

nH
HOTELES

INFORME ANUAL 2012

MEMORIA DE
RESPONSABILIDAD
CORPORATIVA





www.nh-hotels.com

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2012

391
hoteles
en **26** países

58.853
habitaciones

18.817
empleados

16 millones
de clientes

*NH Monterrey
(Monterrey)*

*NH Paseo del Prado
(Madrid)*

*NH Grand Hotel
Krasnapolsky
(Ámsterdam)*

*Jolly Madison
Towers
(Nueva York)*

*NH Guadalajara
(Guadalajara, México)*

*nhow Berlin
(Berlín)*





Argentina

Alemania

Andorra

Austria

Bélgica

Chile

Colombia

Eslovaquia

España

Estados Unidos

Francia

Holanda

Hungría

Italia

Luxemburgo

México

Polonia

Portugal

Reino Unido

República Checa

República Dominicana

Rumanía

Sudáfrica

Suiza

Uruguay

Venezuela

NH Harrington Hall
(Londres)

NH München
Deutscher Kaiser
(Munich)

NH Eurobuilding
(Madrid)

Hesperia Tower
(Barcelona)

NH City
& Tower
(Buenos Aires)

NH Fiera
(Milán)

Esta es la séptima Memoria de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles en la que reportamos nuestro enfoque y gestión del desempeño económico, medioambiental y social correspondiente a 2012. Este Informe ha sido elaborado de acuerdo a las directrices marcadas por la Guía G3.1 del Global Reporting Initiative (GRI) en un nivel **A+**.

La Memoria también ha sido objeto de una revisión independiente por parte de KPMG en relación a la fiabilidad de la información reportada y el seguimiento de la normativa de reporte. Este Informe y los anteriores se publican en formato digital y están disponibles en <http://corporate.nh-hotels.com>

Declaración de KPMG sobre la Memoria de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles, S.A. La información incluida en este resumen ejecutivo es consistente con la de la Memoria de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles, S.A. (en adelante NH Hoteles), disponible a lo largo del mes de Junio de 2013 en <http://corporate.nh-hotels.com>

Con el fin de formarse una opinión más amplia y profunda sobre las acciones llevadas a cabo y los resultados obtenidos por NH Hoteles en sus compromisos de contribución a un desarrollo sostenible, esta publicación debería ser leída conjuntamente con la Memoria de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles.

Asimismo, les informamos que hemos revisado el contenido de la Memoria de Responsabilidad Corporativa de NH Hoteles, con el alcance y resultados descritos en nuestro correspondiente informe que encontrarán adjunto a la citada Memoria, y a cuya lectura nos remitimos para una comprensión más adecuada de nuestro trabajo.

Madrid, Junio de 2013
KPMG Asesores, S.L.

SU OPINIÓN NOS INTERESA

Por favor envíenos sus comentarios y sugerencias sobre esta Memoria por e-mail a través de corporateresponsibility@nh-hotels.com o con el formulario publicado en nuestra Web Corporativa <http://www.suopinioncuenta.es/formulario.html>

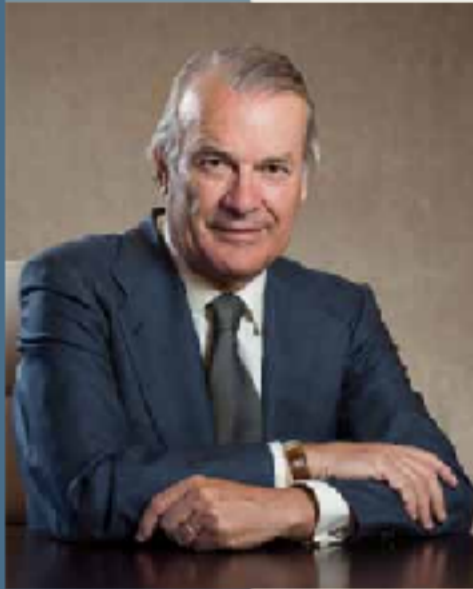


ÍNDICE

MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO DE NH HOTELES.....	5
GOBIERNO CORPORATIVO.....	6
EXPERIENCIAS Y SOLUCIONES NH HOTELES.....	8
PRINCIPALES MAGNITUDES.....	12
NUESTRO ENFOQUE RESPONSABLE.....	18
DESEMPEÑO ECONÓMICO.....	22
DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL.....	30
DESEMPEÑO SOCIAL.....	37
PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS.....	47
INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.....	49
DIRECCIÓN Y PRIORIDADES PARA 2013.....	50



Queridos accionistas



PRESIDENTE

Me complace presentar el Informe Anual correspondiente al ejercicio 2012, que incluye el desempeño económico, medioambiental y social de NH Hoteles a lo largo del año y un avance de los acontecimientos acaecidos en los primeros meses de 2013.

El pasado ejercicio ha estado marcado por un entorno macroeconómico particularmente desfavorable que ha tenido una especial incidencia en algunos de los mercados en los que opera la Compañía. Por esta razón, NH Hoteles ha realizado importantes esfuerzos para adecuar su organización a esta situación, además de asegurar la refinanciación de su deuda.

A finales de año, el Grupo se dotó de un nuevo modelo de gobierno corporativo que permite atender de una forma más eficiente las funciones del plano más alto de la administración y gobierno de la Compañía, al tiempo que enfocarse de forma productiva en la gestión del negocio.

De cara a 2013, estamos trabajando con intensidad para dotar de mayor solvencia económica al Grupo, lo que permitirá hacer frente a los compromisos, financiar el plan de negocio e impulsar una estrategia de crecimiento que lleve a NH Hoteles a una posición global de liderazgo. En este punto, me alegra compartir con ustedes



CONSEJERO DELEGADO

Tras mi incorporación a finales del ejercicio 2012, he tenido la oportunidad de conocer en detalle la evolución del Grupo, sus fortalezas y el gran potencial que presenta a nivel global.

A pesar de la adversa coyuntura económica del pasado año, la Compañía ha continuado impulsando su capacidad para innovar dando respuesta constante a las necesidades de los consumidores, como por ejemplo con la implantación del servicio de Wifi gratuito en las habitaciones y zonas comunes de los hoteles del Grupo en todo el mundo.

En este entorno y debido a la incertidumbre existente, NH Hoteles ha realizado un ajuste responsable en sus cuentas, lo que se ha reflejado en unos resultados de cierre de ejercicio extraordinariamente desfavorables. Estos ajustes nos permiten afrontar los próximos años con mayor realismo.

