

NH | HOTEL GROUP
PART OF
MINOR
HOTELS

10

**ESTRATEGIA
DE SUSTAINABLE
BUSINESS**

NH Collection New York Madison Avenue
Nueva York, Estados Unidos

10. 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 negativos y maximizar sus impactos positivos.

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 ejercicio 2022 y 2023 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.

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. Adicionalmente, 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 Compañía.

En este sentido, NH Hotel Group opera con el objetivo de minimizar el impacto negativo que su presencia pueda tener en el medio ambiente teniendo en cuenta aspectos que van desde el diseño, pasando por las operaciones y los trabajos de renovación. Asimismo, impulsa la reducción, reutilización y el reciclaje de recursos naturales, como el agua y la energía, además de vertidos como los gases de efecto invernadero, sustituyendo los materiales existentes por alternativas más sostenibles, innovadoras y respetuosas.

Asimismo, la Compañía es consciente del papel que desempeña en el ámbito de las personas y la creación de empleo opera bajo el lema "personas que acogen personas". Por ello, promueve el desarrollo profesional de sus *team members*, fomenta una cultura responsable y una mentalidad sostenible en sus equipos a la vez que promueve la diversidad, la ética y el bienestar como algunas de sus principales prioridades.

Por todo ello, la Compañía opera con el objetivo de generar un impacto positivo en aquellos lugares y comunidades donde está presente para ofrecer a sus clientes la mejor experiencia, haciéndoles partícipes de su concienciación social.

Para mayor detalle o consulta contactar a la siguiente dirección de correo electrónico: sustainablebusiness@nh-hotels.com

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 *team members*, promoviendo alianzas responsables a través de dos pilares: UP FOR PLANET y UP FOR PEOPLE.

La Compañía considera esencial al integración de la visión de sus grupos de interés así como de sus intereses y expectativas en la estrategia de la Compañía. A través de los inputs recibidos en procesos como el Análisis de Doble Materialidad así como de los distintos canales de comunicación, la Compañía ha definido su estrategia de sostenibilidad en base a dos pilares y seis grandes líneas de actuación que abordan y recogen los principales asuntos materiales identificados por NH Hotel Group así como sus riesgos, impactos y oportunidades.

De esta forma, la estrategia de Sustainable Business se define bajo el siguiente decálogo:

UP FOR PLANET

LÍNEA DE TRABAJO 1



PRODUCTOS Y ACTIVOS SOSTENIBLES

“Lucha” contra el cambio climático y “avance” hacia la descarbonización, minimizando nuestra huella ambiental a la vez que desarrollamos hoteles más sostenibles mediante la renovación de edificios.

Infraestructura y edificios sostenibles



Emissiones de carbono por m²
 Consumo de energía por m²
 Consumo de agua por m²

LÍNEA DE TRABAJO 2



PROCESOS Y ESTÁNDARES OPERATIVOS


Gestión responsable de los a través de la regla de las “4R”: Reducir, Reutilizar, Reciclar, Reemplazar, compensando la huella residual.

Aumentar el consumo de electricidad verde
 Mejorar la eficiencia
 Amenities respetuosos con el medioambiente
 Eliminación de los plásticos de un solo uso



Emissiones de carbono por RN
 Consumo de energía por RN
 Consumo de agua por RN
 Generación de residuos por RN


LÍNEA DE TRABAJO 3



COMPRAS SOSTENIBLES

Reforzar la cadena de valor sostenible, priorizando las colaboraciones clave, los proveedores locales y las organizaciones responsables.

Colaboración ESG con los proveedores
 Mejora de los envases
 Mejora del impacto logístico
 Circularidad
 Desarrollo de la comunidad local a través de las compras



Impacto positivo (indirecto)
 Reducir las emisiones de carbono
 Reducir el consumo de plástico “global”
 Desarrollo local: proveedores locales (<100 km)

UP FOR PEOPLE

LÍNEA DE TRABAJO 4



TEAM MEMBERS

Promover una cultura responsable y una conciencia de sostenibilidad en nuestros equipos, fomentando la diversidad la ética y el bienestar.

Equipos de trabajo diverso e inclusivo
 Desarrollo de los miembros del equipo
 Mentalidad sostenible
 Salud y bienestar



Emissiones de carbono por m²
 Consumo de energía por m²
 Consumo de agua por m²

LÍNEA DE TRABAJO 5



CLIENTES

Ofrecer un servicio excelente mediante soluciones sostenibles e innovadoras, educando e involucrando a los clientes de forma activa en nuestros proyectos y compromisos.

Green Stay > The Forest
 Eventos neutros en carbono > The Forest
 Movilidad verde
 Colaboración ESG con los clientes
 Oferta de bienestar



Percepción de calidad vinculada a una oferta sostenible
 Oferta alimentaria variada para el cliente
 Solicitud de propuestas ganada gracias a la sostenibilidad
 Eventos neutros en carbono

LÍNEA DE TRABAJO 6



COMUNIDADES

Brindar apoyo a nuestros socios clave, creando un impacto social y medioambiental positivo en las comunidades locales en las que tenemos presencia.

Hotels with a Heart
 Together with love
 Desarrollo Comunitario



Donación de RN
 Beneficios
 Miembros del equipo involucrados
 Proveedores locales (<100 km)

Estos pilares se sustentan bajo unos principios básicos de actuación que guían y orientan la forma en el que la Compañía implementa su estrategia de Sustainable Business:



CRECIMIENTO SOSTENIBLE

Combinar las buenas prácticas de toda la empresa con una atenta consideración de los factores medioambientales y el interés de las comunidades en promover un turismo sostenible.



INNOVACIÓN

Promover el intercambio de ideas y buenas prácticas entre diferentes hoteles con el objetivo de mejorar la experiencia y seguir demostrando liderazgo en el sector.



LIDERAZGO

Garantizar el progreso mediante la creación de una cadena de suministro sostenible a través de colaboraciones a largo plazo con nuestras interesadas clave: proveedores, socios comerciales y clientes.



IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Invertir en programas de desarrollo diseñados para promover el talento y formar a futuros líderes, tanto dentro de la organización como en la comunidad en general, fomentando la diversidad y la inclusión.



GOBERNANZA RESPONSABLE

Practicar una buena gobernanza corporativa, inculcando una cultura empresarial responsable y poniendo el foco en la ética y la integridad.



MENTALIDAD DE COMPROMISO

Transformar el compromiso personal de nuestra empresa, de los miembros del equipo y de los huéspedes en acciones que permitan aprovechar todo el potencial de los esfuerzos en sostenibilidad.



EFICIENCIA DE RECURSOS

Reducir el impacto negativo de nuestras operaciones usando los recursos naturales de forma eficiente y minimizando los residuos y las emisiones.



CULTURA

Ofrecer oportunidades a los proveedores locales y promover el conocimiento de la cultura local entre nuestros huéspedes, integrándola en las experiencias cotidianas.

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 supervisar y controlar el cumplimiento de la Estrategia de Sustainable Business, proponiendo al Consejo los Informes y Memorias que fueran necesarias, velando asimismo por que la cultura corporativa esté alineada con su propósito y valores.
- 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.

La 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. En esta línea, el Comité de Dirección en su conjunto es el órgano encargado de aprobar la Estrategia de Sustainable Business de la Compañía.

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.

Comité Ejecutivo de Sostenibilidad

Cabe destacar que, el 12 de mayo del 2022, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo aprobó la constitución del Comité Ejecutivo Sostenibilidad (“Comité de Sostenibilidad”), como consecuencia de su concienciación sobre la alta importancia de la sostenibilidad 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 (“ESG” por sus siglas en inglés), 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.

