group.
Seguridad, salud y bienestar	Mecanismos y planes de acción enfocados a la prevención de cualquier tipo de riesgo asociado al desempeño laboral de los trabajadores, proveedores y clientes. Fomento de hábitos saludables y entornos laborales seguros.
Impacto positivo en la comunidad y cultura local	Contribución de la Compañía al desarrollo y empoderamiento de las comunidades en las que opera. Asegurar que la actividad turística de NH Hotel Group es respetuosa con la sociedad y el entorno donde opera, y tiene un impacto positivo en el progreso económico y social de los destinos, y en los sectores que forman parte de la cadena de valor de la Compañía.
Promoción del empleo joven	Programas de formación para mejorar la empleabilidad de los trabajadores jóvenes.
Alianzas sostenibles	Capacidad de la compañía para conseguir alianzas duraderas con asociaciones, ONGs o fundaciones.
Cadena de suministro responsable y local	Desarrollo de una estrategia de aprovisionamiento que minimice los Riesgos e implantación de mecanismos para una gestión y control en la cadena de suministro. Buenas prácticas en materia de compras responsables y homologación de proveedores. Fomento de la compra de bienes y servicios bajos en carbono e impulso del comercio local.
Experiencias únicas para el cliente: Sostenibilidad, bienestar y comodidad	Compromiso de la Compañía e implantación de nuevas experiencias y productos. Propuesta de valor que busca conseguir la fidelidad y confianza de los clientes. Compromiso con la sostenibilidad para conseguir la mejora de los resultados económicos, el aumento de la satisfacción del cliente y por ende en su fidelización.
Calidad del servicio y satisfacción	Asegurar los mejores estándares de calidad en productos y servicios.

2. Priorización mediante evidencias que demuestren el impacto en la sociedad y el impacto en el valor de la Compañía.

La doble materialidad consiste en explicar por qué los asuntos son relevantes desde una perspectiva de impacto social y ambiental y/o financiera. Para ello, los asuntos potencialmente materiales que se han identificado en el primer paso se analizan para ser ponderados y priorizados desde dos perspectivas:

Cómo la Compañía impacta en el medio ambiente y la sociedad (Materialidad ambiental y social):

- Contexto global regulatorio ASG: análisis de normas internacionales ambientales, sociales y de gobernanza empresarial como requisitos legales, prácticas locales de aplicación global, etc.
- Análisis de prescriptores sectoriales y sociales, para conocer su valoración y percepción ante asuntos ASG.
- Análisis prensa.
- Benchmark: análisis comparativo de los líderes del sector.
- Análisis de inversores: Corporate Sustainability Assessment de S&P Global.
- Estándares de reporte no financiero o de sostenibilidad (GRI y SASB).
- Encuestas externas a fundaciones y asociaciones con las que colaboramos.

Cómo los asuntos ASG influyen en el valor de la Compañía (Materialidad financiera):

- Contribución de Sustainable Business a la estrategia de la Compañía.
- Contribución de los ODS y sus metas relacionadas.
- Impactos de los asuntos ASG en el valor de la Compañía: se ha elaborado un cuestionario a personas clave de la Compañía para valorar la prioridad y relevancia de los asuntos en términos financieros.

3. Compromiso con los stakeholders incluyendo su percepción sobre los asuntos identificados y evaluados.

La percepción de los asuntos analizados fue el resultado de la consulta realizada a las fundaciones y ONGs con las que NH Hotel Group colabora a través de un cuestionario que se envió directamente por el departamento de Sustainable Business. Para la doble materialidad de 2021, hemos recogido la importancia que las fundaciones y la prensa daba a cada uno de los asuntos y la percepción del desempeño de NH en cada uno de los mismos.