Conscientes de los efectos del recesivo contexto económico actual, todos los equipos de la Compañía trabajan con celeridad, rigor y entusiasmo en la puesta en valor de las fortalezas de NH Hoteles. Una amplia cartera de activos, diversificada y con un posicionamiento de referencia en los principales mercados donde operamos, una variada gama de servicios y un equipo comprometido, son la base sobre la que estamos construyendo el nuevo NH.

Queremos que cualquier consumidor cuando vaya a viajar se pregunte "¿hay un NH en mi destino?" y que finalmente seamos la opción elegida. Para ello, debemos asegurarnos

la formalización con éxito de la entrada en el accionariado del Grupo HNA, un socio de referencia en el ámbito global, cuya alianza estratégica presenta oportunidades de negocio para NH en los próximos años.

Me gustaría agradecer a todos nuestros accionistas, socios y clientes su confianza y apoyo al nuevo proyecto de la Compañía. También a todos los empleados, quienes aun siendo un año complejo, han demostrado un compromiso ejemplar y son un elemento primordial para el futuro de NH Hoteles.

Por último, ante los cambios producidos en el Consejo de Administración durante la primera parte del ejercicio 2013, me gustaría aprovechar para transmitir un especial agradecimiento de la Compañía a los miembros salientes y dar la bienvenida a los entrantes.

Rodrigo Echenique Gordillo
Presidente de NH Hoteles

que NH esté entre las dos primeras opciones en las que piensa el consumidor cuando planifique un viaje o un evento por ocio o negocio.

La hoja de ruta para lograr nuestros objetivos pasa por rediseñar la marca NH y su cartera de hoteles, construyendo una segmentación clara del producto; revisar el portfolio adecuándolo a las necesidades actuales y futuras; reinventar las experiencias y soluciones para el consumidor; impulsar los canales de venta online; mejorar nuestras herramientas de gestión para ser más competitivos; y por último, especificar dónde quiere estar la Compañía y cómo.

Quiero transmitir mi agradecimiento a todos los que, de una forma u otra, se relacionan con nuestro Grupo. Gracias al compromiso de todos, en especial al de los empleados por su constante esfuerzo y dedicación, en 2013 nos esforzamos para generar valor a la Compañía transformando NH Hoteles en una experiencia única de la que sentirnos orgullosos.

Federico González Tejera
Consejero Delegado de NH Hoteles

GOBIERNO CORPORATIVO

A finales de 2012, el Consejo de Administración de NH Hoteles ha nombrado a Rodrigo Echenique Gordillo, Presidente no Ejecutivo del máximo órgano de Gobierno de la Sociedad y a Federico González Tejera, Consejero Delegado de la Sociedad.

Rodrigo Echenique Gordillo posee un amplio conocimiento de NH Hoteles ya que fue miembro del Consejo de Administración durante ocho años (1997-2005), y cuenta con una dilatada carrera profesional en la que destaca su experiencia en banca, en la Administración del Estado, su participación en diversos Consejos de Administración y su período de presidencia de Vallehermoso. En la actualidad es Consejero independiente de Banco Santander y Consejero no ejecutivo de Vocento y Agrolimen, S.A.

Federico González Tejera ha desarrollado buena parte de su carrera profesional en diferentes multinacionales líderes en el mundo, que operan en los sectores de gran consumo, ocio y turismo como es el caso de Disneyland Paris y Procter & Gamble. Los últimos 18 años de carrera profesional se han desarrollado en diferentes países como Bélgica, Suecia, Portugal y Francia.

Con estas incorporaciones, NH Hoteles se dota de un nuevo modelo de gobierno corporativo compuesto por un nuevo Presidente del Consejo no ejecutivo, cuyas funciones están más relacionadas con la administración y gobierno de la Compañía, y un primer ejecutivo que, como Consejero Delegado, se enfoca en la gestión del negocio.



Comité de Dirección

COMITÉ DE DIRECCIÓN (MAYO 2013)

- **D. Federico González Tejera**, CEO
- **D. Ramón Aragonés Marín**, Chief Operations Officer
- **D. Ignacio Aranguren González-Tarrió**, Chief Assets & Development Officer
- **D. Íñigo Capell Arrieta**, Chief Resources Officer
- **D. Roberto Chollet Ibarra**, Chief Financial Officer
- **D^a. Rocío Escondrillas Labad**, Chief Marketing Officer
- **D. Carlos Ulecia Palacios**, General Counsel

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN (*)

Presidente: D. Rodrigo Echenique Gordillo

Vicepresidente: D. José Antonio Castro Sousa

Consejero Delegado: D. Federico González Tejera

Vocales:

- D. Iñaki Arratibel Olaziregi
- D^a. Rosalba Casiraghi
- D. Roberto Cibeira Moreiras
- D. Ignacio Ezquiaga Domínguez (en representación de Hoteles Participados S.L.)
- D. Manuel Galarza Pont (en representación de Participaciones y Cartera de Inversión, S.L.)
- D. Carlos González Fernández
- D. Francisco Javier Illa Ruiz
- D. Ramón Lanau Viñals
- D. José María López-Elola González
- D. Gilles Péllisson
- D. Fernando Sobrini (en representación de Corporación Financiera Caja Madrid S.A.)
- D. Carlos Stilianopoulos Ridruejo (en representación de Sociedad de Promoción y Participación Empresarial Caja Madrid SA)

Secretario no Consejero: D. Pedro Ferreras Díez

HNA

En abril de 2013, NH Hoteles ha concluido con éxito el aumento de capital de la Sociedad aprobado por el Consejo de Administración, incorporándose el grupo empresarial chino HNA al capital social de la Sociedad con una participación del 20% tras el aumento. El aumento de capital ha quedado íntegramente suscrito y desembolsado mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 61.654.358 acciones ordinarias, por un valor nominal de 2€ por acción más una prima de emisión de 1,80€ por acción, habiendo supuesto un desembolso total de más de 234M€.

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL (*)

Presidente: D. Carlos González Fernández

Vocales:

- D. Iñaki Arratibel Olaziregi
- D. Manuel Galarza Pont (en representación de Participaciones y Cartera de Inversión, S.L.)
- D. Ignacio Ezquiaga Domínguez (en representación de Hoteles Participados S.L.)

