



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

# NÁKAR INVERSIONES HOTELERAS, S.L.





# ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>NUESTRO NEGOCIO</b>	<b>3</b>
Sobre Ona Hotels & Apartments	3
Una historia familiar	3
Presencia geográfica	4
Ona en cifras	6
Misión, visión y valores	6
Perímetro de consolidación	7
Período y verificación	8
<b>ESTRATEGIA ESG</b>	<b>9</b>
Declaración de nuestro C.E.O.	9
Sostenibilidad turística	10
Identificación de riesgos	10
Comunicación con los grupos de interés	10
Políticas	10
Criterios de reporting	11
<b>MATERIALIDAD</b>	<b>12</b>
Definición de temas materiales. Objetivos prioritarios	12
Políticas. Modelo de sostenibilidad.	13
<b>RATIOS GRI</b>	<b>16</b>
Medioambiente	16
Personal	17
Cuestiones económicas	18
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS LEY 11/2018</b>	<b>19</b>



## NUESTRO NEGOCIO

Ona Hotels & Apartments es un grupo empresarial especializado en el sector hotelero. Consta de varias divisiones, siendo una de sus principales líneas de negocio la gestión y explotación de hoteles y complejos vacacionales. Con más de 30 años de experiencia, la compañía dispone de un amplio recorrido en el desarrollo estratégico hotelero. Su trayectoria se ha basado en mejorar los resultados de la cuenta de explotación de los proyectos que se incorporan al Grupo, mediante la conjunción de valores comerciales, estrategias de marketing online y offline, optimización de costes y una mejor reputación a través de una gestión centrada en el cliente. Acciones, todas ellas, dirigidas siempre a conseguir la excelencia y satisfacción de los clientes.



Foto: Apartahotel Alanda Club Marbella

## UNA HISTORIA FAMILIAR

**1994**

Inicio en el tiempo compartido

Empezamos gestionando 20 apartamentos en Salou

**1998**

Comienza el crecimiento

Primera gran adquisición:

- Aldea del Mar
- Marina Arpón
- Gemelos 15

**2003**

Gestión hotelera

Adquirimos nuestro primer resort Ona Cala Pi y nos instalamos en Barcelona.

**2009**

Ona se expande

Presentes en los principales destinos mediterráneos y estrenamos el nombre Ona.

**2015**

Wimpen by Ona

Añadimos 6 hoteles en Tenerife y Lanzarote y 1 hotel en Andalucía.

**2019**

Crecemos en Tenerife

Compramos Excel en Tenerife y añadimos 4 nuevos hoteles.

**2021**

Volvemos con más fuerza tras la crisis

ExpasiOna con el objetivo de 6 hoteles al año en los próximos 5 años.

**2023**

Renacemos para crecer

Nueva identidad de marca para el nuevo grupo Ona.



# PRESENCIA GEOGRÁFICA

## PENÍNSULA | 24 HOTELES

### 1. ANDORRA

ONA DORADA EL TARTER

### 2. PALAMÓS

ONA PALAMÓS

### 3. BARCELONA

ONA LIVING BARCELONA  
MOSAIC BY ONA HOTELS  
CASA LIT BY ONA HOTELS

### 4. SALOU

ONA JARDINES PARAISOL  
ONA SUITES  
ONA AQUAMARINA  
ONA INTERNACIONAL

### 5. DÉNIA

ONA OGISAKA GARDEN  
ONA LAS ZARZAS

### 6. TORREVIEJA

ONA ALDEA DEL MAR

### 7. MURCIA

ONA MARINA ARPÓN  
ONA HACIENDA DEL ÁLAMO  
ONA MAR MENOR GOLF & SPA  
ONA LOMAS VILLAGE LA MANGA CLUB

### 8. NERJA

ONA MARINAS DE NERJA

### 9. BENALMÁDENA

ONA BENALMAR

### 10. MIJAS COSTA

ONA CAMPANARIO

### 11. MARBELLA

ALANDA CLUB MARBELLA  
ONA MARBELLA INN

### 12. ESTEPONA

ONA CLUB BENA VISTA  
ONA DIANA PARK  
ONA VALLE ROMANO GOLF & RESORT





# PRESENCIA GEOGRÁFICA



## I. BALEARES | 6 HOTELES

### MALLORCA

#### 13. PUERTO DE ALCÚDIA

ONA AUCANADA  
- Restaurante Mediterráneo  
ONA GARDEN LAGO

#### 14. CALA D'OR

ONA VILLAGE CALA D'OR

#### 15. CALA PI

ONA CALA PI  
- Mini market El Colmado  
- Restaurante El Mirador  
- The Pepe's Corner  
- Chick-chick Chicken  
- Fries&Dips