4. Supervisión y validación del proceso de materialidad por la Alta Dirección

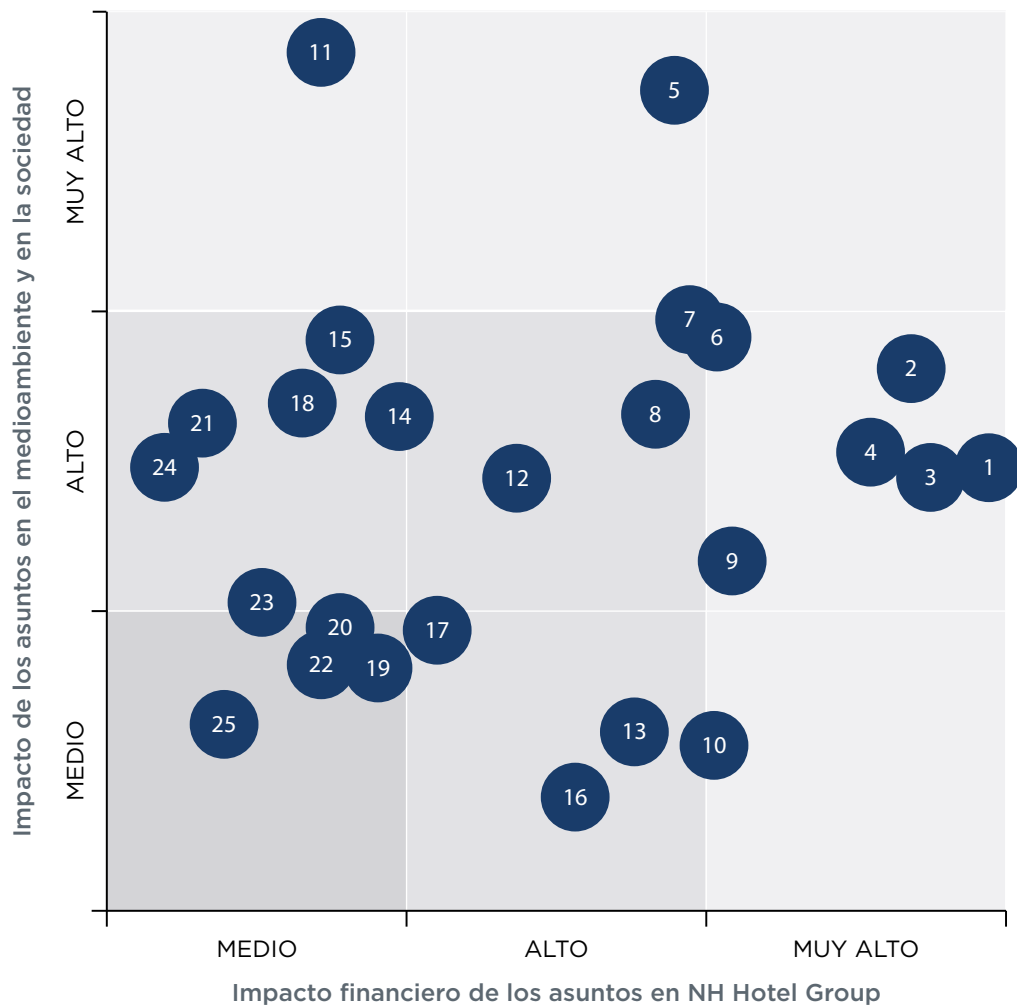
En esta fase se presentan los resultados del análisis de materialidad a la Comité ejecutivo de Sustainable Business. La involucración de las áreas clave han desempeñado un papel crucial en el proceso, ya que la doble materialidad ha ayudado a la alta dirección a comprender y distinguir entre los impactos hacia el exterior y las dependencias hacia el interior del modelo de negocio de NH Hotel Group.

El ejercicio ha proporcionado una visión más amplia y completa de la situación de la Compañía, una base sólida para identificar los asuntos prioritarios, los Riesgos y las oportunidades emergentes.



Matriz de Doble Materialidad

Para el análisis de los resultados se han tenido en cuenta los asuntos materiales desde dos perspectivas: Financiera y de impacto ambiental y social.