Secretario no Consejero: D. Pedro Ferreras Díez

COMISIÓN DELEGADA (*)

Presidente: D. Rodrigo Echenique Gordillo

Vicepresidente: D. José Antonio Castro Sousa

Vocales:

- D. Manuel Galarza Pont (en representación de Participaciones y Cartera de Inversión, S.L.)
- D. Roberto Cibeira Moreiras
- D. Federico González Tejera

Secretario no Consejero: D. Pedro Ferreras Díez

COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS Y RETRIBUCIONES (*)

Presidente: D. Gilles Péllisson

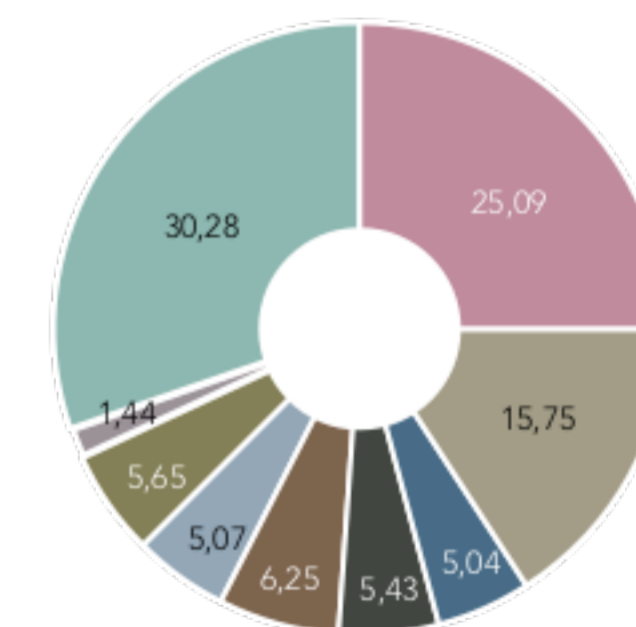
Vocales:

- D. Francisco Javier Illa Ruiz
- D. Carlos Stilianopoulos Ridruejo (en representación de Sociedad de Promoción y Participación Empresarial Caja Madrid SA)

Secretario no Consejero: D. Pedro Ferreras Díez

(*) A 31 de diciembre de 2012

COMPOSICIÓN ACCIONARIAL DE NH HOTELES A 31 DE DICIEMBRE DE 2012



- 25,09% Grupo Inversor Hesperia
- 15,75% Banco Financiero y de Ahorros, S.A.
- 5,04% Ibercaja Banco, S.A.
- 5,43% Hoteles Participados, S.L.
- 6,25% CK Corporación Kutxa, S.L.
- 5,07% Pontegadea Inversiones, S.L.
- 5,65% Intesa Sanpaolo S.p.A.
- 1,44% NH Directivos y empleados
- 30,28% Resto de capital

EXPERIENCIAS Y SOLUCIONES NH HOTELES



Edificios

- 1 nhow Berlin, Berlín - Alemania
- 2 NH Fiera, Milán - Italia
- 3 NH Aeropuerto T2 México - México
- 4 Hesperia Tower, Barcelona - España



Habitaciones

- 5 NH Jousten, Buenos Aires - Argentina
- 6 nhow Milano, Milán - Italia
- 7 NH Príncipe de Vergara, Madrid - España
- 8 NH Zandvoort, Zandvoort - Holanda



Lobbies

- 9 NH Bogotá 93, Bogotá - Colombia
- 10 NH Porta Rossa, Florencia - Italia
- 11 NH Ribera del Manzanares, Madrid - España



11



12



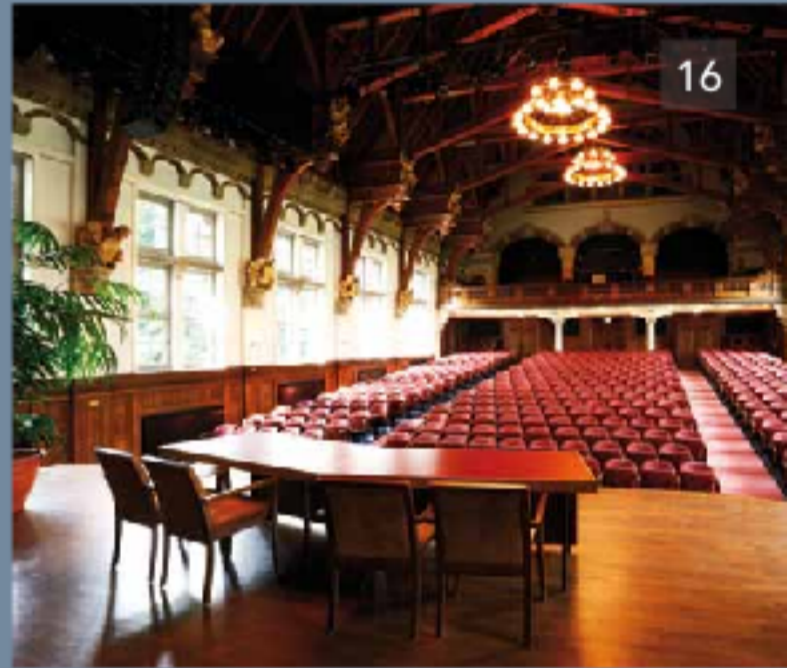
13



14



15



16



17

Gastronomía

- 12 Restaurante Vermeer, Ámsterdam - Holanda
- 13 Santceloni, Madrid - España
- 14 Terraza del Casino, Madrid - España

Meeting Rooms

- 15 NH Lingotto, Turín - Italia
- 16 NH Tropen, Ámsterdam - Holanda
- 17 NH Constanza, Barcelona - España



NH Olomouc, Olomouc - República Checa



"NH es sinónimo de calidad, de un servicio cercano e impecable, de una cuidada y saludable gastronomía en cualquiera de los hoteles donde operamos"

Eloísa Fernández,
gobernanta - NH Calderón

REINVENTAR LA EXPERIENCIA NH

Nuestro objetivo en NH Hoteles es reinventar continuamente la experiencia del cliente en base a 4 compromisos:

- ✓ **We Deliver:** asegurar al cliente que puede tener la tranquilidad de saber lo que se va a encontrar, porque NH Hoteles ofrece el servicio que éste espera siempre y en todos sus hoteles.
- ✓ **We Care:** atender, escuchar y mimar al cliente, poniendo especial atención en los detalles que valora.
- ✓ **We make things Easy:** antes y durante el proceso de reserva, en el registro en el hotel, en la demanda de servicios durante la estancia, en la salida y posteriormente en la relación con NH Hoteles mediante los programas de fidelización.
- ✓ **We have the ability to Surprise:** sabiendo lo que un cliente/consumidor querría pero no pide, dotando a nuestros hoteles de "alma" para hacer que su estancia se convierta en una "experiencia".