#### 16. PAGUERA

ONA PALMIRA PARADISE  
ONA PALMIRA PAGUERA



## I. CANARIAS | 12 HOTELES

### LANZAROTE

#### 17. PLAYA BLANCA

ONA LAS CASITAS  
ONA LAS BRISAS

### TENERIFE

#### 18. LOS GIGANTES

ONA EL MARQUÉS  
ONA LAS ROSAS

#### 19. CALLAO SALVAJE

ONA SUEÑO AZUL

#### 20. PLAYA LAS AMÉRICAS, ADEJE

PALM BEACH

#### 21. LOS CRISTIANOS, ARONA

BEVERLY HILLS  
BH SUITES  
HOLLYWOOD MIRAGE

#### 22. LOS CRISTIANOS

ONA LOS CLAVELES

#### 23. LAS GALLETAS

ONA ALBORADA

### GRAN CANARIA

#### 24. PUERTO RICO

BAHÍA BLANCA





## ONA EN CIFRAS



**42**

ESTABLECIMIENTOS



**10.300**

HABITACIONES



**20.400**

CAPACIDAD



**24**

DESTINOS



**1200**

EMPLEADOS



**25**

RESTAURANTES



**7**

SUPERMERCADOS

## VISIÓN

Cadena líder europea de apartamentos asequibles, funcionales y confortables, en los principales destinos vacacionales.

## MISION

Crear experiencias y espacios ideales, adecuados para que las familias disfruten sus vacaciones con esencia local y mediterránea.

## VALORES

### HUMANOS

Excelencia, apostando por la máxima calidad. Transparencia y honestidad. Cercanía y respeto a los demás. Sumar y multiplicar.

### CORPORATIVOS

Servicio y excelencia. Innovación. Cercanía.



### SERVICIO Y EXCELENCIA

El servicio y la excelencia es nuestra razón de ser. Cada día trabajamos para ofrecer un mejor servicio a nuestros clientes. Una mejora que sólo se puede llevar a cabo gracias a la escucha activa de sus necesidades y sugerencias.



### INNOVACIÓN

Aplicamos nuevas tecnologías y herramientas para hacer que los momentos que nuestros clientes viven con nosotros sean más plácidos y placenteros. Evolucionamos para su comodidad.



### CERCANÍA

Nos gusta estar cerca de nuestros clientes, porque ellos son los que nos ayudan a mejorar. Su voz es la que guía nuestras acciones.



## PERIMETRO DE LA INFORMACIÓN

Este Informe recoge el Estado Consolidado de Información no Financiera de NÁKAR INVERSIONES HOTELERAS, S.L. y sociedades dependientes (ONA HOTELS & APARTMENTS), participadas en los porcentajes que se indican a continuación, correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2023. En concreto, se recoge la información de las siguientes sociedades:

Ona se dedica principalmente a la gestión de hoteles y apartamentos en diferentes destinos vacacionales, en los que se ofrecen servicios de restauración, entretenimientos, spa y bienestar, entre otros.

El enfoque para calcular los ratios de información no financiera relativa al personal ha sido considerar las magnitudes de todas las sociedades que integran el perímetro de consolidación



Foto: Ona Mar Menor Golf & Spa



Nákar Inversiones Hoteleras, S.L.	Apartur Marinas de Nerja, S.L.U.	Bruiet S.L.	Cala Pi Maintenance, S.L.
Clubotel La Dorada, S.L.	Comunidad y Turismo S.L.	Excel Hotels & Resort, S.A.	First Ona Cap, S.L.U.
Galatea Marbella S.L.	Inmobiliaria Alcanada, S.L.	Inmobiliaria Quadis, S.L.	Jardines Paraisol, S.L.
Medit Royal, S.L.U.	Morubansi, S.L.	Numedia Trade, S.L.U.	Ogisaka Costa Blanca, S.L.
Ogisaka Garden Holiday S.L.	Ona Campanario Management, S.L.	Ona Campanario, S.L.	Ona Edge Hotels Management, S.L.
Ona Project 10, S.L.	Perblau 2000, S.L.	Primotur S.L.	Salou Aquamarina S.A.
Wimpen Holding, S.L.			



## PERÍODO, ACTUALIZACIÓN Y VERIFICACIÓN EXTERNA

El Estado de Información No Financiera es anual y cubre el periodo 1 de enero de 2023 a 31 de diciembre de 2023, que coincide con el periodo objeto de sus informes financieros.

Este es el primer año en que la sociedad está obligada a reportar datos no financieros, por lo que las cifras comparativas, en el caso de poder obtenerse, se compilan con el mismo enfoque y siguiendo los mismos criterios aplicados para el ejercicio 2023.