Es por ello que, el Comité Ejecutivo 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 este sentido, es el órgano encargado de validar la Estrategia de Sostenibilidad, dar seguimiento de los avances y la consecución de los objetivos y metas de Sustainable Business, incluidas las relacionadas con el clima.

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 ESG, incluyendo los 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 2023, el Comité Ejecutivo de Sostenibilidad se ha reunido en cuatro ocasiones.

En cuanto a la gestión de la estrategia ambiental, NH Hotel Group cuenta con un Departamento Corporativo Sustainable Business que reporta a la Chief People & Sustainable Business Officer. 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 por región 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.

Remuneración variable ligada a criterios ESG

Como parte del compromiso de la Compañía con la sostenibilidad y la evolución hacia un modelo en el que se integren criterios sostenibles en sus operaciones diarias, la remuneración variable de la alta dirección así como de posiciones clave para el cumplimiento de los compromisos de sostenibilidad de la Compañía, tiene objetivos ESG fijados.

En este sentido, todo el Comité de Dirección tiene variables vinculadas a la consecución de los objetivos de emisiones netas anuales definido en el marco del "Plan SBT 2030", así como a los resultados de la evaluación S&P Global 2023.

Además, la Compañía ha identificado todas las funciones clave responsables de activar las palancas del Plan SBT, para conseguir la descarbonización de la Compañía en 2050. Para ello, tienen objetivos ligados como parte de su remuneración variable definiéndose los mismos bajo la siguiente estructura:

- Managing Director (MDs) de las diferentes regiones tienen la variable ligada a la consecución de su objetivo de emisiones netas anuales definido en el marco del "Plan SBT 2030" para su Región
- En el área de operaciones, desde los Directores Generales Regionales hasta los managers/ jefes de departamento, tienen su objetivo vinculado a la reducción del ratio de consumo por RN (kWh/RN) que está bajo su control (hotel o región).
- Otras funciones clave responsables de activar alguna de las palancas definidas en el "Plan SBT 2030" tienen definido objetivos *ad-hoc* a su función.



NH Collection Andorra Palomè
La Massana, Andorra

“NH Hotel Group lleva a cabo su actividad hotelera con la ambición de liderar un comportamiento responsable, desde la firme convicción de que nuestro impacto en las personas y en el planeta tiene un enorme potencial. Al tomar las decisiones correctas en este momento, estamos garantizando un futuro mejor para el planeta y para las futuras generaciones”

RAMÓN ARAGONÉS (CEO de NH Hotel Group)

“La sostenibilidad se ha convertido en un elemento estratégico que, bien gestionado e integrado en la cultura de la empresa, genera rentabilidad e incrementa el compromiso de todos los grupos de interés”

MARTA PÉREZ -LEIRÓS (Chief People & Sustainable Business Officer en NH Hotel Group)

“La sostenibilidad es un catalizador transversal del valor en NH Hotel Group, con tres compromisos fundamentales: el cuidado de los clientes, los destinos donde se ubican los hoteles del Grupo y el planeta. Para lograr estos objetivos, es esencial trabajar en colaboración con todas nuestras partes interesadas y desarrollar junto a ellas soluciones creativas e innovadoras”

ELENA RUIZ (VP de Sustainable Business en NH Hotel Group)

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

En 2023, NH Hotel Group ha participado por quinta vez en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA) realizada por la agencia de inversión sostenible S&P Global. Marco de referencia internacional que evalúa el desempeño de las compañías en el ámbito de la sostenibilidad y una gestión responsable.

NH Hotel Group se ha mantenido en cuarta posición del ranking, con respecto a las Compañías pertenecientes a sector "Hotels, resorts and cruises lines". Los compromisos en este campo han llevado a la Compañía a formar parte del Sustainability Yearbook 2024 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

NH Hotel Group se encuentra en la cuarta posición del rating CSA que realiza 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 2024 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 (ESG) 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 2023, NH Hotel Group obtuvo una calificación B en su ranking anual en materia de Cambio Climático y una calificación B- en su ranking anual en materia de Seguridad del agua. 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.

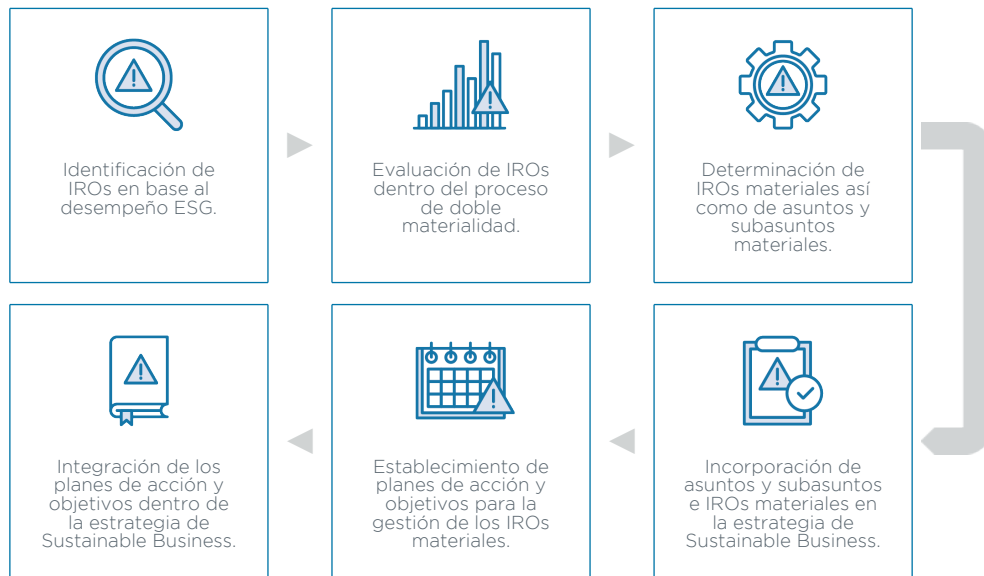


NH Hotel Group se encuentra dentro del Raking Merco, entre las 100 empresas españolas más responsables en materia ESG (Environmental, Social and Governance) en 2023. Adicionalmente, ocupa la 2ª posición en el sector Turismo. A través de este Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, Merco ofrece una medición integral de la sostenibilidad, incorporando a su desempeño la valoración de los stakeholders.

Análisis de Doble Materialidad

En un contexto global donde las exigencias y requerimientos en materia de sostenibilidad son cada vez mayores, el posicionamiento en el mercado a través de una gestión integrada de la sostenibilidad y los negocios de acuerdo a las expectativas de los reguladores y grupos de interés se posiciona como elemento fundamental en NH Hotel Group. Es por ello que, el Análisis de Doble Materialidad es una palanca esencial en el proceso de definición y gestión de la [Estrategia de Sustainable Business de NH](#).

En este sentido, la Doble Materialidad es crítica para la Compañía. Identifica los Impactos, Riesgos y Oportunidades a los que se enfrenta la Compañía y evalúa su relevancia atendiendo a todos los grupos de interés. Asimismo, permite visualizar cuales son los asuntos más relevantes que deben ser abordados y, con ello, definir y establecer una correcta gestión de a través de planes de acción y objetivos.



