

# Análisis de materialidad y grupos de interés

VOL  
1  
CAP  
0

Durante el primer semestre del año 2022, la compañía actualizó el análisis de materialidad para reforzar la estrategia de sostenibilidad y con el objetivo de identificar los aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza más relevantes para los grupos de interés de Iberia, así como su impacto en el negocio. El análisis se realizó en base a las respuestas de las más de mil cien encuestas realizadas por personas de los diez grupos de interés internos y externos seleccionados, sobre veinticuatro asuntos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo. En la encuesta se preguntó por la relevancia para Iberia de cada uno de los aspectos, en el momento presente, en los próximos tres años, y también sobre la gestión de Iberia de cada uno de estos aspectos.

Los grupos de interés internos fueron los miembros del Comité de Dirección, directores y puestos de estructura, y resto de empleados. Entre los grupos de interés externos, se incluyeron clientes corporativos, clientes individuales, aeropuertos, proveedores, socios comerciales, gobierno y autoridades, y sociedad (ONGs, medios de comunicación y universidades).

Los resultados fueron comparados con los obtenidos por IAG en su análisis de materialidad y con los de otras empresas de los sectores de cada uno de los tres negocios de la compañía.

La calidad y seguridad fue el aspecto material identificado como más relevante para Iberia, tanto en el corto como en el medio plazo. En el momento presente, los aspectos medioambientales resultan los menos materiales, los aspectos sociales han resultado los más relevantes, y los aspectos de gobierno corporativo tienen una materialidad media con asuntos como la resiliencia del negocio y la ética empresarial como los más relevantes dentro de este bloque. En la evolución a tres años, se aprecia un incremento de la materialidad de los aspectos medioambientales, siendo el cambio climático un aspecto que alcanza una prioridad crítica.

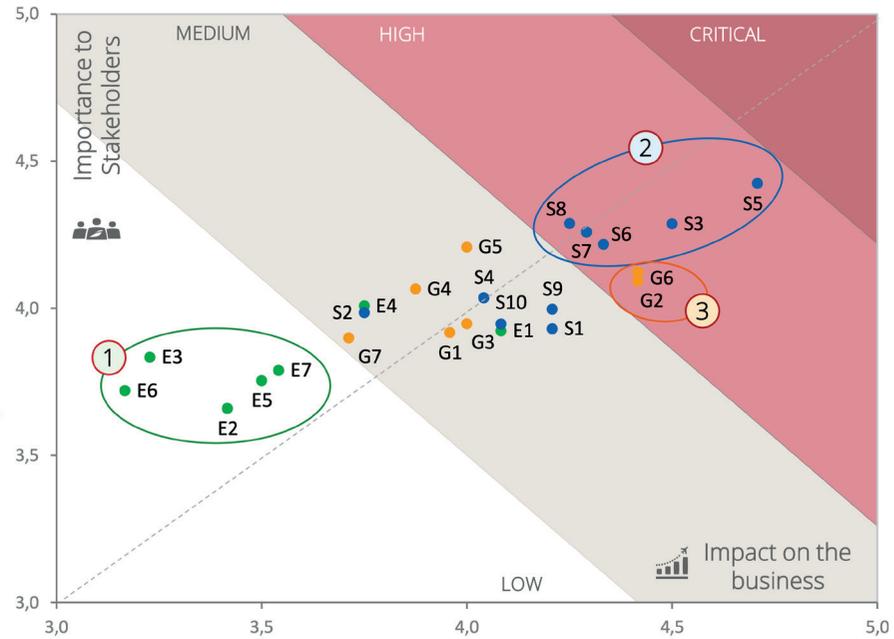
Los resultados del análisis dieron lugar a la elaboración de dos matrices de materialidad una referida al momento presente y otro a tres años vista, en las que se representa la importancia de cada aspecto para los grupos de interés ponderado con el impacto en el negocio.