Wi free

eco+MEETING

NH & YOU

NH meeting moments

ROOM APETIT NH HOTELS

desayunos NH
antiOX

estado puro
los lujos de Pato Romero

Santceloni
RESTAURANTE

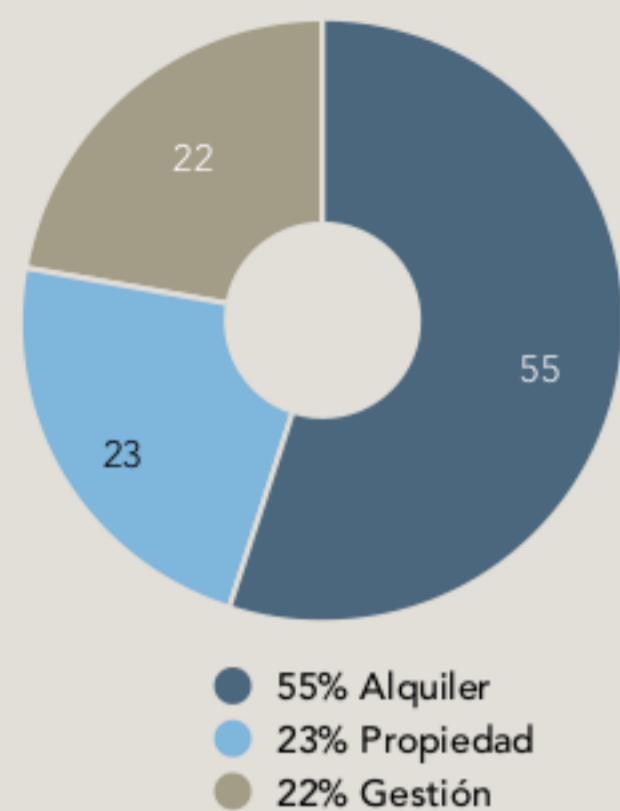
GLYSIUM
SPA & WELLNESS CENTRES



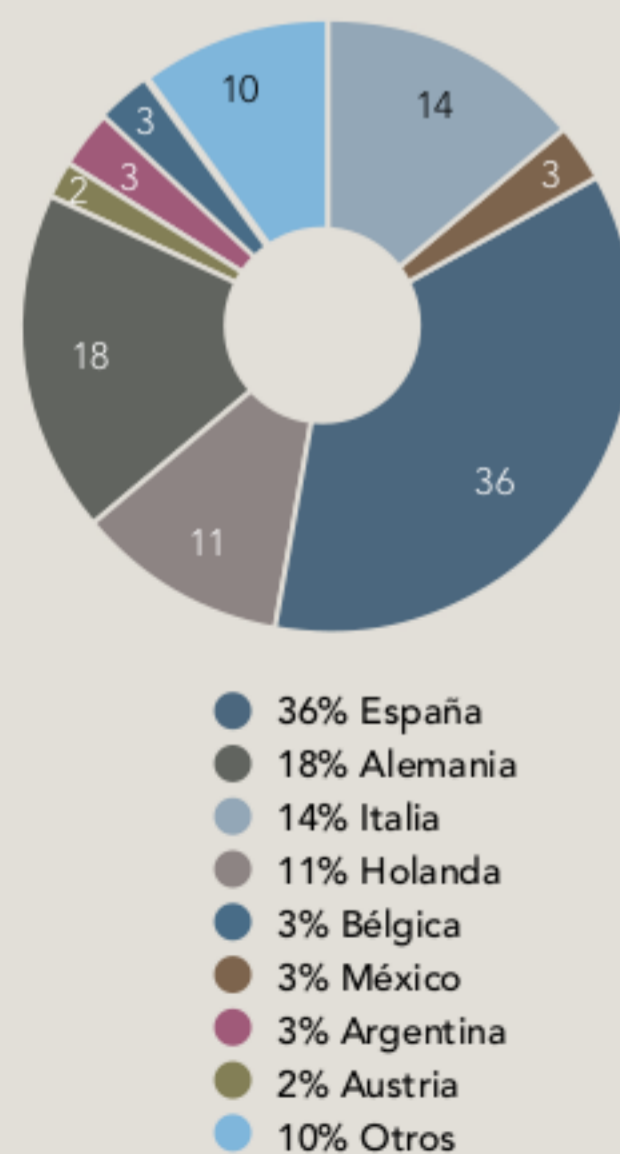
Restaurant Vermeer



DESGLOSE POR HABITACIONES
A 31 DE DICIEMBRE DE 2012



DESGLOSE DE
HABITACIONES POR PAÍSES
A 31 DE DICIEMBRE DE 2012



PRINCIPALES MAGNITUDES

NH Hoteles cuenta con una cartera de **391 hoteles** urbanos y vacacionales, **58.853 habitaciones** y servicios hoteleros y está presente en **26 países** de Europa, América y África. Con su presencia en las principales ciudades se consolida como una de las cadenas hoteleras urbanas líderes en el segmento de negocios en Europa y con amplia presencia en América.



Grand Hotel Convento Di Amalfi, Salerno - Italia



DESGLOSE DE LA CARTERA DE NH HOTELES A 31 DE DICIEMBRE DE 2012

	TOTAL		ALQUILER		PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
TOTAL NH HOTELES	391	58.853	220	31.868	83	13.820	81	12.643	7	522
EUROPA										
España	171	20.677	93	10.712	16	2.428	56	7.108	6	429
Alemania	59	10.438	54	9.438	5	1.000	-	-	-	-
Italia	52	8.239	32	5.300	15	2.280	5	659	-	-
Holanda	35	6.509	16	2.441	18	3.988	1	80	-	-
Bélgica	10	1.550	2	434	8	1.116	-	-	-	-
Austria	6	1.183	6	1.183	-	-	-	-	-	-
Suiza	4	521	3	399	1	122	-	-	-	-
Francia	3	556	2	397	-	-	1	159	-	-
República Checa	2	579	-	-	-	-	2	579	-	-
Reino Unido	2	321	1	121	-	-	1	200	-	-
Portugal	2	165	2	165	-	-	-	-	-	-
Rumanía	2	161	1	83	-	-	1	78	-	-
Hungría	1	160	1	160	-	-	-	-	-	-
Luxemburgo	1	148	1	148	-	-	-	-	-	-
Eslovaquia	1	117	-	-	-	-	1	117	-	-
Polonia	1	93	-	-	-	-	-	-	1	93
Andorra	1	60	-	-	-	-	1	60	-	-
TOTAL EUROPA	353	51.477	214	30.981	63	10.934	69	9.040	7	522
AMÉRICA										
Argentina	13	2.049	-	-	11	1.524	2	525	-	-
México	13	2.040	5	689	4	681	4	670	-	-
República Dominicana	3	1.261	-	-	-	-	3	1.261	-	-
Venezuela	3	1.147	-	-	-	-	3	1.147	-	-
Estados Unidos	1	242	-	-	1	242	-	-	-	-
Colombia	1	137	-	-	1	137	-	-	-	-
Uruguay	1	136	-	-	1	136	-	-	-	-
Chile	1	122	-	-	1	122	-	-	-	-
TOTAL AMÉRICA	36	7.134	5	689	19	2.842	12	3.603	0	0
ÁFRICA										
Sudáfrica	2	242	1	198	1	44	0	0	-	-
TOTAL ÁFRICA	2	242	1	198	1	44	0	0	-	-