Durante 2023 el análisis ha sido liderado por el Comité Ejecutivo de Sostenibilidad en colaboración con más de 12 departamentos corporativos que junto a un consultor independiente han revisado las cuestiones materiales de conformidad con lo expuesto en la CSRD, [Directiva de Informes de Sostenibilidad de la Unión Europea \(CSRD\)](#)¹ y verificado por tercero independiente (para más detalle véase: [Anexo VI: Informe de Verificación Independiente](#)).

¹ Cabe señalar que dicha Directiva será de aplicación para la NH Hotel Group en el reporte del ejercicio 2024, es por ello que dicho capítulo da respuesta a los requerimientos de divulgación establecidos en la Ley 11/2018. No obstante, la metodología de cálculo se ha realizado en base a lo expuesto en la CSRD.



La Doble Materialidad tiene como objetivo que una organización informe simultáneamente sobre asuntos de sostenibilidad que son materiales para el valor del negocio, conocido como perspectiva “de fuera hacia dentro”, y materiales para las personas y el medio ambiente, o perspectiva “de dentro hacia fuera”. Bajo este enfoque de doble materialidad, el proceso de determinación tiene en cuenta:

■ **Materialidad de impacto:** un asunto es material desde la perspectiva de impacto si este genera impacto(s) significativo(s) sobre las personas y/o el medio ambiente. Estos impactos pueden ser:

- Impactos reales o potenciales;
- Impactos en corto plazo y/o medio plazo y/o largo plazo;
- Impacto directo o indirecto derivado de la actividad que realiza la Compañía.

Asimismo, es necesario atender a dos aspectos:

- La probabilidad de impacto tanto impactos causados directamente por la empresa o los que haya o pueda tener en toda su cadena de valor.
- La severidad del impacto: su escala, alcance y carácter irremediable.

■ **Materialidad financiera:** un asunto es material desde la perspectiva financiera si desencadena o puede desencadenar efectos financieros significativos para la Compañía que, como resultado final, pueden influir en el desarrollo, desempeño y/o posicionamiento de la firma. El análisis busca identificar aquellos asuntos materiales que desencadenan o pueden desencadenar efectos financieros para la Compañía, es decir, que generan 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

Un asunto se consideraría material bajo esta perspectiva si:

- Puede afectar la capacidad de la Compañía para confiar en sus relaciones necesarias en sus procesos de negocio en términos aceptables.
- Puede influenciar la capacidad de la Compañía para continuar usando u obtener los recursos necesarios en sus procesos de negocio, así como la calidad y el precio de dichos recursos.



Un tema se consideraría relevante, si es material desde el punto de vista de la materialidad de impacto, de la materialidad financiera o de ambos.

Por tanto, 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 sobre el entorno así como los riesgos y oportunidades derivados de operar en un entorno global y común.



Así pues, desde este doble enfoque, la Compañía ha actualizado su análisis de doble materialidad a través de un proceso que da cumplimiento a la siguiente metodología:



1. Análisis de contexto

El primer paso ha sido la identificación de un amplio universo de cuestiones ESG potencialmente materiales para la Compañía. Al respecto, la Compañía ha partido de los aspectos materiales identificados en ejercicios anteriores y ha alimentado el análisis de conformidad a lo expuesto en fuentes de especial relevancia en materia ESG tales como estándares de reporte (Global Reporting Initiative - GRI; Task Force on Climate-Related Financial Disclosures- TCFD y Sustainability Accounting Standards Board - SASB), regulación (Ley 11/2018 así como la CSRD) y otros prescriptores de sostenibilidad como WEF, WBCSD o Global Compact. El análisis de estas normativas y buenas prácticas ha permitido una visión estratégica en la valoración del análisis de doble materialidad.

Asimismo, la Compañía ha llevado a cabo un análisis de mercado, monitorizando a los principales peers del sector hotelero que han permitido cumplimentar el análisis. Adicionalmente, el análisis se ha visto cumplimento por la evaluación de las principales tendencias y dinámicas del mercado, así como informes sectoriales y expectativas e intereses de los analistas en materia de ESG dentro del sector (Corporate Sustainability Assessment de S&P Global., Bloomberg, etc).

En esta primera fase se llevó a cabo un análisis exhaustivo de diversas y diligentes fuentes. La referencia a múltiples fuentes es esencial para minimizar el riesgo de pasar por alto cualquier asunto emergente y garantizar un exhaustivo análisis.

2. Identificación, actualización y definición de temas y subtemas

En la segunda fase del proyecto, la atención se centró en la identificación de temas y subtemas potencialmente materiales y su definición teniendo en consideración lo recogido en los nuevos European Sustainability Reporting Standards (ESRS) desarrollados por EFRAG, así como los resultados recogidos del análisis realizado en la primera fase,

Como resultado se han identificado un total de 19 potenciales asuntos materiales. Paralelamente se ha definido el listado de 42 subasuntos que se integran cada uno de los subtemas y se ha determinado el contenido 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.



NH Collection Barcelona Constanza
Barcelona, España

DIMENSIÓN ESG	Temas relevantes 2023	Subtemas	Descripción
MEDIO AMBIENTE	Gestión responsable de la energía	Consumo energético renovable y no renovable	Consumo energético proveniente de fuentes renovables y no renovables necesario para la operación de la Compañía
		Eficiencia energética	Reducción de la energía empleada para la realización de diferentes actividades dentro de la Compañía.
	Lucha contra el Cambio Climático	Emisiones GEI	Emisiones de gases de efecto invernadero derivadas de las operaciones de la Compañía, así como iniciativas y acciones llevadas a cabo para minimizarlas.
		Adaptación al Cambio Climático	Capacidad de la Compañía para anticipar, planificar y responder a los cambios climáticos y sus consecuencias, minimizando los riesgos y maximizando las oportunidades para garantizar la resiliencia operativa.
	Contaminación del entorno	Contaminación del aire	Deterioro del aire como resultado de la liberación de sustancias perjudiciales o de la alteración de las condiciones naturales.
		Contaminación del suelo	Deterioro del suelo como resultado de la liberación de sustancias perjudiciales o de la alteración de las condiciones naturales.
Gestión responsable del agua	Consumo de agua	Consumo de agua necesario para la operación de la Compañía.	
	Contaminación vertidos de agua Degradación de hábitats y consumo de recursos marinos	Deterioro del agua como resultado de la liberación de sustancias perjudiciales o vertidos. Deterioro de los ecosistemas o entornos marinos y la explotación insostenible de recursos.	
Protección de la biodiversidad y conservación de los ecosistemas	Afección a la biodiversidad y ecosistemas	Impacto o influencia que las actividades, operaciones y prácticas comerciales de la empresa tienen en el entorno natural y en la biodiversidad.	
Economía circular y gestión de residuos	Modelo empresarial circular	Medidas encaminadas a reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes para la creación de valor añadido.	
	Gestión responsable de los residuos	Acciones encaminadas a la minimización de los impactos ambientales negativos derivados de la generación de residuos a través de su reducción y correcto tratamiento o destrucción.	
	Uso de recursos renovables y no renovables*	Recoge los consumos* de recursos en los que incurre la Compañía en el desarrollo de la actividad desde cada una de las líneas de negocio y su cadena de valor.	

*Se entiende como recursos los insumos que la Compañía requiere para el desarrollo de la operativa del negocio, no siendo estos materias primas. Las materias primas, son los recursos naturales utilizados para transformarlos en productos o servicios, como metales, minerales o madera. Por el tipo de modelo de negocio de NH se considera que consume recursos para el desarrollo de sus servicios, pero no requiere de materias primas per sé.