El informe da respuesta a los requerimientos de información de la Ley 11/2018 de diciembre por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital (RDL 1/2010, de 2 de julio) y la Ley de Auditoría de Cuentas (Ley 22/2015 de 20 de julio) de información no financiera y diversidad.

El informe forma parte del Informe de Gestión y evidencia el compromiso del Órgano de Gobierno de la compañía con la gestión y supervisión de los aspectos no financieros. Para su redacción, se han seguido las indicaciones de los estándares G.R.I. (Global Reporting Initiative) y pone de manifiesto el compromiso de la compañía con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (O.D.S.) definidos por las Naciones Unidas en la Agenda 2030.

Para la elaboración de este informe se han considerados las prioridades E.S.G. y será verificado externamente por la firma QS AUDIT CONSULTOR, S.L.P.

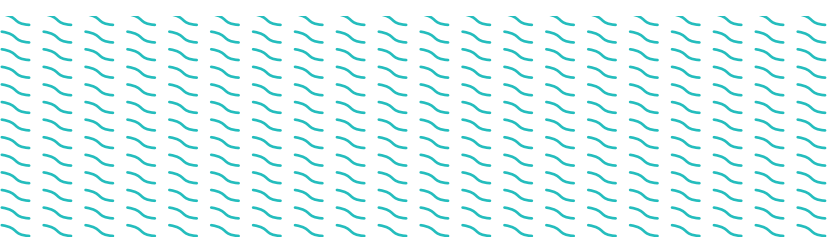


Foto: Casa Lit Barcelona by ONA





## ESTRATEGIA ESG

### DECLARACIÓN DE NUESTRO C.E.O.

Este es el primer año que Ona Hotels & Apartments formula su Estado de Información no Financiera, pero su compromiso con los preceptos ESG – sostenibilidad medioambiental, responsabilidad social y buen gobierno – hace tiempo que ha sido incorporado en nuestra cultura y en nuestra forma de hacer negocios.

Nuestra estrategia parte de nuestros valores y nuestra misión es invitar y acompañar a nuestros clientes hacia un modelo turístico sostenible. En este Informe, podréis comprobar como nuestras prioridades ESG a nivel de negocio se están implementando y desarrollando progresivamente.

Estamos comprometidos con la eficiencia energética y la reducción del consumo hídrico. Nuestro principal objetivo es conseguir disminuir los consumos de forma continuada, focalizados en la supresión paulatina de toda dependencia de los suministros fósiles, enfatizando en la eliminación por completo del gasoil, consiguiendo así una minoración continua de emisión de CO<sub>2</sub>, reduciendo así la huella de carbono.

Asimismo, estamos muy comprometidos con la diversidad, la inclusión y el sentimiento de pertenencia de nuestros empleados, priorizando la contratación de personal local, asegurando su bienestar y la igualdad de oportunidades para desarrollar su carrera y ejercer un trabajo lleno de sentido.

Nuestra visión de futuro, con vistas al año 2030, pone especial atención a la concienciación y el trabajo por y para los territorios donde estamos presentes, con la finalidad de ofrecer bienestar y cuidar a los habitantes de las distintas comunidades, preservar el entorno y ayudar a divulgar sus particulares culturas.



**NACHO BARRAU**  
C.E.O. DE ONA HOTELS & APARTMENTS









## ESTRATEGIA ESG

### SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

Un destino turístico sostenible sitúa la sostenibilidad como pilar básico en su forma de gestionar las incidencias del turismo en la triple dimensión medioambiental, socioeconómica y territorial, de manera que puedan introducirse las medidas preventivas o correctivas necesarias en el momento en que se identifican, con la finalidad de fortalecer la cohesión territorial. Por otra parte, son destinos que ofrecen un alto grado de satisfacción a los turistas y que contribuyen a que el turismo sea una experiencia significativa, haciendo al usuario más consciente de la problemática de la sostenibilidad y fomentando unas prácticas turísticas alineadas con criterios sostenibles.

El destino vacacional predomina en el total de oferta y demanda turística en España. Estos destinos se enfrentan a un profundo cambio de paradigma competitivo, que la pandemia no ha hecho más que reforzar. A las nuevas demandas de seguridad sanitaria, se suma la presencia de un turista cada vez más informado, más exigente y con mayores alternativas respecto a destinos sostenibles, con una mejor distribución de los beneficios socioeconómicos del turismo entre las comunidades locales y con un menor impacto ambiental en su entorno.

Hay un conjunto de objetivos asociados a esta categoría de destinos que podrían resumirse en los siguientes apartados:

-  Regeneración y conservación del litoral
-  Aumento Mejora continua de la eficiencia energética
-  Actuaciones de embellecimiento y respeto del entorno
-  Lucha contra el cambio climático en los destinos litorales vulnerables
-  Alianzas con los destinos rurales próximos
-  Desestacionalización de la oferta
-  Avanzarse en la gestión sostenible e inteligente de los residuos
-  Restauración de ecosistemas, intentando respetar la biodiversidad y bajo impacto.

### IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

La compañía identifica y evalúa sus impactos, como parte de su actividad y con la participación de los grupos de interés vinculados. Se implantará una dinámica que le permitirá identificar y gestionar sus impactos a medida que éstos evolucionen y surjan otros nuevos. Todo ello le permitirá priorizar los impactos más significativos y determinar sus temas materiales, tanto de forma directa como indirecta.

Es el Órgano de Gobierno quien supervisa y aprueba los temas materiales, apoyado por un grupo de trabajo que será el encargado de liderar el proceso de determinación de estos asuntos, su valoración y su impacto financiero. Entre los departamentos y funciones relevantes que han participado en este proceso cabe destacar: miembros del equipo de operaciones, obras y proyectos, recursos humanos, financiero, compras, marketing y comercial.

### COMUNICACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

La comunicación fluida con nuestros grupos de interés es un objetivo fundamental para Ona Hotels & Apartments, como ejercicio de transparencia, cercanía y honestidad, y como única fórmula para el desarrollo de un modelo de negocio responsable y sostenible. Esta forma activa de escucha nos ha permitido priorizar los elementos que nuestros grupos de interés valoran como materiales, tales como asegurar la igualdad de oportunidades en los procesos de promoción interna, mejorar la conciliación laboral para los empleados/as, promover acciones a favor de la economía circular o invertir en tecnologías verdes más eficientes.

#### A. EMPLEADOS

Una de nuestras prioridades es mantener el compromiso con nuestros empleados en cuanto a su bienestar, a una adecuada conciliación de la vida familiar y laboral, y a la promoción de la igualdad de trato y oportunidades de todos los miembros de nuestro equipo.

Para ello, la compañía ha establecido protocolos eficaces de lucha contra el acoso laboral, la violencia en el ámbito laboral, el acoso sexual o la discriminación por razón de sexo.

A efectos de conciliar la vida familiar y laboral, la compañía ha establecido un sistema de flexibilidad horaria adaptable a las necesidades de cada uno de los empleados.

Asimismo, los empleados gozan diferentes ventajas por formar parte de Ona Hotels & Apartments, y que concretaremos en otros apartados de este informe.

## B. CLIENTES

La excelencia y el servicio al cliente son nuestra razón de ser. Tal como hemos comentado anteriormente, nuestra misión gira entorno a crear experiencias y espacios ideales para que las familias disfruten de unas vacaciones con esencia local y mediterránea.

Las redes sociales son una herramienta excelente para valorar el grado de satisfacción de nuestros usuarios. Así, todo el equipo de marketing gestiona y coordina el contenido de las redes sociales y hace el seguimiento de todos nuestros perfiles.

En este sentido, una de nuestras principales fuentes de información es el Global Review Index™. Este índice indica la puntuación de la reputación general que tiene un hotel (o Grupo/Cadena de hoteles) en internet, basado en los datos extraídos de las mayores agencias de viajes on-line y páginas de opiniones.

Este índice nos permite hacer el seguimiento histórico de nuestra puntuación y compararla con la de nuestros competidores. Se trata de una puntuación numérica de 0 a 100, calculada por un algoritmo y basada en un Overall de más de 140 agencias de viajes on-line y páginas web de opiniones en más de 45 idiomas.

## C. PROVEEDORES

Mantenemos un contacto estrecho con nuestros proveedores, con quienes hemos establecido relaciones cercanas y de confianza. Uno de nuestros objetivos es conocer bien nuestra cadena de valor y mantener relaciones robustas como garantía de fiabilidad y seguridad.

A pesar de que las compras de productos y servicios está centralizada, con la finalidad de gestionar adecuadamente tanto los costes como los estándares de calidad a nivel de toda la cadena de hoteles, hay una apuesta clara por los proveedores locales en cuanto a la compra de productos precederos en el área de F&B.

## CRITERIOS DE REPORTING

La información presentada en este informe cumple con las siguientes características:









-  **Precisión:** permite realizar una evaluación de los impactos.
-  **Equilibrio:** no sesgada.
-  **Claridad:** accesible y comprensible
-  **Comparabilidad:** facilita el análisis de los cambios.
-  **Exhaustividad:** suficiente para evaluar los impactos.
-  **Contexto de sostenibilidad:** impacto en el contexto más amplio de sostenibilidad.
-  **Puntualidad:** programación periódica a disposición del público a tiempo para la toma de decisiones.
-  **Verificabilidad:** puede examinarse para determinar su calidad.