- 1 Anticipación de los riesgos derivados del cambio climático
- 2 Eficiencia energética
- 3 Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes
- 4 Entorno regulatorio
- 5 Lucha contra el cambio climático
- 6 Ciberseguridad y protección de datos.
- 7 Transformación digital para la eficiencia operativa
- 8 Talento, formación y desarrollo profesional
- 9 Calidad del servicio y satisfacción
- 10 Promoción del empleo joven
- 11 Gobierno corporativo, ética empresarial y transparencia
- 12 Impacto positivo en la comunidad y cultura local
- 13 Cadena de suministro responsable y local
- 14 Seguridad, salud y bienestar en los entornos de trabajo
- 15 Gestión responsable de los recursos naturales y la biodiversidad
- 16 Gestión de residuos
- 17 Experiencias únicas para el cliente: Sostenibilidad, bienestar y comodidad
- 18 Cultura de igualdad, diversidad e inclusión.
- 19 Modelo circular en las operaciones
- 20 Compromiso y participación de los empleados
- 21 Protección de los Derechos Humanos y laborales
- 22 Gestión responsable del agua
- 23 Agilidad y resiliencia del modelo de negocio
- 24 Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés
- 25 Alianzas sostenibles

CREACIÓN DE VALOR PARA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

El impacto de NH Hotel Group influye en el éxito a largo plazo de nuestra Compañía y de nuestros grupos de interés.

Diálogo con grupos de interés

La Compañía considera grupos de interés a aquellos individuos o grupos sociales que se ven afectados por las actuaciones presentes o futuras de la Compañía. Esta definición incluye tanto a los grupos de interés que forman parte de la cadena de valor de la Compañía: accionistas, empleados, inversores, clientes y proveedores, considerados como socios en el desarrollo de los negocios; como a los externos: administraciones, gobiernos, medios de comunicación, sector empresarial, sindicatos y sociedad en general, comenzando por las comunidades locales en las que la Compañía desarrolla sus actividades.

NH Hotel Group tiene identificados diez stakeholders principales, y con los que a lo largo de 2022 ha continuado manteniendo un vínculo estrecho. Prueba de ello ha sido la actualización de nuestro análisis de materialidad, la presencia activa en foros y encuentros, la respuesta directa a solicitudes de información o mensajes directos a través de nuestros canales y redes sociales entre otros.



Compromiso y canales de comunicación

La opinión y las necesidades de los stakeholders son de gran relevancia para NH Hotel Group ya que se aúnan esfuerzos para alcanzar objetivos comunes. En este sentido, es clave una comunicación bidireccional clara y continua con todos ellos.

NH Hotel Group mantiene un diálogo constante y fluido con sus grupos de interés, implicándose en las comunidades locales, a través de múltiples canales y formatos, con el objetivo de mantener a la Compañía actualizada sobre las nuevas demandas y necesidades, así como de responder mejor a las inquietudes y opiniones de los grupos de interés.

GRUPO DE INTERÉS	MECANISMOS DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN
Relevancia	Muy Alta
Team members	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encuestas de satisfacción / clima ▪ Comunicación interna: Newsletters, Town Halls, charlas, intranet, MyNH App, Comunicados varios. ▪ Time For You (TFY) ▪ Estado de Información No Financiera
Accionistas e inversores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Junta General de Accionistas ▪ Newsletters ▪ Proxy Advisors ▪ Roadshows ▪ Página web ▪ Estado de Información No Financiera
Propietarios y socios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reuniones periódicas ▪ Organización y participación en distintos foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. ▪ Publicidad y medios de comunicación ▪ Plataforma interna de comunicación ▪ Página web



GRUPO DE INTERÉS	MECANISMOS DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN
Relevancia	Alta
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas de satisfacción Redes sociales Programas de fidelización: NH DISCOVERY. Vídeos corporativos. Campañas publicitarias E-mail para reclamaciones, quejas y sugerencias Webinars
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación directa y reuniones presenciales Publicidad y medios de comunicación Plataforma de homologación para proveedores Estado de Información No Financiera
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Redes sociales Organización y participación en distintos foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. Relaciones institucionales Foros y encuentros