DIMENSIÓN ESG	Temas relevantes 2023	Subtemas	Descripción
SOCIAL	Comunicación con grupos de interés	Canales de comunicación y <i>engagement</i> con grupos de interés internos	Estrategia y medios utilizados por la Compañía para interactuar, informar y comprometer a sus empleados, directivos y otros stakeholders internos, y considerar sus opiniones para el desarrollo de la estrategia y modelo de negocio.
		Canales de comunicación y <i>engagement</i> con grupos de interés externos	Estrategia y medios utilizados por la Compañía para interactuar, informar y comprometer a sus clientes, proveedores y otros stakeholders externos, y considerar sus opiniones para el desarrollo de la estrategia y modelo de negocio.
	Cultura de igualdad, diversidad e inclusión	Diversidad, integración e inclusión laboral	Estrategia y políticas que la empresa implementa para promover un entorno de trabajo que valora y respeta la diversidad en términos de género, origen étnico, orientación sexual y otras características.
		Igualdad de trato y oportunidades	Prácticas diarias presentes en la Compañía destinadas a asegurar que todos los <i>team members</i> sean tratados con equidad y justicia, sin importar su género, edad, origen étnico, orientación sexual o cualquier otra característica personal.
	Talento, formación y desarrollo profesional	Atracción del talento	Estrategias y prácticas utilizadas por la Compañía para identificar, atraer y contratar candidatos calificados y con potencial, con el objetivo de cubrir sus necesidades de carácter personal y fortalecer su equipo en la industria hotelera.
		Retención y fidelización del talento	Estrategias y acciones diseñadas para mantener a los empleados existentes, fomentar su compromiso y lealtad a la Compañía, y promover un entorno laboral que incentive la fidelización de los <i>team members</i> en el largo plazo.
		Formación y desarrollo profesional	Inversión y programas destinados a capacitar y mejorar las habilidades de los <i>team members</i> , permitiéndoles crecer en sus carreras y contribuir de manera más efectiva a la Compañía en el ámbito de la industria hotelera.
	Seguridad y salud de los <i>team members</i>	Salud y Seguridad de los <i>team members</i>	Prácticas y políticas orientadas a garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para los <i>team members</i> y así como para los empleados no asalariados de la empresa.
	Protección de los Derechos Humanos y Laborales	Protección de los Derechos Humanos	Estrategia y políticas implementadas por la Compañía para garantizar que sus operaciones respetan y promueven los Derechos Humanos en todos los aspectos, incluyendo la igualdad, la no discriminación, la dignidad y la justicia, tanto dentro de la organización como en sus relaciones con comunidades locales y otros stakeholders.
		Protección de los Derechos Laborales	Políticas y prácticas destinadas a garantizar que los <i>team members</i> de la Compañía disfruten de condiciones laborales justas, seguras y respetuosas de sus derechos.
	Compromiso con los <i>team members</i> y contratación responsable	Bienestar de los <i>team members</i>	Políticas y prácticas que buscan equilibrar la vida laboral y personal de los <i>team members</i> , así como salarios competitivos y condiciones laborales justas.
		Convenios colectivos y contratación responsable	Políticas y acciones que respetan los derechos básicos de los empleados relacionados con una transparencia durante su contratación y unas condiciones y beneficios laborales dignos.
	Cadena de valor responsable	Bienestar, salud y seguridad de los trabajadores de la cadena de valor	Acciones y políticas que la Compañía implementa para asegurar que los trabajadores en su cadena de suministro tengan condiciones laborales seguras, saludables y respetuosas con sus derechos.
Criterios ESG en la selección y evaluación de proveedores		La práctica de considerar factores ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) al elegir y evaluar a los proveedores de la Compañía. Esto implica asegurarse de que los proveedores compartan y cumplan con estándares sostenibles y éticos en áreas como la gestión ambiental, los derechos laborales y la integridad empresarial, alineando la cadena de suministro con los principios ESG.	
Comunidades afectadas e impacto local	Derechos de las comunidades locales, fomento de la cultura local y comunidades indígenas	Políticas y prácticas que buscan respetar los derechos de las comunidades locales, preservar su cultura y apoyar el desarrollo sostenible de las comunidades indígenas, promoviendo relaciones beneficiosas y respetuosas.	
	Acción social y voluntariado corporativo	Iniciativas y programas mediante los cuales la Compañía se involucra en actividades benéficas y de apoyo a la comunidad.	
Experiencia del cliente y calidad del servicio	Calidad del servicio, satisfacción y bienestar	Prácticas y enfoques utilizados por la Compañía para garantizar que los clientes reciban un servicio excepcional, experimenten satisfacción en su estancia y disfruten de un ambiente que promueva su bienestar y comodidad.	

SOCIAL	Experiencia del cliente y calidad del servicio	Experiencias únicas y sostenibles para el cliente	La estrategia de ofrecer a los huéspedes experiencias memorables y sostenibles durante su estancia en los hoteles de la Compañía. Esto implica proporcionar servicios excepcionales mientras se minimiza el impacto ambiental y se promueve el respeto por la comunidad, ofreciendo a los clientes una experiencia única y responsable.
		Gestión de las incidencias	Procesos y protocolos utilizados por la Compañía para identificar, abordar y resolver problemas, quejas o situaciones inesperadas que puedan surgir durante la operación de sus hoteles. Esto incluye la gestión de reclamaciones de los clientes, problemas operativos y cualquier otro incidente que pueda afectar la experiencia del cliente.
		Salud y seguridad de clientes	Políticas y prácticas implementadas para garantizar un entorno seguro y saludable en los hoteles de la Compañía. Esto incluye medidas de higiene, seguridad y protocolos para proteger la salud y bienestar de los huéspedes.
GOBERNANZA	Ética, transparencia y cultura empresarial	Código de conducta, ética e integridad empresarial	Conjunto de principios, normas y directrices éticas y de comportamiento que establece las expectativas y estándares de conducta que los <i>team members</i> y miembros de la Compañía que deben seguir en el ejercicio de sus funciones y en su interacción con otros, tanto dentro como fuera de la Compañía.
		Canal de denuncias	Mecanismo o sistema establecido por la organización para permitir a los empleados, clientes, proveedores y otras partes interesadas dar a conocer de manera confidencial y segura sobre comportamientos o actividades indebidas, poco éticas o ilegales que puedan estar ocurriendo dentro de la empresa.
		Prevención de corrupción, blanqueo de capitales y sobornos	Medidas y políticas destinadas a evitar actividades ilegales como el soborno, el lavado de dinero y el abuso de poder.
		Estructura, composición y funcionamiento de los órganos de gobierno	Organización y gestión de las instancias de liderazgo y toma de decisiones dentro de la empresa.
	Gestión de riesgos del negocio	Gestión de riesgos (ESG, no financieros y emergentes)	Capacidad de la Compañía para su adaptación a los principales Riesgos del negocio. Gestión y prevención de los principales Riesgos globales, del sector, actuales o emergentes.
		Cumplimiento regulatorio	Impacto de nuevas regulaciones. Influencia de la inestabilidad normativa y política de los países en donde la Compañía está presente. Participación en lobbies turísticos para impulsar las mejoras en el sector.
	Ciberseguridad y tratamiento de datos	Tratamiento y protección de datos	La responsabilidad de la organización de proteger la información personal y confidencial de las personas y grupos con los que interactúa, como clientes, <i>team members</i> , proveedores y otras partes interesadas.
Ciberseguridad		La práctica de establecer las medidas necesarias para proteger sistemas, redes y programas de ataques digitales. Por lo general, estos ciberataques apuntan a acceder, modificar o destruir la información confidencial, así como extorsionar a los usuarios o los usuarios o interrumpir la continuidad del negocio.	
Digitalización e innovación	Transformación digital, innovación y nuevas tecnologías	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. Evolución hacia un modelo operativo digitalizado a través de la innovación, tecnología y procesos más eficientes e inteligentes.	