Foto: Casa Lit Barcelona by Ona

# MATERIALIDAD

## DEFINICIÓN DE TEMAS MATERIALES. OBJETIVOS PRIORITARIOS.

La compañía está alineada con los objetivos del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y, en función de su actividad y de los temas identificados en su análisis de materialidad, se compromete a actuar (prioritariamente) a favor de los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:



### ODS 5 IGUALDAD DE GÉNERO

Implementación progresiva del Plan de Igualdad.

Promoción de la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo en todos los niveles decisorios de la compañía.



### ODS 6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO

Implementación de políticas de eficiencia en el consumo de agua de los establecimientos, mediante la instalación de dispositivos reductores de consumo y control.

Se ha realizado una prueba piloto para el tratamiento y reciclado de aguas residuales, propendiendo por su reutilización de forma segura, mediante riego enterrado del agua tratada, y recogida puntual y su tratamiento adecuado de los restos finales no aprovechables.



### ODS 7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE

Aumento progresivo y considerable de la proporción de energía renovable en el conjunto de fuentes energéticas. Promoción de los contratos de compra de energía verde.

Fomento de la certificación energética de los establecimientos de la compañía. Instalación de energías renovables no emisoras de CO<sub>2</sub>, como son instalaciones fotovoltaicas, sustitución de generación ACS mediante gasoil por aerotermia y recuperación de calor, Estudio de la posibilidad de instalar sistemas eólicos de bajo impacto visual y sonoro.



### ODS 8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Conciliación de la vida familiar y laboral. Ventajas sociales para todos los empleados.

Elaboración y puesta en práctica de políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.



### ODS 12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Implementación de políticas de ahorro en el consumo de agua y electricidad, a través de la monitorización de los equipos empleados en determinadas áreas.

Concienciación y formación a los empleados y directivos de las medidas necesarias para conseguir reducir consumos, y gestionar de manera responsable los productos consumibles y desechables,

Diseño e implementación de políticas de concienciación al cliente y de reducción del desperdicio, principalmente en el área F&B.



### ODS 14 VIDA SUBMARINA

Aportaciones a la Fundación Ona Futura, cuyos objetivos fundacionales son trabajar por un futuro más limpio y sostenible para toda la vida marina.

El análisis de materialidad se ha realizado siguiendo las directrices establecidas en la Guía de Estándares GRI. La compañía ha desarrollado un análisis específico para evaluar los aspectos materiales a nivel económico, ambiental y social, significativos para Ona Hotels & Apartments y su estrategia corporativa, así como aquellos que pueden afectar a las decisiones de sus Grupos de Interés.

El objetivo de este análisis es priorizar los aspectos clave con impacto directo a corto, medio y largo plazo, tanto a nivel de estrategia de Grupo (relevancia interna), como por la percepción que manifiestan sus Grupos de Interés (relevancia externa).



## POLÍTICAS. MODELO DE SOSTENIBILIDAD.

### MEDIOAMBIENTE

Uno de los objetivos prioritarios de nuestra compañía es colaborar con la Sostenibilidad Turística. Para ello, hemos iniciado un camino de concienciación al cliente para reducir, reciclar y reutilizar, especialmente en el área de bufés y restaurantes. En este sentido, el embalaje de plástico y los productos de un solo uso se han sustituido por materiales puros (como la caña de azúcar) y/o biodegradables provenientes de recursos de rápida renovación (como el poliéster biodegradable y bioactivo).

La cadena propende por los productos eco-label en detergentes, papel higiénico y amenities. Así, el papel higiénico es de origen reciclado en un 60 por ciento, los envases son libres de P.E.T., los productos de higiene se dispensan en formato push y se propende por los productos monodosis.

En relación con la gestión de las compras, actualmente hay más de 214 proveedores en el área de restauración que han superado nuestro control interno de calidad en materia de servicio, producto y precio, y que son la base de partida de nuestra planificación responsable en cuanto a la compra de alimentos y bebidas. Por lo que se refiere a producto fresco, verduras y huevos, se compra exclusivamente a productores locales, de acuerdo con las necesidades en nuestros bufés y restaurantes. Fomentamos la alimentación sana y los productos de la dieta mediterránea.

Por otro lado, la eficiencia energética ha sido uno de los principales focos de inversión de Ona Hotels & Apartments durante el año 2023. El estudio de nuestras infraestructuras nos ha permitido identificar y clasificar aquellas instalaciones que generaban mayor consumo. La concienciación en el consumo ha partido de la priorización del ahorro de agua y electricidad, monitorizando equipos de housekeeping, mantenimiento y F&B.

