



FibraHotel_{mx}

POLÍTICA DE RELACIONAMIENTO CON GRUPOS DE INTERÉS



Para cualquier comentario, sugerencia o mayor involucramiento e información de la presente política, favor de enviar un correo a: gbravo@fibrahotel.com



I. Objetivo

Reafirmar nuestro compromiso de generar valor sostenible para la totalidad de nuestros grupos de interés, combinando la rentabilidad y proyección financiera a futuro con el desarrollo socioeconómico y el respeto al medio ambiente.

Asumir responsabilidad y ser transparentes en cuanto a los impactos positivos y negativos asociados a la actividad de la organización, con el fin de establecer relaciones duraderas con el conjunto de nuestros grupos de interés.

Definir nuestros lineamientos para involucrar de manera inclusiva a los grupos que impactan y se ven impactados por nuestro negocio en la identificación, entendimiento y atención a temas materiales.

II. Alcance



La presente política aplica a cualquier persona que participa de nuestra operación/o se desempeña en nombre de la compañía, y que, por la naturaleza de sus actividades, interactúa con alguno de nuestros grupos de interés. Se incluye en esta definición al equipo del Administrador y los miembros del Comité Técnico.

III. Lineamientos



III.1. Lineamientos para el relacionamiento con grupos de interés en nuevos desarrollos

1.1. En caso de nuevos desarrollos, iniciaremos el proceso de relacionamiento con grupos de interés, a través de los siguientes pasos:

III. Lineamientos



- 1) Identificar y priorizar los grupos locales relevantes (ver sección IV.1.) que se agregarán a los grupos generales de FibraHotel.
- 2) Establecer un primer diálogo con los mismos (ver sección IV.2.) para identificar sus necesidades, preocupaciones y entender cómo se ven impactados por la operación.
- 4) Definir el grado de criticidad y el objetivo de la relación.
- 5) Desarrollar el plan de relacionamiento con mecanismos de comunicación y colaboración adecuados al perfil de cada grupo (ver sección IV.3.), incluyendo un responsable de la relación dependiendo del área de la compañía que tenga mayor contacto con dicho grupo, y métricas para medir los resultados del relacionamiento.

1.2. Siguiendo las mejores prácticas y para anticipar conflictos posteriores, incluiremos en todo momento a los vecinos del desarrollo en el plan de relacionamiento inicial. El operador deberá retomar la relación más adelante, una vez los hoteles estén funcionando.

III.2. Lineamientos para el relacionamiento con grupos de interés

2.1. En FibraHotel nos comprometemos a actualizar nuestro mapeo de grupos de interés con regularidad para identificar potenciales cambios en cuanto a la relevancia de los mismos, así como para identificar nuevos grupos relevantes potenciales.

2.2. Tendremos a un responsable de llevar a cabo la relación para cada uno de los grupos de interés y se integrará esa responsabilidad como objetivo de negocio del área asignada.

A la fecha hemos identificado los siguientes grupos:



III. Lineamientos

Grupo de interés	Descripción
Tenedores	Dueños de los CBFIs emitidos por el Fideicomiso.
Operadores	Grupos de operadores hoteleros de reconocido prestigio que operan nuestras instalaciones.
Colaboradores	Empleados de la FIBRA, contratados por el Administrador.
Huéspedes	Clientes que se hospedan en nuestras instalaciones.
Proveedores	Proveedores de productos y servicios variados.
Autoridades	Autoridades federales, estatales y municipales que regulan nuestra operación.
Comunidades	Habitantes de la zona de influencia de nuestras instalaciones.
Desarrolladoras inmobiliarias	Compañías a cargo de la construcción y renovación de nuestras instalaciones hoteleras.
Compañías de servicio	Proveedor que terceriza la contratación y administración del personal hotelero.

2.3. Anualmente, revisaremos los objetivos de la relación con cada grupo de interés, mediremos los resultados del relacionamiento usando indicadores específicos y estableceremos un plan de relacionamiento con base en el cumplimiento de objetivos del año anterior y las nuevas necesidades identificadas mediante el diálogo continuo con los grupos. El plan será validado por nuestro Comité Técnico.