3. Identificación de Impactos, Riesgos y Oportunidades ESG (IROs).

Tras la actualización de los potenciales temas y subtemas materiales para el grupo, se llevó a cabo un proceso de identificación de los principales impactos, riesgos y oportunidades a los que la Compañía se enfrenta.:

- Impacto: se entiende por impacto el efecto que los procesos, actividades, productos, servicios o relaciones de la entidad tienen sobre las personas o el medio ambiente a lo largo del tiempo. Hay impactos actuales y potenciales, positivos y negativos.
- Riesgo: se define como los acontecimientos o condiciones inciertas que, de producirse, podrían tener un efecto negativo en el modelo de negocio, su estrategia, su capacidad para alcanzar sus metas y para crear valor. Pueden condicionar sus decisiones relaciones comerciales. Los mismos pueden ser actuales o potenciales
- Oportunidad: se describe como los acontecimientos o condiciones inciertas que, de producirse, podrían tener un efecto positivo en el modelo de negocio, su estrategia, su capacidad para alcanzar sus metas y para crear valor. Pueden condicionar sus decisiones relaciones comerciales y los mismos pueden ser actuales o potenciales.

Así pues, para la identificación de los mismos se llevó a cabo una consulta a diferentes grupos de interés tanto internos como externos en donde destaca la participación de *team members*, directivos y responsables de áreas corporativas, proveedores, asociaciones, analistas y accionistas, entre otros. Bajo diferentes herramientas y mecanismos se recogieron las percepciones y expectativas de los mismos sobre la Compañía permitiendo la recopilación de IROs en materia ESG para cada potencial asunto y subasunto material.

4. Valoración de IROS. Involucración y consulta a los grupos de interés.

Una vez se obtuvo el catálogo completo de IROs de la Compañía asociados a cada asunto y subasunto material, se llevó a cabo una segunda consulta a todos los grupos de interés ampliando la muestra seleccionada con el objetivo de conocer la importancia relativa que otorgan a cada uno de los subasuntos identificados

Así pues, el proceso de consulta y escucha a los grupos de interés tanto internos como externos se llevó a cabo mediante el envío de cuestionarios donde se solicitó la valoración de cada uno de los subasuntos en términos de relevancia propia como partes interesadas clave en el grupo.

5. Integración de resultado y priorización de asuntos.

Tras la recopilación de la información aportada por los grupos de interés a lo largo de las fases anteriores se llevó a cabo un proceso de integración y priorización de los asuntos.

En primera instancia se llevó a cabo la consolidación de los inputs recibidos por las partes interesadas incluyendo la percepción mostrada por los mismos para cada asunto y subasuntos e IROs identificados.

Posteriormente se procedió a la priorización de los IROs atendiendo a diferentes métricas según la tipología de impacto (actual, potencial, positivo o negativo) así como si se trataba de un riesgo o una oportunidad. En este sentido, las métricas analizadas fueron: escala, alcance, probabilidad, remediabilidad y la valoración económica estimada.

Al respecto, cabe señalar que la Compañía ha velado por la integridad y coherencia de la información corporativa, por ello ha adaptado los límites de las métricas de conformidad al procedimiento seguidos en la evaluación del mapa de riesgos de la Compañía.

Una vez integradas las métricas de priorización para cada IRO y gracias a una herramienta de medición, se generaron los resultados de relevancia. Como resultado se obtuvo la Matriz de Doble Materialidad permitiendo identificar las prioridades para cada asunto y subasunto por perspectiva analizada (materialidad de impacto y materialidad financiera).

6. Supervisión y validación del proceso de doble materialidad

En esta fase se presentaron los resultados del análisis de materialidad al Comité Ejecutivo de Sustainable Business y posteriormente fue aprobado por el Comité de Dirección del grupo. A través del presente informe y la firma del mismo dicho análisis es validado por el Consejo de Administración de la Compañía.

La involucración de múltiples áreas clave han desempeñado un papel crucial en el proceso, aportando una visión holística y completa al análisis de doble materialidad. Todo ello ha permitido a la alta dirección una mayor comprensión y aproximación a la realidad del negocio en términos ESG, distinguir entre los impactos hacia el exterior y las dependencias, riesgos y oportunidad que el entorno ofrece en el modelo de negocio de NH Hotel Group.

Asimismo, el ejercicio ha proporcionado una visión amplia y completa de la situación de la Compañía, una base sólida para identificar los asuntos prioritarios, los riesgos y las oportunidades emergentes que permite a la Compañía alinear dichos resultados con su estrategia de crecimiento de Sustainable Business.

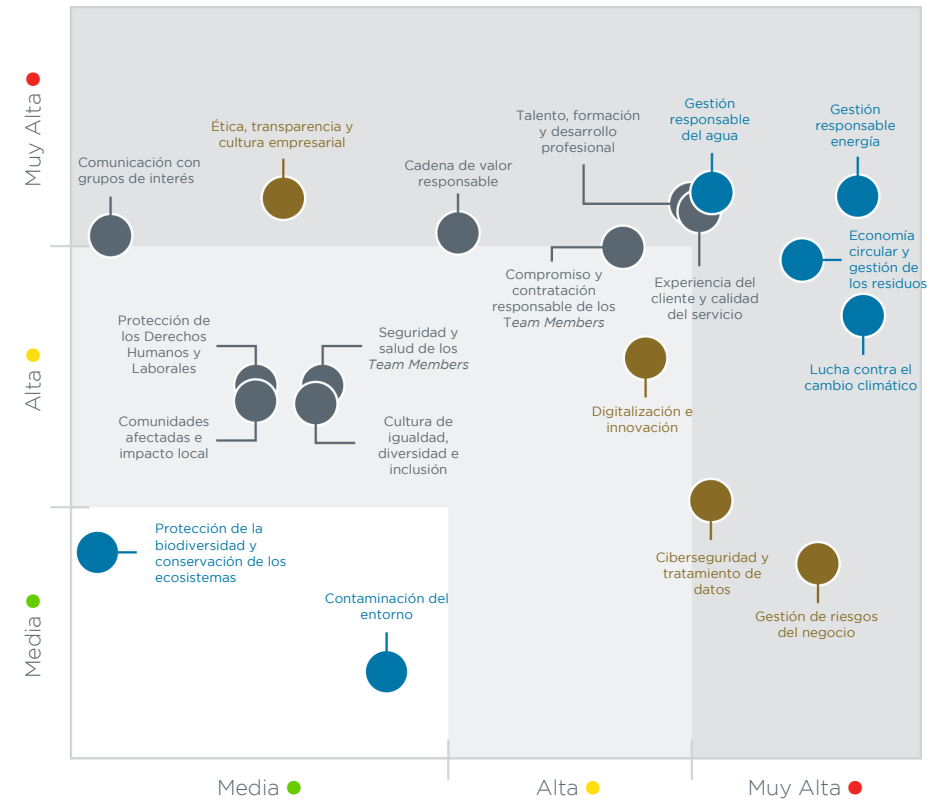
Matriz de Doble Materialidad

Como resultado del análisis expuesto anteriormente, se ha obtenido la Matriz de Doble Materialidad del Grupo.