La cadena ha invertido en instalaciones más sostenibles. Ejemplo de ellos son los seis establecimientos que disponen de placas fotovoltaicas, la progresiva eliminación del gas y el gasoil en favor de la aerotermia, o los aireadores de agua y los reductores de caudal que se están implementando como medida clave para reducir el consumo de agua. Asimismo, se están actuando de manera más intensiva con la reducción de volumen y láminas de agua de las piscinas de nuestros complejos, con dos grandes proyectos ya ejecutados (uno en Murcia y otro en Mallorca) y dos instalaciones adicionales ya aprobadas por Dirección General en Dènia (Alicante) y otro más en Mallorca, transformando vasos de piscina recreativos en recogida de aguas pluviales, siendo un proyecto piloto para implantar de forma progresiva en todos nuestros establecimientos.

Algunos hoteles, en su mayoría en las Islas Baleares y Canarias, están implementando ya planes de circularidad. También se está iniciando la instalación de puntos de carga de vehículos eléctricos. Pero lo más importante es nuestro especial esfuerzo e inversión en formar y concienciar a todos los empleados, para que sean los verdaderos motores del cambio hacia una empresa cien por cien alineada con la sostenibilidad.

Cada vez más, grandes plataformas como Google o Booking exigen medidas de sostenibilidad y nuestro objetivo con vistas al año 2030 es estar cada vez mejor posicionados. Para ello, nos fijamos como objetivo la certificación energética de todos nuestros establecimientos.

También la minimización del papel es uno de nuestros proyectos transversales. En marzo de 2023, se lanzó la prueba piloto de una APP en 9 hoteles, que actualmente se ha desarrollado en toda la cadena hotelera, para sustituir progresivamente el papel en restaurantes y recepciones.



## EXPERIENCIA DEL CLIENTE

El objetivo del lanzamiento de nuestra APP ha sido mejorar la experiencia del cliente, así como aumentar la eficiencia en cuanto a nuestro impacto medioambiental.

Permite el check-in y el check-out en formato digital, la reserva de servicios como masajes, tratamientos en el spa, restaurantes o excursiones on-line, habilita una comunicación directa con los hoteles y fomenta el intercambio de información y recomendaciones entre nuestros clientes y hacia nosotros.

Por otra parte, ayuda a personalizar y aumentar la satisfacción del cliente, así como recopilar datos valiosos sobre los huéspedes, que luego podemos utilizar para alcanzar la excelencia en el trato y canalizar posibles quejas o sugerencias de nuestros usuarios. Tal como hemos remarcado, la excelencia y el servicio al cliente son nuestra razón de ser.

En 2023 hemos obtenido un 85.5% en el Global Review Index™, a partir de 40.768 opiniones procesadas de huéspedes y clientes. Este índice marca la puntuación alcanzada a partir de los comentarios on-line de más de 140 agencias de viaje on-line en webs de todo el Mundo. Se consideran positivo un índice dentro de la horquilla del 80 al 100%.

El algoritmo considera diferentes variables para ajustar adecuadamente la reputación on-line, tales como ponderar más las opiniones más recientes o hacer cálculos periódicos (no una media de puntuaciones, considerando aspectos como la limpieza, la calidad de la oferta de comida y bebida, el servicio y la atención al cliente, el confort de las habitaciones o la amabilidad de los empleados).

Finalmente, queremos fijar en nuestra hoja de ruta el concienciar y trabajar por y para los territorios donde estamos presentes, y poder mejorar el intercambio positivo entre nuestros huéspedes y las comunidades locales, su gente, su entorno y su cultura.

## PERSONAL. DERECHOS HUMANOS.

Nuestra organización se caracteriza por un fuerte compromiso con la igualdad de trato y oportunidades, a todos los niveles y para todas las personas que conforman nuestro equipo, afianzando así nuestra contribución al ODS 5 de Igualdad de Género y al ODS 8 de Trabajo Decente y Crecimiento Económico.


En el contexto de la implementación progresiva de nuestro Plan de Igualdad, hemos desarrollado solventes protocolos de lucha contra el acoso laboral y la violencia en el ámbito laboral, así como frente el acoso sexual y por razón de sexo en el ámbito laboral.


Por otro lado, con la finalidad de facilitar la conciliación de la vida familiar y laboral, y favorecer una organización más personalizada del propio trabajo, se ha propuesto un horario flexible de entrada y salida, dentro de unos márgenes establecidos para ello, especialmente por lo que se refiere al personal de oficinas.