**RESULTADOS 2012:
NH HOTELES AJUSTA SU BALANCE**

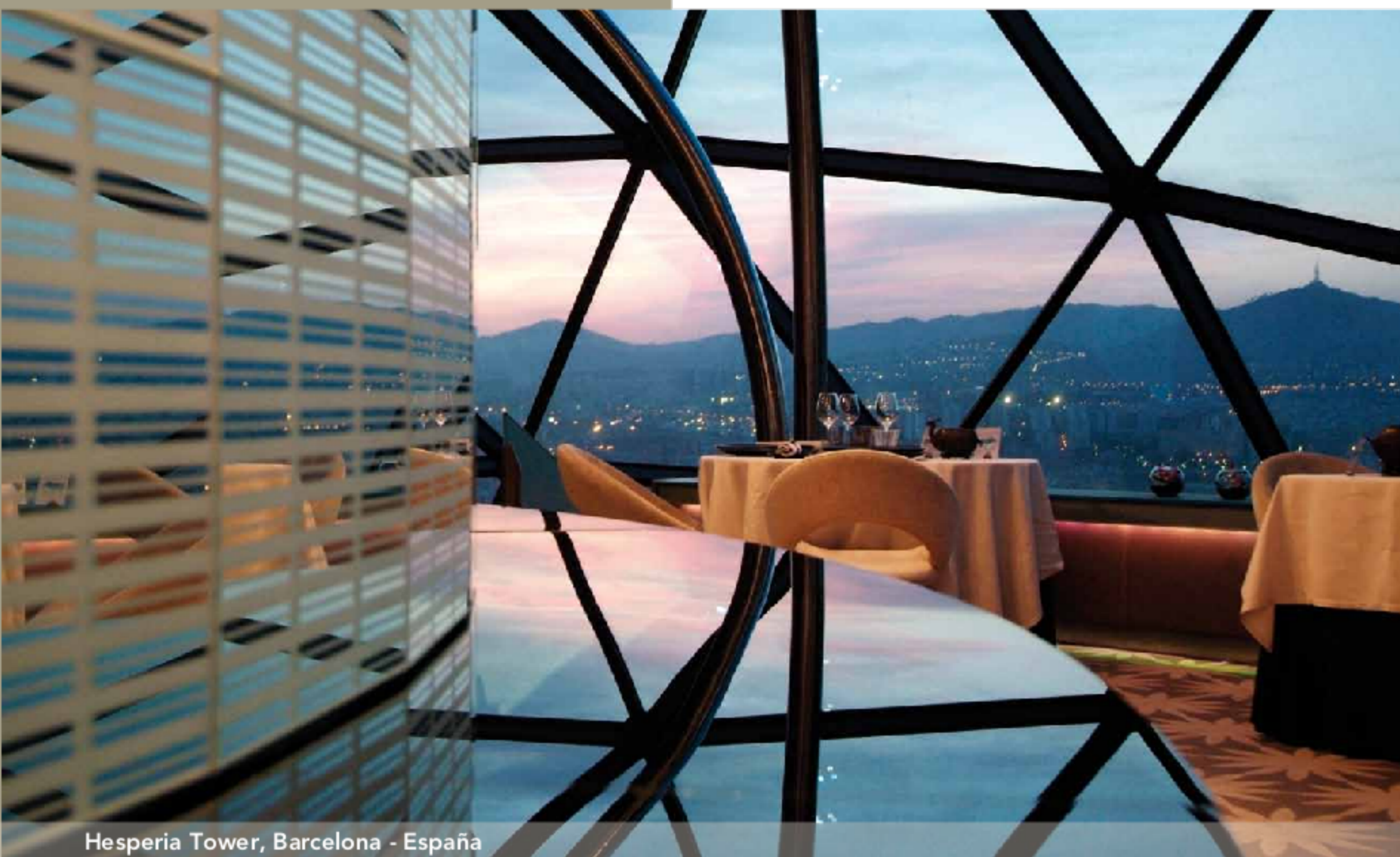
Debido al fuerte deterioro económico que afecta a los países del sur de Europa, NH Hoteles obtiene un resultado recurrente de -66,9M€ frente a pérdidas de 9,1M€ del año anterior. En línea con la negativa evolución macro, especialmente en España e Italia, el Grupo ha evaluado la recuperabilidad del valor contable de sus activos en base a su plan de negocio, por lo que ha incrementado la provisión por deterioro de activos (*Impairment*) que venía registrando hasta un total de 268M€. Como consecuencia de lo anterior, el resultado neto consolidado del Grupo arroja un saldo de -292M€. Dichas provisiones no implican salida de caja alguna.

ACTIVIDAD HOTELERA E INMOBILIARIA

NH Hoteles ha logrado mantener la ocupación en niveles similares a 2011, sin embargo las ventas se reducen un 3,4% como consecuencia de la salida del perímetro de consolidación de los hoteles vendidos el pasado año, que representan cerca de la mitad de la caída de ventas, así como la ralentización del negocio de congresos, convenciones y eventos, la menor contratación en el área de restauración y la caída del precio medio. Tanto España como Italia presentaron una peor evolución en el último trimestre frente al resto del año. Por su parte, la Unidad de Negocio de Benelux reflejó una mejor evolución en el último trimestre donde, a pesar de la presión a la baja de los precios, la Compañía consiguió incrementar su cuota de mercado. En el conjunto del año, esta Unidad de Negocio aumenta la ocupación un 1,1% en hoteles comparables pero con una caída del precio medio del 3,4%.