Como se puede apreciar en la tabla, el código de colores indica la materialidad de cada asunto desde ambas perspectivas, siendo los asuntos marcados en rojo los temas materiales desde ambas.

ESG	Tema	Materialidad de Impacto	Materialidad Financiera	Materialidad
E	1 Gestión responsable energía	●	●	●
	2 Lucha contra el cambio climático	●	●	●●
	3 Contaminación del entorno*	●	●	●
	4 Gestión responsable del agua	●	●	●
	5 Protección de la biodiversidad y conservación de los ecosistemas*	●	●	●
	6 Economía circular y gestión de los residuos	●	●	●●
S	7 Comunicación con grupos de interés	●	●	●●
	8 Cultura de igualdad, diversidad e inclusión	●	●	●●
	9 Talento, formación y desarrollo profesional	●	●	●
	10 Seguridad y salud de los <i>Team Members</i>	●	●	●●
	11 Compromiso y contratación responsable de los <i>team members</i>	●	●	●●
	12 Protección de los Derechos Humanos y Laborales	●	●	●●
	13 Cadena de valor responsable	●	●	●●
	14 Comunidades afectadas e impacto local	●	●	●●
	15 Experiencia del cliente y calidad del servicio	●	●	●
G	16 Ética, transparencia y cultura empresarial	●	●	●●
	17 Gestión de riesgos del negocio	●	●	●●
	18 Ciberseguridad y tratamiento de datos	●	●	●●
	19 Digitalización e innovación	●	●	●

*No material



Gestión de los asuntos materiales

ESG	Tema material	ODS relacionado	Principales indicadores de desempeño	Evolución Vs 2022	Objetivo	Gestión del asunto material
E	Gestión responsable energía		■ Consumo de energía verde (kWh)	▲	<ul style="list-style-type: none"> ■ Incrementar % de hoteles con energía renovable (vs. 2023) ■ Incrementar el % de hoteles con certificaciones sostenibles (vs. 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PLANET > Productos y activos sostenibles > Programa de certificación ambiental ■ UP FOR PLANET > Productos y estándares operativos > Gestión responsable de la energía
			■ Ratio de consumo energético (kWh/RN)	▼		
			■ N° certificaciones sostenibles	▲		
			■ % de hoteles con certificaciones ambientales individuales	▲		
Lucha contra el cambio climático		■ Ratio de emisiones (kg eq CO ₂ /RN)	▼	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reducción del 4% de las emisiones netas de CO₂eq en 2024 (vs.2023) ■ Aprobación objetivo SBT alineado a la ambición 1,5°C (corto y largo plazo) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PLANET > Productos y activos sostenibles > Programa de certificación ambiental ■ UP FOR PLANET > Productos y activos sostenibles > Plan SBT 2030 ■ UP FOR PLANET > Productos y activos sostenibles > Hoteles sostenibles 	
		■ Emisiones evitadas (t eq CO ₂)	▲			
		■ Emisiones compensadas	▼			
Gestión responsable del agua		<ul style="list-style-type: none"> ■ Ratio de agua consumida (m³/RN) ■ % de hoteles en zonas de estrés hídrico 	<ul style="list-style-type: none"> ▼ = 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Reducir el ratio de consumo de agua un 1% (vs. 2023) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PLANET > Productos y estándares operativos > Gestión de residuos y economía circular ■ UP FOR PLANET > Productos y estándares operativos > Desarrollo de productos más sostenibles 	
Economía circular y gestión de los residuos		<ul style="list-style-type: none"> ■ N° hoteles con la herramienta de gestión de residuos implementada 	NO APLICA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Avanzar en la automatización para monitorizar la gestión de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PLANET > Productos y estándares operativos > Gestión de residuos y economía circular ■ UP FOR PLANET > Productos y estándares operativos > Desarrollo de productos más sostenibles 	
S	Comunicación con grupos de interés		■ % de participación en la encuesta de clima	▼	■ Objetivo en desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> ■ ESTRATEGIA de SUSTAINABLE BUSINESS > Creación de valor para nuestros grupos de interés ■ UP FOR PEOPLE > Comunicación interna
			■ N° de cuestionarios enviados a proveedores	▲		
			■ % de asistencia a la Junta de Accionistas	=		
	Cultura de igualdad, diversidad e inclusión		<ul style="list-style-type: none"> ■ % de <i>team members</i> mujeres ■ % de <i>team members</i> mujeres directivas ■ N° total de nacionalidades de los <i>team members</i> 	<ul style="list-style-type: none"> = ▲ ▲ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mantener los reconocimientos como compañía diversa 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PEOPLE > Estrategia de People ■ UP FOR PEOPLE > Cultura de igualdad, diversidad e Inclusión ■ UP FOR PEOPLE > Un equipo con las mismas oportunidades

Talento, formación y desarrollo profesional 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Horas totales de formación ▲ ■ Inversión en formación ▲ ■ % promociones internas en Key positions (TOP 100) ND ■ Horas totales por team member formado ▲ ■ Tasa de rotación total ▲ ■ Tasa de rotación voluntaria ▲ ■ Tasa de rotación voluntaria TOP 100 ND 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumentar las horas de formación un 3% (vs. 2022) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PEOPLE > Estrategia de People ■ UP FOR PEOPLE > Formación ■ UP FOR PEOPLE > Gestión del Talento ■ UP FOR PEOPLE > Tasa de rotación, absentismo y salidas ■ UP FOR PEOPLE > Atracción del Talento 			
	Seguridad y salud de los Team Members 	<ul style="list-style-type: none"> ■ N° de accidentes mortales = ■ Índice de gravedad de accidentes ▲ ■ Índice de frecuencia de accidentes ▲ ■ Índice de gravedad de enfermedades profesionales ▲ ■ Índice de frecuencia de enfermedades profesionales ▲ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Disminuir los accidentes laborales (vs. 2023) ■ Promocionar iniciativas de wellbeing ■ 0 accidentes mortales 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PEOPLE > Estrategia de People ■ UP FOR PEOPLE > Seguridad, salud y bienestar laboral 		
		Compromiso y contratación responsable de los team members 	<ul style="list-style-type: none"> ■ % de <i>team members</i> cubiertos por convenio colectivo = 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mantener el % de <i>team members</i> cubiertos por convenios colectivos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PEOPLE > Estrategia de People ■ UP FOR PEOPLE > Creación de empleo de calidad ■ UP FOR PEOPLE > Diálogo social con team members ■ UP FOR PEOPLE > Flexibilidad y conciliación 	
			Protección de los Derechos Humanos y Laborales 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Denuncias confirmadas en materia de Derechos Humanos = ■ Evaluación a proveedores en materia de Derechos Humanos = 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Aumentar la participación en la formación en materia de derechos humanos ■ Monitorizar los planes de acción con respecto al ESG supplier program 	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS
		Cadena de Valor responsable 		<ul style="list-style-type: none"> ■ % de compras a proveedores homologados ▲ ■ % de compras a proveedores locales ▼ ■ N° de proveedores evaluados a través de ESG Supplier Program NO APLICA ■ % de proveedores monitorizados intensivos en carbono NO APLICA 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 85% volumen de compras a proveedores homologados ■ Incrementar el número de proveedores incorporados al ESG Supplier program ■ Incrementar el número de proveedores intensivos en carbono monitorizados 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PLANET > Compras sostenibles
				Comunidades afectadas e impacto local 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Contribución monetaria indirecta (€) ▲ ■ Colaboración con asociaciones ▼ ■ Colaboraciones con ONGs y fundaciones ▲ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Objetivo en desarrollo