GRUPO DE INTERÉS	MECANISMOS DE DIÁLOGO Y PARTICIPACIÓN
Relevancia	Media
Comunidad y entidades sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"> Organización y participación en distintos foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. Reuniones periódicas y comunicación directa con distintas organizaciones sociales. Plataforma interna de comunicación y redes sociales. Acciones de voluntariado. Estado de Información No Financiera
Administración Pública	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones institucionales. Asociaciones sectoriales. Acuerdos y licitaciones
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones institucionales. Foros, eventos y encuentros



Alianzas sostenibles

NH Hotel Group promueve las alianzas y colaboraciones estratégicas en sostenibilidad. La Compañía es consciente de la importancia de la colaboración entre instituciones para cumplir la agenda de desarrollo sostenible. Por eso, la Compañía establece alianzas sobre la base de principios, valores y objetivos comunes con diferentes organizaciones, ya sean de ámbito público o privado y a nivel mundial, regional, nacional y local.

Relación con asociaciones

Además del impacto positivo propio de su actividad, dando servicio a las ciudades y sus turistas, NH Hotel Group contribuye con la comunidad formando parte de asociaciones, cámaras de comercio o fundaciones que promuevan las inquietudes e impulsen proyectos alineados con los valores de la Compañía.

Durante este año, y con el objetivo de impulsar un posicionamiento institucional de liderazgo, útil y adecuado al contexto actual, NH Hotel Group ha continuado con la estrategia de establecer y mantener sólidas relaciones con asociaciones cuyos objetivos principales están alineados con los de la Compañía y que promuevan y defiendan un desarrollo empresarial responsable y de oportunidades, un turismo sostenible y la formación continua de profesionales, entre otros.

Por su relevancia, destacan la adhesión de NH Hotel Group al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Organización Mundial del Turismo, Exceltur y la CEOE.



Pacto Mundial de Naciones Unidas

NH Hotel Group, miembro del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde el año 2002, renueva periódicamente su compromiso y da cuenta de forma pública y transparente de los progresos en este aspecto en un informe de progreso anual en la página web de la Red del Pacto Mundial (www.pactomundial.org). La Compañía tiene en consideración los 10 principios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia para el diseño de la estrategia y gestión de la Responsabilidad Corporativa de la Compañía.



UNESCO Pledge

NH Hotel Group se ha unido a la UNESCO y a Expedia Group para demostrar su compromiso con la protección del medio ambiente, la cultura local y las comunidades que dependen de los viajes para prosperar. El Compromiso de la UNESCO es impulsar los viajes sostenibles, la adaptación de las comunidades y la conservación del patrimonio en todo el mundo. Por ello, NH Hotel Group se ha adherido con todos sus hoteles en propiedad y alquiler, comprometiéndose públicamente a aplicar medidas para reducir el impacto medioambiental de su negocio, lo que a su vez contribuye a concienciar a los viajeros, ayudándoles a optar por viajes más sostenibles.





Organización Mundial Del Turismo

Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, abogando por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental. Hasta nuestra salida en septiembre 2021, NH formó parte del Grupo de Trabajo de Apoyo a los ODS.



Confederación Española de Organizaciones Empresariales

Fundada en 1977, La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) integra con carácter voluntario a dos millones de empresas y autónomos de todos los sectores de actividad, que se vinculan a CEOE a través de más de 4.500 asociaciones de base. Destaca por apostar siempre por el diálogo y la negociación con los interlocutores sociales, representando los intereses de sus miembros.

NH Hotel Group colabora en las comisiones de Desarrollo Sostenible y Transición Ecológica y Responsabilidad Social Empresarial de la organización.



EXCELTUR

Esta asociación es el resultado del compromiso personal de un muy significativo grupo de líderes y máximos responsables de las principales empresas turísticas españolas, que en enero de 2002 se unieron para integrarse desinteresadamente en esta asociación, animados por su firme convicción de impulsar dos grandes objetivos-ejes de actuación:

- Potenciar un mayor reconocimiento socioeconómico de lo que aporta y representa el turismo como principal sector de la economía española.
- Y propiciar los mayores niveles de competitividad que consoliden un liderazgo y crecimiento rentable y sostenible de la actividad turística en España, dados los crecientes e importantes retos y oportunidades de futuro que se nos avecinan.