Asimismo, todos los empleados de Ona cuentan con diferentes ventajas:

### Descuentos para viajar:

- un 30% de descuento en todos los alojamientos de la cadena en cualquier época del año
- noches a precio de coste con reserva de hasta 3 días de antelación
- descuentos Family&Friends

 **Tarifas corporativas** en colaboración con una cadena de gimnasios para fomentar la práctica del deporte, en pro de la salud y el bienestar de los empleados

 Ventajas en la contratación de **seguros médicos** para los empleados y sus familiares con amplias coberturas

 **Sistema Cobee** de retribución flexible mediante la adquisición de productos y servicios como transporte público, guarderías o bares y restaurantes

En el apartado Ratios GRI de este informe les ofrecemos diversos ratios sobre los aspectos más relevantes referidos a personal.



## SOCIEDAD

Nuestra compañía colabora con la Fundació Ona Futura, cuya misión consiste en promover el equilibrio entre las actividades humanas y la protección del ecosistema marítimo, a través de soluciones sostenibles basadas en el rigor científico. Su visión es conseguir un mundo en el que la salud de los océanos sea una prioridad y sus beneficios se expandan a toda la sociedad.

Actualmente se están patrocinando los siguientes proyectos:

- 🌊 **Mente y Mar:** su objetivo es fomentar el bienestar, conectando la salud mental con actividades lúdico-deportivas, a la vez que promover la limpieza y el cuidado del entorno marino, reforzando el vínculo emocional con la naturaleza.
- 🌊 **Seafood Impact:** su objetivo es estudiar la información nutricional de otras especies de pescado no tan consumida, para promover un consumo más responsable y variado de pescado.
- 🌊 **Proyecto Oxygen:** su objetivo es demostrar que determinadas actividades turísticas también pueden ser beneficiosas para el medio ambiente. Para ello, se han realizado estudios sobre la calidad del agua en las lagunas de Alcudia, en relación con la actividad de cable-squí de la empresa Wake Park.



Foto: Alex Bertha - Unplash



Foto: Restaurante La Despensa by Ona Hotels



Foto: Parque Natural S'Albufera Alcudia – Mallorca

# RATIOS GRI

## INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES

**TABLA 1. CONSUMO DE ENERGÍA**

	2023
Gas Natural	436.312kWh
Electricidad	27.906.230kWh
TOTAL	28.342.542kWh

Detalle de las emisiones indirectas, Alcance 2, generadas como consecuencia de la compra de energía eléctrica a la suministradora contratada POTENZIA DISTRIBUIDORA, S.L., cuyo 15,4% de la energía que suministran es de origen renovable:

	ALCANCE 2
Consumo electricidad	7.255,62
TOTAL	7.255,62

**TABLA 2. EMISIONES GASES EFECTO INVERNADERO**

	2023
Alcance 1	79,60
Alcance 2	7.255,62
TOTAL	7.335,22

	RATIOS EMISIONES
Por cliente	0,0029
Por metro cuadrado	0,0225
Por empleado	5,9155

Toneladas de CO2 equivalente por año

Detalle de las emisiones alcance 1, derivadas del consumo energético anual de gas natural:

	ALCANCE 1
Instalaciones fijas	79,6
TOTAL	79,6



## RATIOS GRI

### INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y DEL PERSONAL

**TABLA 3. PLANTILLA MEDIA POR SEXO, EDAD Y CATEGORÍA PROFESIONAL. CONTRATOS FIJOS Y EVENTUALES. A TIEMPO COMPLETO Y A TIEMPO PARCIAL.**

		Plantilla Media	Contrato Fijo	Contrato Eventual	A Tiempo Completo	A Tiempo Parcial
		2023	2023	2023	2023	2023
Sexo	Hombre	350,73	344,94	5,79	346,80	3,93
	Mujer	433,93	424,07	9,87	414,67	19,27
Edad	< 30 años	79,95	78,40	1,56	79,29	0,66
	30-50 años	439,89	430,09	9,81	423,71	16,19
	> 50 años	264,82	0,77	4,30	258,47	6,35
Categoría Profesional	Dirección	2,00	2,00	0,00	2,00	0,00
	Mandos Intermedios	25,79	25,79	0,00	25,79	0,00
	Empleados	756,88	741,22	15,66	733,68	23,20
Total		784,67	769,01	15,66	761,47	23,20

**TABLA 4. BRECHA SALARIAL**

			BRECHA SALARIAL
	Sexo	2023	2023
Mandos intermedios	Hombre	42.307,07	
	Mujer	40.610,13	4,01%
Empleados	Hombre	21.665,10	
	Mujer	19.572,14	9,66%

Retribución bruta año

Fórmula para el cálculo de la brecha:  $\text{coste hora hombre} - \text{coste hora mujer} / \text{coste hora hombre} * 100$

Sólo se han considerado los empleados que han trabajado más de 200 días a jornada completa

## RATIOS GRI

### INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES Y DEL PERSONAL

**TABLA 5. RETRIBUCIONES MEDIAS**

		Promedio 2023
Sexo	Hombre	22.467,24
	Mujer	20.222,80
Edad	< 30 años	16.002,05
	30-50 años	20.312,32
	> 50 años	23.751,13
Categoría Profesional	Mandos Intermedios	41.458,60
	Empleados	20.484,41

Retribución media bruta año

No se ha considerado la dirección de la sociedad, formada por miembros de la familia fundadora.

### INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES ECONÓMICAS

**TABLA 6. BENEFICIOS, IMPUESTOS Y SUBVENCIONES**




Beneficio consolidado	11.055.181.41
Impuesto sobre Sociedades:	3.354.474,29 (devengado)
Subvenciones públicas	19.842.57 (formación)




Las sociedades del grupo aplican el régimen de consolidación fiscal. El Impuesto se paga íntegramente en España.

## ANEXO 8.2. ÍNDICE DE CONTENIDOS REQUERIDOS POR LA LEY 11/2018

<b>CONTENIDOS SOLICITADOS POR LA LEY 11-2018</b>			
<b>1. CONTENIDOS GENERALES</b>	Pág	Contenido G.R.I	ODS
Detalles organizacionales		2-1	
Nombre de la sociedad	3	2-1-a	
Naturaleza de la sociedad y su forma jurídica	3	2-1-b	
Ubicación de su sede central	4	2-1-c	
Países en los que opera	4-5	2-1-d	
Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad		2-2	
Enumerar todas sus entidades incluidas en la presentación del EINF	7	2-2-a	
Diferencias estados financieros consolidados (auditados) y reportados	7	2-2-b	
Enfoque adoptado para consolidar la información	7	2-2-c	
Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto		2-3	
Periodo objeto del informe y frecuencia	8	2-3-a	
Periodo objeto de los informes financieros	5	2-3-b	
Actualización de la información		2-4	
Actualización de periodos anteriores, motivos y efectos de las actualizaciones	8	2-4-a	
Verificación externa		2-5	
Política y práctica de solicitud de verificación e implicación de la Dirección	8	2-5-a	
Verificación externa del EINF	8	2-5-b	
Estándares de verificación, nivel de verificación y limitaciones	7,10	2-5-b	
Relación existente entre la organización y el verificador	7	2-5-b	

<b>2. TEMAS MATERIALES</b>	Pág	Contenido G.R.I	ODS
Proceso de determinación de los temas materiales		3-1	
Describir el proceso para determinar los temas materiales identificación reales y potenciales, negativos y positivos, sobre economía, medio ambiente y personas, derechos humanos priorización	7-8	3-1-a 3-1-a-i 3-1-a-ii	
Especificar los grupos de interés	10-11	3-1-b	
Lista de temas materiales		3-2	
Enumerar sus temas materiales	12	3-2-a	
Informar sobre los cambios con respecto al año anterior		3-2-b	
Gestión de los temas materiales		3-3	
Para cada uno de los temas materiales seleccionados:			
Describir impactos reales y potenciales, negativos y positivos, sobre la economía, el medio ambiente y las personas, derechos humanos		3-3-a 3-3-c	
Políticas y compromisos con el tema material	13-15	3-3-e 3-3-e-i	
Seguimiento de la eficacia de las medidas adoptadas procesos usados de seguimiento			
Influencia de los grupos de interés en las medidas adoptadas		3-3-f	

<b>CONTENIDOS TEMÁTICOS</b>			
<b>CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES</b>	<b>Pág</b>	<b>Contenido G.R.I</b>	<b>ODS</b>
Uso sostenible de recursos		2-1	
Consumo, directo e indirecto, de energía	16	GRI 302-1	
Naturaleza de la sociedad y su forma jurídica	16	GRI 302-1	
Cambio climático			
Emisiones de gases efecto invernadero generada como resultado de las actividades de la empresa	16	GRI 305-1 GRI 305 -2	

<b>CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>	<b>Pág</b>	<b>Contenido G.R.I.</b>	<b>ODS</b>
Empleo			
Número total y distribución de empleados por país, sexo, edad y clasificación profesional.	17	GRI 405-1	
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo y promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y calificación profesional.	17	Contenido 2-7	
Remuneraciones medias y su evolución desagregada por sexo, edad y calificación profesional o igual valor.	18	GRI 405-2	
Brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad.	21	GRI 405-2	

<b>INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>	<b>Pág</b>	<b>Contenido G.R.I.</b>	<b>ODS</b>
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
Actualización de periodos anteriores, motivos y efectos de las actualizaciones	15		
Subcontratación y proveedores			
Consideraciones en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental.	11		
Información fiscal			
Los beneficios obtenidos país por país	19		
Los impuestos sobre beneficios pagados	19		
Las subvenciones públicas recibidas	19		