S	Experiencia del cliente y calidad del servicio 	<ul style="list-style-type: none"> ■ GRI: Global Review Index ▲ ■ CQI: Competitive Quality Index ▲ ■ % de uso de OCI & OCO (On line Check in & Online Check out) NO APLICA 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mantener el grado de satisfacción en las encuestas de cliente (vs. 2023) ■ Revisión e implantación de iniciativa <i>new Green Stay</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ■ UP FOR PEOPLE > Clientes 								
G	Ética, transparencia y cultura empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Horas de formación en compliance ▲ ■ Denuncias confirmadas a través del canal de denuncias = ■ Casos de corrupción y soborno confirmados = ■ Mujeres en el Consejo de Administración ▲ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alineamiento con las mejores prácticas del sector en base a las recomendaciones de la CNMV ■ Mantener el compromiso de investigar el 100% de las denuncias recibidas 	<ul style="list-style-type: none"> ■ GOBIERNO CORPORATIVO ■ ÉTICA Y CUMPLIMIENTO 								
					Gestión de riesgos del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proporcionar formación básica en gestión de riesgos a todos los <i>team members</i> NO APLICA 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Objetivo en desarrollo 	<ul style="list-style-type: none"> ■ GESTIÓN DE RIESGOS 				
									Ciberseguridad y tratamiento de datos 	<ul style="list-style-type: none"> ■ % <i>team members</i> formados en materia de ciberseguridad (PCI, privacidad, etc) NO APLICA 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mantener la completitud de los cursos de ciberseguridad en más de un 60% 	<ul style="list-style-type: none"> ■ TRANSFORMACIÓN DIGITAL > Seguridad de la información > Ciberseguridad ■ TRANSFORMACIÓN DIGITAL > Seguridad de la información > Privacidad y protección de datos

Política de Sostenibilidad

NH Hotel Group como Compañía con un sólido posicionamiento en el sector hotelero a nivel nacional e internacional, opera con el firme compromiso de convertirse en una empresa socialmente responsable contribuyendo activamente al desarrollo sostenible.

Por ello, trabaja con el objetivo de ofrecer servicios sostenibles, consistentes y eficientes para sus clientes, accionistas, proveedores, empleados y la sociedad en su conjunto con la voluntad de ser la empresa de referencia en Sostenibilidad del sector.

Bajo este compromiso el Grupo ha desarrollado durante el 2023 un hito relevante en su estrategia de Sustainable Business. El pasado 26 de julio de 2023, el Consejo de Administración de NH Hotel Group llevó a cabo la aprobación de la Política de Sostenibilidad que sustituye y deroga a la Política De Responsabilidad Social Corporativa.

A través de la misma, NH Hotel Group establece los principios generales que permitan asegurar un modelo de gestión ético, responsable y sostenible estableciendo un marco de referencia común y transversal, a partir del cual todos los empleados que forman parte del Grupo NH puedan actuar y tomar decisiones basadas en la gestión equilibrada de los intereses económicos y las implicaciones sociales y ambientales derivadas de las operaciones societarias.

Con esta Política, NH pretende garantizar que todas sus actividades corporativas se realicen con el compromiso de promover entre sus *team members* y resto de grupos de interés tales como clientes, proveedores o socios entre otros, los valores de la responsabilidad, la integración y la ética, de forma que tanto las necesidades de la sociedad presente, como de las futuras generaciones, se vean satisfechas de manera comprometida y sostenible.

Sin perjuicio de lo anterior, esta Política se desarrollará y complementará con las diferentes [políticas](#) que se aprueben en el Grupo que tengan relación directa con los principios generales establecidos.

Entre los objetivos principales de la política destacan:

- Impulsar la gestión de hoteles sostenibles.
- Respetar y proteger los Derechos Humanos de manera integrada en la cultura de la Compañía.
- Contribuir activamente en la generación de valor social y económico/ al bienestar económico y social de las comunidades en el que opera.
- Promover la transparencia empresarial comunicando y reportando periódicamente sobre sus progresos/prácticas de sostenibilidad.
- Desarrollar iniciativas innovadoras de sostenibilidad.
- Educar y formar internamente sobre la estrategia de sostenibilidad de la Compañía.

Asimismo, a través de dicha política se reafirma el compromiso de la Compañía con sus grupos de interés. Muestra de ello es la alta implicación de grupos de interés en procesos de relevancia para la Compañía como el [Análisis de Doble Materialidad](#) (proceso de identificación de asuntos no financieros materiales o relevantes para el desarrollo de la actividad empresarial de NH). Asimismo, destaca la importancia de la comunicación con los grupos de interés. Para ello, NH dispone de una serie de canales y medios a través de los cuales establece la comunicación y diálogo con todos los grupos de Interés, basándose en la transparencia y el compromiso, como ejes básicos para construir relaciones estables y de mutua confianza.

Creación de valor para nuestros grupos de interés

El impacto de NH Hotel Group influye en el éxito a largo plazo de la Compañía y de sus grupos de interés. Es por ello que en NH Hotel Group la escucha a los grupos de interés resulta esencial en la elaboración, desarrollo, implementación, seguimiento y monitorización de la estrategia de Sustainable Business. Al respecto, la Compañía establece una comunicación con sus grupos de interés bidireccional, continua, transparente y clara.

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: *team*

members, clientes, proveedores, propietarios y socios así como accionista, inversores y comunidad financiera considerados como socios en el desarrollo de los negocios; como a los externos: organismos reguladores, medios de comunicación y la sociedad en su conjunto comenzando por las comunidades locales en las que la Compañía desarrolla sus actividades.

NH Hotel Group tiene identificados ocho stakeholders principales, y con los que a lo largo de 2023 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 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. De tal forma que, a través de dichos canales, la Compañía recibe la visión y expectativas de sus grupos de interés, los cuales son traccionados a través de la estrategia de crecimiento del Grupo así como la estrategia de Sustainable Business del grupo.

Frecuencia de la comunicación: (■) Recurrente (▒) Periódica (■) Puntual

Grupo de interés	Mecanismos de diálogo y participación	Relevancia	Departamento corporativo
Team Members	<ul style="list-style-type: none"> ■ Encuestas de satisfacción/clima laboral ■ Comunicación interna: Newsletters, Town Halls, charlas, intranet, MyNH App, Comunicados varios ▒ Evaluación de competencias y conocimientos: Time For You (TFY) ▒ Buzón de sugerencias: Team Member Sugestion Box ■ Sistema de reclamaciones: Canal de denuncias ■ Portal del empleado ▒ Estado de Información No Financiera ■ Página web corporativa y Redes Sociales 	Muy alta	Departamento de People
Accionistas, inversores y comunidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> ▒ Junta General de Accionistas ■ Canales de comunicación directa con inversores: investor.relations@nh-hotels.com ■ Política de Comunicación con accionistas e inversores ■ Newsletters ■ Proxy Advisors ■ Roadshows ▒ Reuniones periódicas: Agenda del Inversor ▒ Informes corporativos anuales y trimestrales ■ Canal de denuncias ▒ Estado de Información No Financiera ■ Página web corporativa y Redes Sociales 	Muy alta	Departamento de Finance y Departamento de PR, Communication & Public Affairs