Las Unidades de Negocio de Europa Central y de América presentan la mejor evolución del Grupo en 2012. Europa Central mostró un fuerte aumento de la ocupación y los precios en todas las ciudades alemanas, siendo destacable la evolución de Múnich y Berlín. Latinoamérica presentó un comportamiento dispar en el conjunto del año. Mientras que Argentina se vio afectada por la reducción de la demanda de dos de sus principales mercados emisores (España y Brasil), México destacó muy positivamente con incrementos de RevPar (ingresos por habitación disponible) superiores al 10%.

Las ventas de la actividad inmobiliaria crecieron un 30% hasta los 22,1M€ frente a los 16,9M€ alcanzados en el mismo período del año anterior, escriturándose un total de 25 viviendas por un importe de 10,7M€ frente a un total de 1,5M€ en el ejercicio 2011.



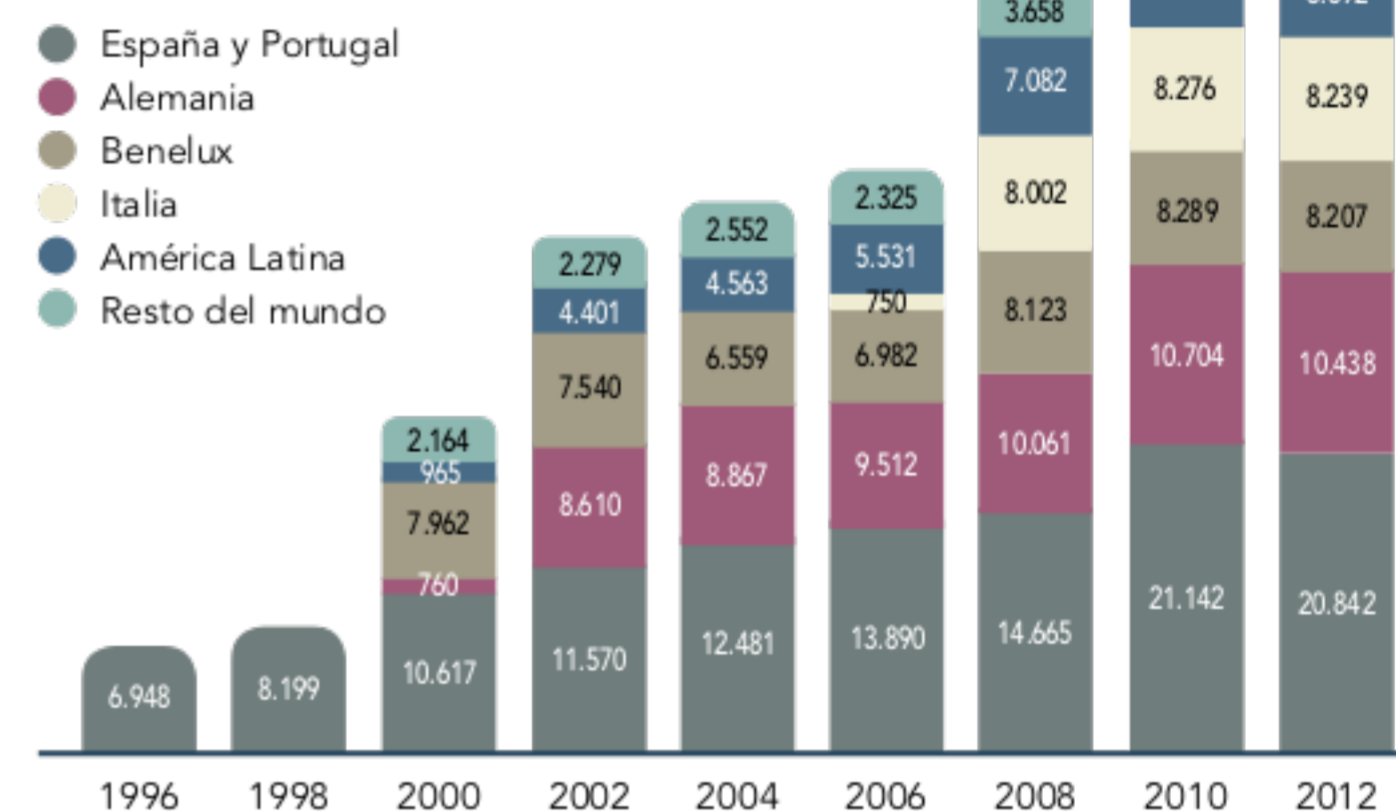
Hesperia Tower, Barcelona - España

NH HOTELES: REFERENTE INTERNACIONAL

El 100% de las aperturas y nuevos contratos firmados han sido en régimen de gestión, contabilizando 4 nuevos hoteles con 673 habitaciones en total, la ampliación de 180 habitaciones de un resort en República Dominicana y la firma de 5 nuevos hoteles que supondrán 908 habitaciones adicionales a la cartera del Grupo. Cabe señalar la incorporación del primer hotel de la Compañía en **Eslovaquia** y la apertura de un hotel urbano en **República Dominicana**.

NÚMERO DE HABITACIONES 1996 - 2012

Crecimiento anual compuesto +13,4%



PRINCIPALES CIFRAS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE DICIEMBRE DE 2012

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG			
(millones de €)	2012 12M	2011 12M	2012/2011
Ingresos de la Actividad Hotelera	1.288,0	1.339,2	(3,8%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	22,1	17,0	30,3%
TOTAL INGRESOS	1.310,13	1.356,21	(3,4%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	411,12	454,28	(9,5%)
EBITDA	118,16	164,15	(28,0%)
EBIT	5,5	45,17	(87,8%)
RESULTADO NETO recurrente	(66,9)	(9,1)	(635,5%)
EBITDA no recurrente	(40,2)	38,2	(205,1%)
Otros elementos no recurrentes	(185,0)	(22,9)	(708,4%)
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(292,1)	6,2	(4.785,2%)