2.4. En FibraHotel nos comprometemos a monitorear la adecuación y eficiencia de los canales de comunicación propuestos para dar capacidad a cada grupo de interés de involucrarse con la compañía y de recibir con total transparencia la información que es de su interés en cuanto a las acciones y resultados de la compañía.

2.5. Llevaremos a cabo estudios de materialidad a intervalos de no más de cinco años para tomar en cuenta la rápida evolución de los temas más relevantes para cada grupo de interés. Eso con el fin de mitigar los riesgos y aprovechar las oportunidades vinculadas con estos temas y grupos de interés.

2.6. Proporcionaremos información anual de desempeño financiero y extra-financiero para reportar los resultados de las acciones realizadas a lo largo del año, y los impactos de dichas acciones en el negocio y las partes interesadas.

IV. Criterios, principios y mecanismos para el relacionamiento con grupos de interés



IV.1. Criterios para identificar y priorizar grupos de interés

Consideramos como grupo de interés a cualquiera que cumpla con alguno de los siguientes criterios:

- **Dependencia:** grupos o individuos que dependen directamente o indirectamente de la actividad, productos o servicios de la organización, o de los cuales la organización depende para operar.
- **Influencia:** grupos que pueden tener un impacto sobre la organización o sobre el proceso de decisión operativo o estratégico de otra parte interesada.
- **Responsabilidad:** partes hacia las cuales la organización tiene, o podría tener en el futuro, responsabilidades legales, comerciales, operacionales o éticas/morales.
- **Tensión:** grupos que necesitan atención inmediata en cuanto a problemas económicos, financieros, sociales o ambientales.
- **Perspectivas diversas:** individuos cuyos puntos de vista únicos y diferentes pueden llevar a un nuevo entendimiento de la situación e incluso la identificación de oportunidades antes no detectadas.

IV.2. Principios de relacionamiento con grupos de interés

En FibraHotel nos comprometemos a cuidar los siguientes principios en todas sus interacciones con nuestras partes interesadas:

- **Ética.** Construir relaciones basadas en integridad y respeto, de conformidad con nuestro Código de Ética del Negocio.
- **Transparencia.** Asegurar una comunicación transparente compartiendo información relevante, verdadera, completa, clara y útil para todos y cada uno de nuestros grupos de interés.
- **Escucha activa.** Fomentar la comunicación efectiva y bidireccional así como el diálogo abierto, constructivo e intercultural.
- **Participación.** Promover la participación inclusiva de todos los grupos de interés a través de canales de comunicación y de consulta para darles voz y voto en los asuntos que los pueden impactar.
- **Consenso.** Trabajar para llegar a compromisos, tomando en cuenta los intereses y puntos de vista de cada perspectiva.

IV. Criterios, principios y mecanismos para el relacionamiento con grupos de interés



IV.3. Mecanismos de relacionamiento con grupos de interés

Haremos uso de la variedad de mecanismos mencionados a continuación con la debida frecuencia en función de la naturaleza de la relación con el grupo de interés y las necesidades de interacción del mismo. Dependiendo del carácter estratégico del asunto, nuestra interacción es a nivel operativo, directivo o de gobernanza.

1.1. Indirectos:

- Información pública o de la participación en cuestionarios de temas ASG por nuestra parte (ambientales, sociales y de gobernanza).
- Información pública o relleno de cuestionarios por parte del grupo de interés (líneas de denuncia, encuestas de satisfacción, etc.).
- Información recibida a través de representantes (ombudsman, etc.).

1.2. Directos:

- Reuniones presenciales personales.
- Medios de comunicación convencionales o digitales (teléfono, correo electrónico, etc.).
- En presencia de varios representantes del grupo de interés e incluso varios grupos de interés (eventos propios o de cámaras y asociaciones, grupos focales, etc.).