Frecuencia de la comunicación: (■) Recurrente (▒) Periódica (■) Puntual

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 corporativa 	<p>Muy alta</p>	<p>Departamento de Assets & Development</p>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ■ Encuesta de satisfacción ■ Programas de fidelización: NH DISCOVERY ■ Sistema de reclamaciones: Canal de denuncias ■ Servicio de atención al cliente ■ Vídeos corporativos ■ Campañas publicitarias ▒ Webinars ■ Canales digitales: Página web corporativa, App corporativa y Redes Sociales 	<p>Muy alta</p>	<p>Departamento de CRM & Loyalty & Promotions, Departamento de Experience, Design & Innovation, Departamento de Marketing Strategy Brand & Product y Departamento de Quality</p>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> ▒ Comunicación directa a través reuniones presenciales y periódicas, llamadas e intercambio de correos ■ Visita directa a proveedores ▒ Convecciones sectoriales ■ Publicidad y medios de comunicación ■ Plataforma de homologación para proveedores ▒ Estado de Información No Financiera ■ Página Web corporativa y Redes sociales 	<p>Alta</p>	<p>Departamento de Compras</p>
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ▒ Notas y Comunicados de prensa ▒ Foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. ▒ Relaciones institucionales ■ Página Web corporativa y Redes sociales 	<p>Alta</p>	<p>Departamento de PR, Communication & Public Affairs</p>
Organismos reguladores	<ul style="list-style-type: none"> ▒ Colaboración a través de alianzas a nivel local, regional, autonómico y nacional con los órganos internacionales, esencialmente del sector del turismo y hotelero ▒ Publicaciones anuales y trimestrales ▒ Colaboración con asociaciones sectoriales ■ Página web corporativa 	<p>Alta</p>	<p>Departamento de PR, Communication & Public Affairs y Departamento de Legal Affairs</p>
Sociedad	<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 ▒ Acuerdos de colaboración ▒ Acciones de voluntariado ▒ Estado de Información No Financiera ■ Página web corporativa y Redes Sociales 	<p>Media</p>	<p>Departamento de Sustainable Business</p>

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.

El turismo tiene un alto impacto en el desarrollo de las ciudades. Desde el sector se debe contribuir a que este crecimiento se lleve a cabo de manera sostenibles y planificada, respetando el carácter 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, UNESCO Pledge y la CEOE, entre otras. Además, NH Hotel Group está facilitando un camino común para avanzar en materia de sostenibilidad hotelera que sea accesible a todos los hoteles. Para ello, desempeñó un papel decisivo en el desarrollo de los Conceptos Básicos de Sostenibilidad Hotelera para que los hoteles asuman su responsabilidad con el planeta y con las personas, partiendo de acciones indispensables que todo el mundo debe poner en práctica.



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. La contribución de NH Hotel Group anual es de 2.400€.



Sustainable Travel
Pledge

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. La contribución de NH Hotel Group anual es de 5.200€.



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.

La contribución de NH Hotel Group anual es de 50.000€.



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.

La contribución de NH Hotel Group anual es de 25.000€.



Marco Básico de Sostenibilidad

NH Hotel Group participó junto con otras hoteleras en la 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.

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

NH Hotel Group lleva años apostando por un turismo enfocado en el desarrollo sostenible, que minimice el impacto negativo en el medioambiente, además de generar riqueza y diversidad.

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 2023, NH Hotel Group realizó una aportación total de 501.626 €, distribuidos entre asociaciones sectoriales, cámaras de comercio, asociaciones ambientales, culturales y fundaciones y ONGs sin ánimo de lucro, entre otras:

Contribución a asociaciones en 2023 (en €)

	2023	2022
Asociaciones sectoriales	378.932	325.532
Trade associations (Cámaras de comercio)	22.260	99.015
Asociaciones ambientales	70.376	56.016
Asociaciones culturales	16.171	24.698
Fundaciones, ONG y asociaciones sin ánimo de lucro	13.887	3.335
Total	501.626	508.596

*Ninguna de las contribuciones que NHHG realiza se corresponde con contribuciones a partidos y/o candidatos políticos así como a procesos electores u otras tipologías no reflejadas en la tabla superior.

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.

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

	2023	2022
Turismo sostenible	102.833 €	86.863 €
Promoción de las relaciones locales e internacionales y las oportunidades de negocio responsables	401.192 €	421.739 €

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.

Relación con los gobiernos

La Compañía gestiona su negocio de acuerdo con los valores corporativos, su marco ético y de conducta, además de garantizar el estricto cumplimiento de la legalidad vigente en cada país.

En relación con los gobiernos locales, siempre actúa con independencia de cualquier poder político, manteniendo la transparencia con las diferentes instituciones públicas y administrativas.

NH Hotel Group se caracteriza por una absoluta neutralidad política. La Compañía no realiza contribuciones económicas o en especie a partidos políticos o a candidatos electorales. 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.

NH Hotel Group sí forma parte de organizaciones sectoriales o de fundaciones vinculadas al desarrollo de su actividad o al área geográfica en la que opera. A través de su presencia en estas organizaciones, la Compañía aspira a contribuir al progreso y al desarrollo de los lugares en los que está presente. *Más información en el apartado del presente Informe: "Contribución a asociaciones sectoriales, asociaciones sin ánimo de lucro y cámaras de comercio".*

NH Hotel Group y la Agenda 2030

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (UNGC) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son dos iniciativas interconectadas destinadas a promover el desarrollo sostenible y las prácticas empresariales responsables. Los 10 Principios del NNUU proporcionan un marco para que las empresas alineen sus estrategias y operaciones con objetivos sociales más amplios, los ODS establecen metas que ayudan a las Compañías a implementar las estrategias previamente definidas.

En esta línea y 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 8 de Trabajo decente y crecimiento económico;
- ODS 11 de Ciudades y comunidades Sostenibles



Derechos Humanos

Principio 1: Las empresas deberían apoyar y respetar la protección de los derechos humanos declarados internacionalmente.

Principio 2: Las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de los derechos humanos.

Trabajo

Principio 3: Las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.

Principio 4: Las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio.

Principio 5: Las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.

Principio 6: Las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

Principio 7: Las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.

Principio 8: Las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Lucha contra la corrupción

Principio 10: Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.

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.







PRODUCTOS Y ACTIVOS SOSTENIBLES

- 184** Total hoteles certificados/año
- 26** Nuevos hoteles certificados/año
- 66 %** de la electricidad consumida proviene de fuentes de energía renovables
- 100%** de la electricidad verde en hoteles del Sur de Europa
- 99** Hoteles con servicio de alquiler de bicicletas
- 72** Hoteles con cargadores eléctricos

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 reponsables.








PROCESOS Y ESTÁNDARES OPERACIONALES

- 47,01** Ratio consumo energético
- 0,33** Ratio consumo de agua
- 7,23** Ratio Huella de carbono







COMPRAS SOSTENIBLES

- 13.875** Proveedores totales
- 1.835** Proveedores activos con Códigos Éticos firmados
- 367** Proveedores críticos
- 62 %** Compra homologada (OpEx + CaPex)



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.



EMPLEADOS

- 171.273** Horas totales de formación a empleados
- 113** Empleados con discapacidad
- 45 %** de Mujeres en posiciones directivas
- 51 %** de Mujeres en plantilla
- 36 %** Rotación media
- 443** Accidentes con baja

CLIENTES

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



COMUNIDADES

- 1.752** Voluntarios
- 19.680** Beneficiarios
- 1.590** Habitaciones solidarias
- 237.892** de Contribución indirecta en acción social
- 149** Hoteles involucrados
- 58** Iniciativas sociales