Marco Básico de Sostenibilidad

NH Hotel Group junto con otras hoteleras lanzaron una iniciativa para establecer una definición común de sostenibilidad hotelera para dar impulso a los viajes y el turismo responsables.

El Marco Básico de Sostenibilidad ofrece un punto de partida común para la sostenibilidad de los hoteles, que resulta accesible a todos los actores del sector de la industria hotelera en todo el mundo, sin importar que formen parte de un gran grupo internacional o que sean hoteles independientes. Ofrece esta base de entendimiento común a todos los hoteles de todo el mundo, con acciones que tienen una repercusión positiva en el planeta y las personas, generando un verdadero cambio al estimular la demanda de viajes responsables.

Durante este ejercicio, los grupos hoteleros unidos a esta iniciativa han trabajado en estrecha coordinación con el World Travel & Tourism Council, la Sustainable Hospitality Alliance y los principales grupos de interés, para ultimar unas acciones de sostenibilidad esenciales que tengan una repercusión positiva demostrable, y colaborarán para compartir las herramientas y las prácticas idóneas con los otros miembros y con la industria en general, a fin de asegurar que todos los hoteles emprenden la evolución hacia los objetivos del Acuerdo de París de la COP21.



Contribución a asociaciones sectoriales, asociaciones sin ánimo de lucro y cámaras de comercio

El código de conducta de NH Hotel Group y la Política de prevención de blanqueo de capitales prohíben expresamente realizar ninguna contribución a partidos políticos. La Compañía es consciente de la importancia de la colaboración entre instituciones para cumplir con la agenda de desarrollo sostenible y, en consecuencia, establece alianzas basadas en principios, valores y objetivos comunes con diferentes organizaciones, ya sea del sector público o privado, a nivel mundial, regional, nacional y local.

Además del impacto positivo de su actividad como tal, al dar servicio a las ciudades y a sus turistas, contribuye a la comunidad formando parte de asociaciones, cámaras de comercio o fundaciones que abordan retos mutuos y fomentan proyectos para alcanzar objetivos compartidos. Durante el 2022, NH Hotel Group realizó una aportación total de 508.596 €, distribuidos entre asociaciones sectoriales, cámaras de comercio, asociaciones relacionadas con el medio ambiente u ONGs sin ánimo de lucro, entre otras:

CONTRIBUCIÓN A ASOCIACIONES EN 2022 (EN €)

	2022	2021*
Asociaciones sectoriales	325.532	285.682
Trade associations (Cámaras de comercio)	99.015	16.633
Asociaciones relacionadas con el medio ambiente	56.016	31.104
Asociaciones culturales	24.698	9.056
Fundaciones, ONG y asociaciones sin ánimo de lucro	3.335	3.465
Total	508.596	345.940

*Se han recalculado los desgloses publicados en FY21. Las cámaras de comercio se han registrado como como Trade Associations y las asociaciones empresariales se han contabilizado dentro de asociaciones sectoriales

La participación en todas ellas responde a dos objetivos clave del Grupo en este sentido: promover el turismo sostenible y las oportunidades de negocio responsable tanto a nivel local como internacional. Desde NH Hotel Group se promueve y fomenta un turismo sostenible alineado con los valores de Compañía, de ahí que se colabore con distintas asociaciones para avanzar en este propósito. En esta línea, cabe destacar la participación de la Compañía en la Organización Mundial del Turismo y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En relación con el segundo objetivo clave, destaca la adhesión de NH Hotel Group a más de 700 asociaciones sectoriales y cerca de 60 Cámaras de Comercio, en el que su principal misión es apoyar la promoción de la actividad turística y empresarial sólida y solvente en la ciudad en la que se ubican.