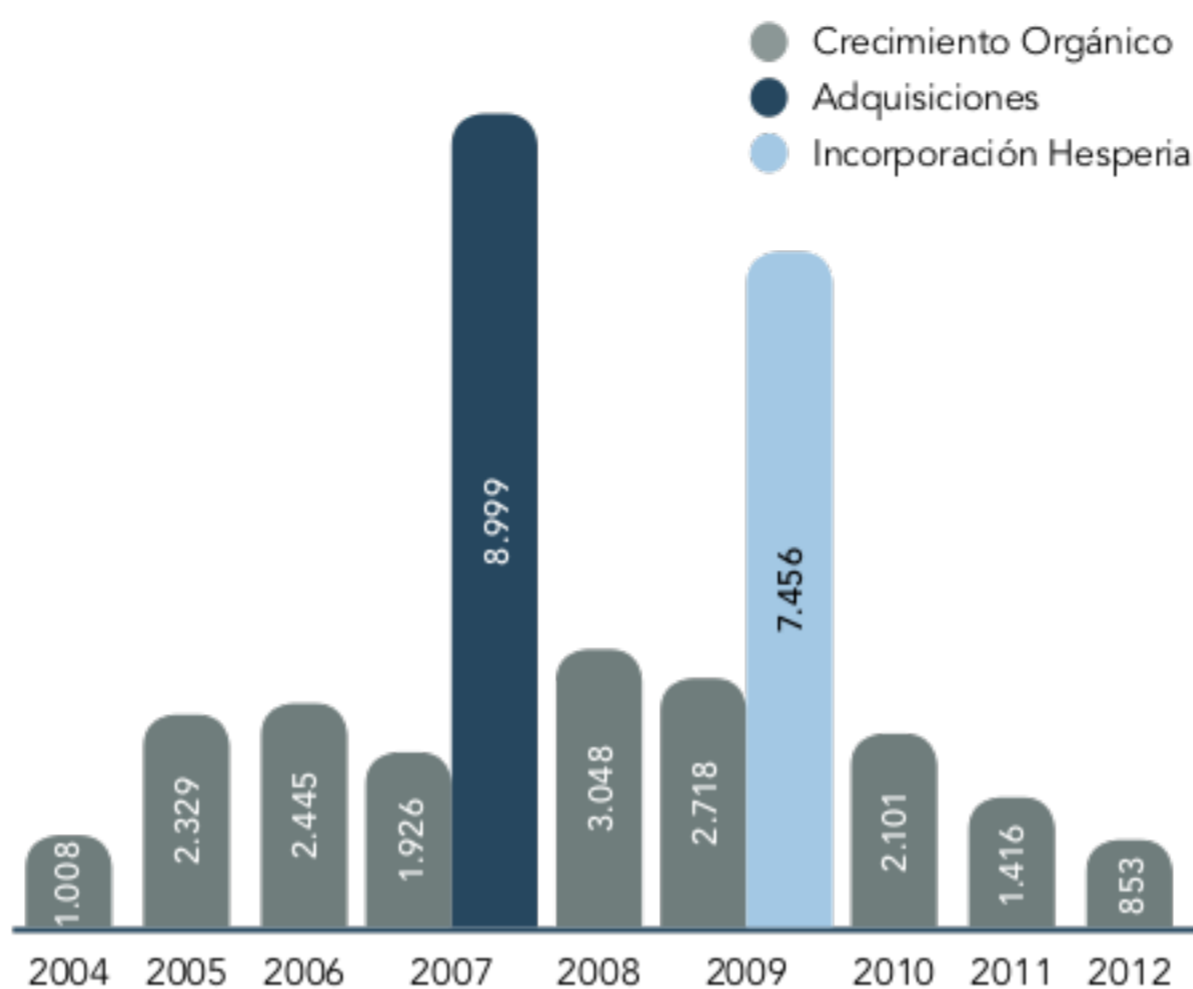
Hesperia Bilbao, Bilbao - España



NH Grand Hotel Krasnapolsky, Ámsterdam - Holanda

EVOLUCIÓN DE APERTURAS E INCORPORACIONES

En número de habitaciones



HOTELES ABIERTOS DESDE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

HOTELES	CIUDAD	PAÍS	HABITACIONES
Now Larimar Garden View (ampliación)	Punta Cana	República Dominicana	180
NH Punta Cana	Punta Cana	República Dominicana	66
NH Gate One	Bratislava	Eslovaquia	117
NH Prague	Praga	República Checa	442
NH Ourense	Ourense	España	48
TOTAL NUEVAS APERTURAS			853

GESTIÓN DE ACTIVOS

Entre las iniciativas llevadas a cabo en el marco de la actividad propia de racionalización de activos de NH Hoteles, durante 2012, cabe señalar la salida de 10 establecimientos y la cancelación de 2 proyectos en arrendamiento.

HECHOS SIGNIFICATIVOS 2012

CIERRE EXITOSO DEL PROCESO DE REFINANCIACIÓN

Concluyó el proceso de formalización de la refinanciación mediante la firma notarial de las 33 entidades que representan el **100% del importe** total a refinanciar. La operación contempló la refinanciación de 729,8M€ y, además, la refinanciación de su deuda en Italia por importe de otros 75M€.

NUEVOS NOMBRAMIENTOS Y MODELO DE GOBIERNO

NH Hoteles se dota de un nuevo modelo de **Gobierno Corporativo** a través del nombramiento de un nuevo Presidente no Ejecutivo del máximo órgano de Gobierno y un nuevo Consejero Delegado, desdoblado así ambas funciones y responsabilidades.

TRANSFORMACIÓN ORGANIZATIVA

NH Hoteles ha experimentado con intensidad una remodelación de toda su organización, adecuando su modelo a su **perfil multinacional**, a las tendencias de consumo y al compromiso de gestión eficiente. La transformación del Grupo se inicia con la puesta en marcha de distintos planes de negocio para afrontar su desarrollo y liderazgo en el sector, así como atenuar los efectos del recesivo contexto económico global, que continúa teniendo especial virulencia en algunos de los mercados donde opera el Grupo. La Compañía ha centrado sus esfuerzos en adecuarse a los actuales retos del sector en materia de **eficiencia, gestión comercial, tecnología, calidad** y foco en los **canales electrónicos**.