## Asuntos materiales en la actualidad

Issues: Today

HIGH	S5	1. Quality and Safety
	S3	2. Employee H&S
	S6	3. Customer Satisfaction
	S7	4. Data Privacy
	S8	5. Human Rights
	G6	6. Business Resilience
	G2	7. Business Ethics
MEDIUM	S9	8. Resp. Supply Chain
	G5	9. Business Profitability
	S1	10. Labour Relations
	S4	11. Working Conditions
	S10	12. Societal Impact
	E13	13. Climate Change
	G4	14. Innovation
	G3	15. Stakeholder Dialogue
	G1	16. Corporate Governance
	E4	17. Noise
	S2	18. Diversity
	G7	19. Influencing Policy
LOW	E7	20. Biodiversity
	E5	21. Waste
	E2	22. SAF
	E3	23. Air Quality
	E6	24. Water

Iberia's Materiality Matrix: Today

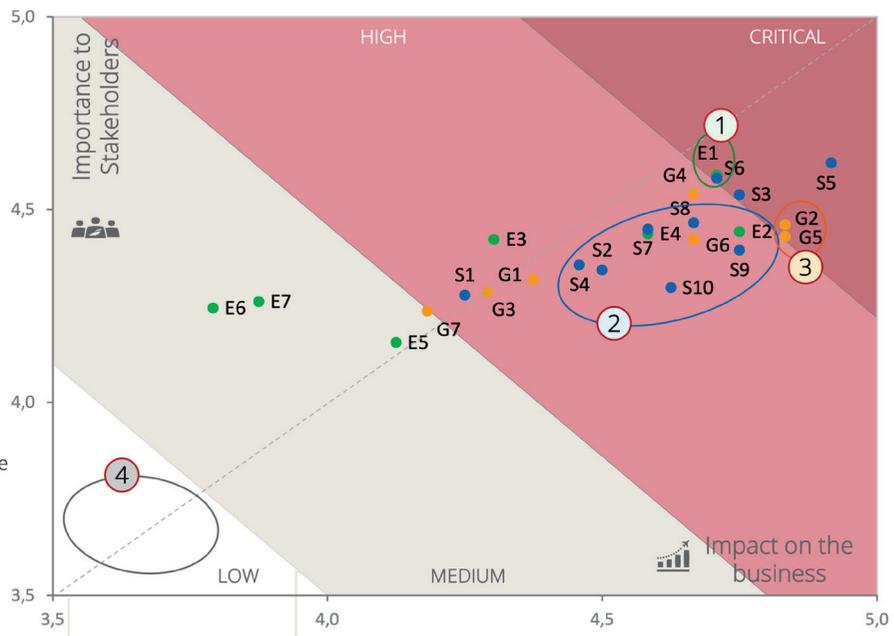


## Evolución de los asuntos materiales en tres años

Issues: In three years

CRITICAL	S5	1. Quality and Safety
	G2	2. Business Ethics
	S6	3. Customer Satisfaction
	E13	4. Climate Change
	S3	5. Employee H&S
	G5	6. Business Profitability
HIGH	G4	7. Innovation
	E2	8. SAF
	S9	9. Resp. Supply Chain
	S8	10. Human Rights
	G6	11. Business Resilience
	S7	12. Data Privacy
	E4	13. Noise
	S10	14. Societal Impact
	S2	15. Diversity
	S4	16. Working Conditions
	E3	17. Air Quality
	G1	18. Corporate Governance
	G3	19. Stakeholder Dialogue
	S1	20. Labour Relations
MEDIUM	G7	21. Influencing Policy
	E5	22. Waste
	E7	23. Biodiversity
	E6	24. Water

Iberia's Materiality Matrix: In three years



5

En el corto plazo, ningún aspecto ha resultado tener una importancia crítica, cinco aspectos sociales y dos de gobernanza han resultado con una materialidad alta, mientras que los aspectos medioambientales se han mantenido en las regiones medias y bajas. En los próximos tres años, asuntos de los tres pilares se convierten en críticos. Las prioridades sociales se orientan a clientes, mientras que los asuntos relacionados con la continuidad del negocio se mantienen altos, y el cambio climático pasa a ser el cuarto aspecto en importancia.

Desde 1994, Iberia publica su memoria de sostenibilidad detallando toda la información sobre su desempeño ambiental y social, extendiendo sus compromisos a todos los grupos de interés de la compañía: clientes, inversores, proveedores, administraciones, y sociedades en las que desarrolla su actividad. Además, la compañía mantiene una relación continua y permanente con todos sus grupos de interés, mediante diferentes canales de comunicación.