NH Toulouse Airport
Francia

Debido a la tipología de nuestra actividad, somos conscientes de la gran labor que podemos llevar a cabo con nuestros jóvenes en este campo, brindándoles oportunidades para trabajar en el sector y promoviendo el empleo estable.

PRINCIPALES ÁREAS DE INTERÉS PARA NH HOTEL GROUP

	2022	2021*
Turismo sostenible	86.863 €	45.291 €
Promoción de las relaciones locales e internacionales y las oportunidades de negocio responsables	421.732 €	300.648 €

NH HOTEL GROUP Y LA AGENDA 2030

Con el propósito de enfocar el modelo de negocio a un modelo hotelero comprometido con el desarrollo sostenible, a través de la Estrategia Sustainable Business NH Hotel Group genera valor para los distintos stakeholders en los lugares en los que está presente. En este contexto, la Compañía tiene impacto y capacidad de influencia en un total de 11 Objetivos de Desarrollo Sostenible, focalizando la estrategia en dos de ellos:

- ODS 11 de Ciudades y comunidades Sostenibles.
- ODS 8 de Trabajo decente y crecimiento económico.

NH Hotel Group ha realizado un análisis de la contribución de la agenda a los ODS, que a su vez ha permitido identificar qué objetivos son más relevantes para la Compañía, tanto por su actividad, compromisos y su foco estratégico, como por diferentes factores externos contemplados.

Convencida de que avanza en la dirección correcta para lograr los próximos retos que se fije en materia de sostenibilidad, la Compañía se encuentra alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que puede contribuir, por lo que se compromete a continuar creando valor a largo plazo y a nivel global, en el marco de la Agenda 2030.



UP FOR PLANET

Aumentar el ahorro en emisiones y energía y reducir el consumo de agua a través de la adaptación de edificios.

Administrar los recursos cuidadosamente con el enfoque '4R': Reducir - Reutilizar - Reciclar - Reemplazar, mientras se compensa la huella residual.

Fortalecer nuestra cadena de valor sostenible, priorizando alianzas clave, proveedores locales y organizaciones responsables.



UP FOR PEOPLE

Promover una cultura responsable para nuestros equipos y fomentar la diversidad, la ética y el bienestar.

Proporcionar un excelente servicios a través de soluciones innovadoras y sostenibles, educando e involucrando activamente a los clientes en nuestros proyectos.

Apoyar a nuestros socios, creando un impacto social y ambiental positivo en las comunidades locales donde estamos presentes.



PROCESOS Y ACTIVOS SOSTENIBLES

- 173 Total hoteles certificados/año
- 6 Nuevos hoteles certificados/año
- 64% de la electricidad consumida proviene de fuentes de energía renovables
- 100% de la electricidad verde en hoteles del Sur de Europa
- 69 Hoteles con servicio de alquiler de bicicletas
- 64 Hoteles con cargadores eléctricos

PROCESOS Y ESTANDARES OPERACIONALES

- 52,00 Ratio Energética
- 0,34 Ratio Agua
- 8,57 Ratio Huella de carbono
- 15 Millones de amenities eliminados al año

COMPRAS SOSTENIBLES

- 12.532 Proveedores totales
- 1.760 Proveedores activos con Códigos Éticos firmados
- 539 Proveedores críticos
- 63% Compra homologada (OpEx + CaPex)

EMPLEADOS

- 157.455 Horas totales de formación a empleados
- 101 Empleados con discapacidad
- 44% de Mujeres en posiciones directivas
- 51% de Mujeres en plantilla
- 38,6% Rotación media
- 273 Accidentes con baja

CLIENTES

- 8,5 Valoraciones de los clientes - Encuesta NH
- 8,4 Valoraciones de los clientes - Encuesta Online
- 30.373 Solicitudes recibidas por 'Customer Care'
- 346 Hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales

COMUNIDADES

- 4.885 Voluntarios
- 60.724 Beneficiarios
- 1.438 Habitaciones solidarias
- 147 asociaciones/año
- 135.523€ de Contribución indirecta en acción social
- 136 Hoteles involucrados
- 28 Iniciativas sociales