



EMPRESA

SECTOR	Hostelería y turismo	Nº EMPLEADOS	18.889 ¹
PAÍS	España	FACTURACIÓN	1.280 M€ ¹

NH
HOTEL GROUP

NH Hotel Group es una de las 25 hoteleras más grandes del mundo y una de las principales de Europa. Nace en 1978 en Pamplona y en la actualidad la compañía opera cerca de 400 hoteles con alrededor de 60.000 habitaciones en 28 países de Europa, América y África.²

ESTRATEGIA APLICADA

NH REDUCE SUS COSTES ENERGÉTICOS Y AMBIENTALES E INCORPORA HOTELES EN EL MERCADO ESTRATÉGICO DE LOS VIAJES DE NEGOCIO QUE EXIGEN EMISIONES REDUCIDAS.

CONTEXTO ³

Los **costes energéticos en el sector hotelero suponen hasta un tercio de los costes del negocio**, por este motivo se pensó en invertir en eficiencia energética y reducir así el gasto de gestión. Por otro lado, un importante grupo de interés, **el cliente de viaje de negocios, uno de los más exigentes en cuestiones ambientales**, reclamaba cada vez más transparencia y soluciones sostenibles que redujesen su huella de carbono. Decidieron entonces poner en marcha un paquete de medidas que, por un lado, redujese sus facturas y por otro diese respuesta a estas nuevas necesidades de su cliente de negocios.

DESARROLLO DE LA ECOINNOVACIÓN ^{1,4,5}

En 2008 NH Hotel Group puso en marcha un Plan Estratégico Medioambiental con **medidas concretas en relación al consumo de energía, agua, emisiones de CO₂ y generación de residuos**. Algunas de estas medidas son el reemplazo hasta la fecha de 700.000 bombillas convencionales por otras de bajo consumo, el aislamiento térmico de los edificios, la implementación de fuentes renovables de energía como son placas solares, el uso de tecnología LED en rótulos e iluminación exterior, la recirculación del agua de ducha y la oferta de productos sostenibles en su menú, entre otras. A pesar de la dificultad que supone que las fuentes de emisión sean variadas y numerosas y la dispersión espacial de los hoteles, las medidas se aplicaron de forma transversal en todos ellos, en algunos casos por fases.



“EN NH HEMOS DEMOSTRADO QUE LAS MEJORAS EN EL ÁMBITO AMBIENTAL SON, ADEMÁS DE UN ELEMENTO DIFERENCIADOR, UNA EFICAZ ESTRATEGIA PARA LA REDUCCIÓN DE COSTES.”

- Mónica Chao,
Directora Corporativa de Medioambiente y Sostenibilidad.



laboratorio
ecoinnovación



RESULTADOS PRINCIPALES

DEL 2007 AL 2014, LA **HUELLA DE CARBONO** POR HABITACIÓN Y NOCHE SE HA **REDUCIDO EN UN 69,4%.**⁶

CON LA APLICACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO HAN LOGRADO UNA **REDUCCIÓN DEL 26,4% EN EL CONSUMO DE ENERGÍA Y 30,6% DEL DE AGUA,** SUPONIENDO UN **AHORRO DE 35 M. € PARA TODO EL GRUPO.**^{1,6}

NH HA INCLUIDO **NUEVOS HOTELES EN EL MERCADO ESTRATÉGICO DE LOS VIAJES DE NEGOCIOS.**¹

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



INNOVACIÓN

- NH Ribera de Manzanares, primer hotel del mundo con certificación excelente BREEAM® (Building Research Establishment Environmental Assessment Methodology).⁸
- Certificación GreenBuilding de la Comisión Europea a 3 hoteles españoles.⁸



REPUTACIÓN

- Medalla de oro de la Asociación Global de Viajes de Negocios por su sostenibilidad.⁸
- Empresa con Mejor Reputación Corporativa del Sector Turismo MERCO 2008.⁸
- Premio 2013 IMEX Frankfurt Green Supplier Awards por su excelencia medioambiental e innovación.

BENEFICIOS PARA EL CLIENTE



FUNCIONAL

El cliente puede optar por un hospedaje de alta calidad y bajo impacto ambiental.¹



SOCIAL

La certificación de la huella de carbono de los eventos permite a las empresas reducir su impacto global y mejorar su reputación.¹

BENEFICIOS PARA EL MEDIO AMBIENTE



RESIDUOS

- Recicladas 96 tn de aceite usado en 2014 y recuperadas 2 tn de tapones de corcho.
- 10.421 toneladas de residuos evitados en 2012, 34% menos que 2007.^{4,5}



ENERGÍA

- El 100% de su energía eléctrica procede de fuentes renovables¹
- Ahorro de casi 5 millones de KWh desde el 2008.¹



EMISIONES

- Desde 2008 se ha evitado la emisión de 52.853 toneladas de CO₂ a la atmósfera.⁵
- Desde 2010 se han compensado las emisiones de 588 eventos.⁵

REFERENCIAS CASO PRÁCTICO: NH HOTEL GROUP

1 - [NH Hotel Group \(2014\). Informe anual 2013. Memoria de Responsabilidad Corporativa.](#)

2 - [NH Hotel Group \(2015\). Historia.](#)

3 - NH Hotel Group (2014). Mesa redonda: Retos y oportunidades para el liderazgo de la huella de carbono. Mónica Chao. CONAMA 2014.

4 - [NH Hotel Group \(2015\). Acciones ambientales.](#)

5 - NH Hotel Group (2015). Fuentes internas.

6 - [NH Hotel Group \(2015\) Informe anual 2014. Memoria de Responsabilidad Corporativa. Link no disponible.](#)

7 - [NH Hotel Group \(2015\). Plan medioambiental.](#)

8 - [NH Hotel Group \(2015\). Premios y reconocimientos.](#)

¿CÓMO INTERPRETAR LAS FICHAS?

DATOS BÁSICOS EMPRESA

Sector de actividad, país de origen, empleados, facturación anual, y descripción general.

TITULAR

Sobre la estrategia aplicada.

DESARROLLO ECOINNOVACIÓN

Acciones desarrolladas para implementar la ecoinnovación en la empresa, que pueden servir de orientación para otras empresas.

AUMENTO COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

En términos de innovación, mercado, reputación, gestión del riesgo, ventas y/o reducción de costes.

RESULTADOS PARA EL CLIENTE

En términos funcionales, emocionales y/o sociales.

TEMÁTICA DE LA FICHA

El círculo mayor y el color del margen corresponden a la temática principal a la que pertenece el caso práctico. Los demás círculos indican las demás temáticas relacionadas.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Indicadas a lo largo de los casos mediante un superíndice.

CONTEXTO

Antecedentes y condicionantes de la ecoinnovación en este caso.

TESTIMONIAL

De la empresa.

RESULTADOS PRINCIPALES

Beneficios más importantes en términos de aumento de competitividad empresarial y para los clientes y el medio ambiente, fruto de la implementación de la estrategia de ecoinnovación.

RESULTADOS PARA EL MEDIO AMBIENTE

En términos de mejoras en las materias primas, residuos, agua, energía, emisiones y/o reducción global de impactos.