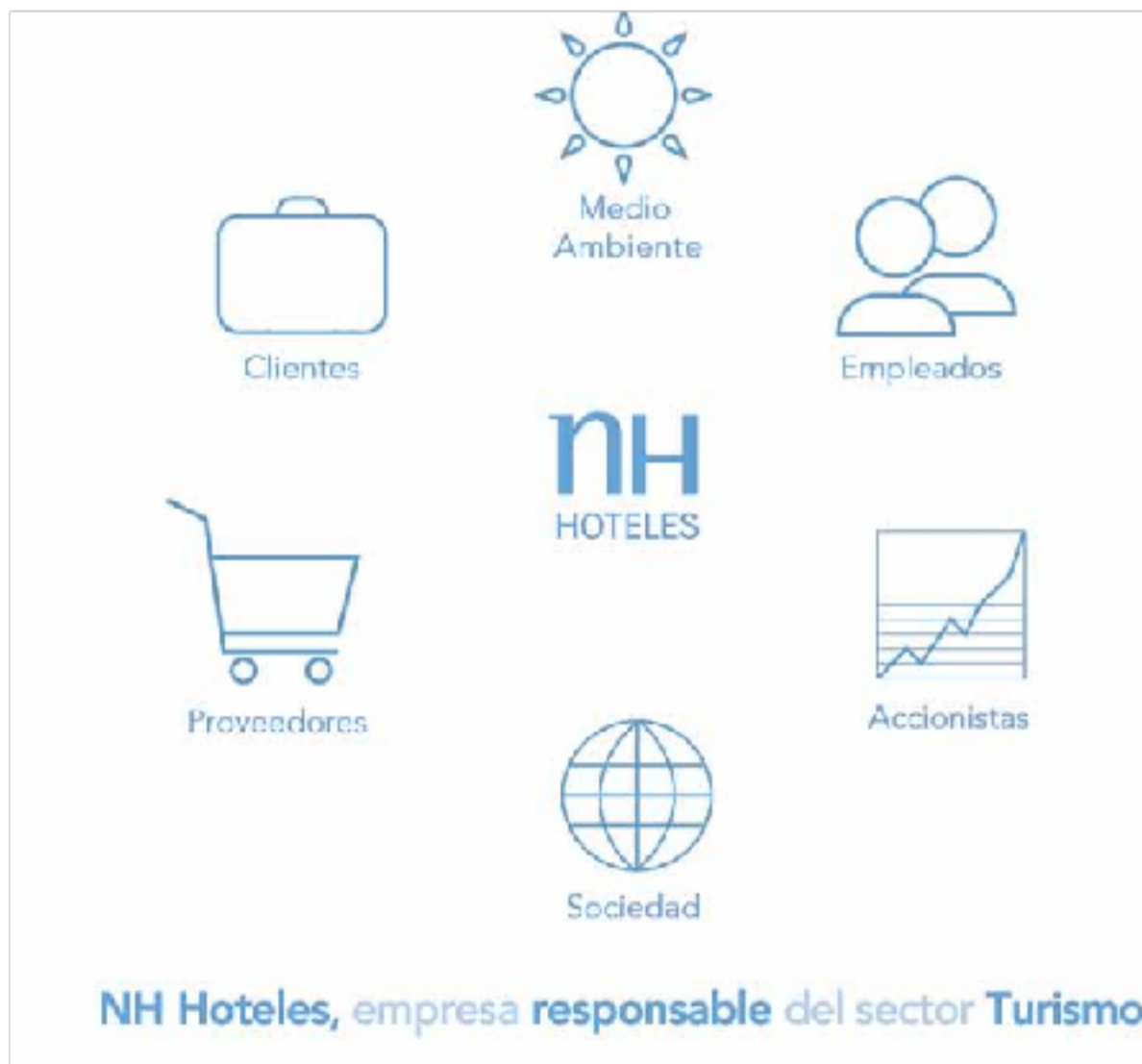
SALIDA DE HOTELES NO ESTRATÉGICOS

Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de Enero al 31 de Diciembre de 2012

HOTELES	PAÍS	HABITACIONES
NH Trier	Alemania	215
Hesperia London Victoria	Reino Unido	212
Hesperia Gelmirez	España	138
NH Praha Radlicka	República Checa	134
NH Mercader	España	124
NH Condor	España	78
Hesperia Sport Barcelona	España	63
NH Venus Sea Garden Resort	Italia	59
Hesperia Patricia	España	44
Hesperia Carlit	España	38
TOTAL SALIDAS		1.105



NUESTRO ENFOQUE RESPONSABLE



NH Hoteles desarrolla su negocio integrando la **responsabilidad de ser sostenibles** en todos los procesos, en el ámbito económico, medioambiental y social, con una constante **innovación** para responder a los **compromisos con nuestros grupos de interés**.

MISIÓN

Ofrecer servicios de hostelería sostenibles, consistentes y eficientes para nuestros clientes, accionistas, socios, empleados y para la sociedad en general. Aspiramos a liderar el sector turismo en desarrollo sostenible y servir de inspiración para otros.

VISIÓN

Recompensar el tiempo que nos dedican nuestros clientes, mejorando su experiencia y contribuyendo a un mundo más sostenible.



BENEFICIOS Y OPORTUNIDADES DE LA SOSTENIBILIDAD EN NH HOTELES

INNOVACIÓN

El **Club NH Sostenible** y el **Voluntariado de Cooperación al Desarrollo**, cuya solidez y originalidad han sido premiadas en varias ocasiones, son proyectos de reconocida referencia en el sector y pioneros en innovación sostenible.

AHORRO Y COMPETITIVIDAD

Reducción de consumos medioambientales con importantes ahorros en los gastos operativos de agua, energía y gas que nos permiten mejorar nuestra competitividad sin disminuir la calidad del servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Nuestra estrategia de **Responsabilidad Corporativa** nos permite lograr una colaboración activa con Clientes, Empleados, Proveedores y la Sociedad para el cumplimiento de los objetivos en desarrollo sostenible. Iniciativas como **NH meeting moments**, en las que ofrecemos la opción de compensar emisiones, **Navidad para Todos**, en un momento de especial vulnerabilidad, en la que por primera vez se ha implicado a clientes y vecinos de nuestros hoteles de España o la donación solidaria en el check out demuestran la sensibilización de nuestros clientes con nuestro compromiso con la sostenibilidad.

DIFERENCIACIÓN DE MARCA

Nuestro enfoque sostenible **potencia el valor de marca** y nos posiciona como referentes en el mercado, siendo una palanca de comercialización en los segmentos de Clientes Corporativos y Consorcios que apuestan por el compromiso responsable del proveedor.

PLANIFICACIÓN A LARGO PLAZO

La Responsabilidad Corporativa supone integrar una visión con mayor perspectiva y analizar, no sólo los resultados financieros trimestrales, sino también el **impacto a largo plazo**.

DIÁLOGO CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

2012	Accionistas	Clientes	Empleados	Proveedores	Medio Ambiente	Sociedad
Plan Director Responsabilidad Corporativa	■	■	■	■	■	■
Webs corporativas específicas	■	■	■	■	■	■
Encuestas de satisfacción	■	■		■		
Reuniones y encuentros	■	■	■	■	■	■
Participación en actos y foros	■		■		■	■
Comunicación y publicación de información	■	■	■	■	■	■
DESTACADO 2012	Incorporación  FTSE4Good	Campaña Wifree Valoraciones de clientes	Formación Código Conducta Voluntariado Corporativo	Compras responsables (Cuota 8,6 LISMI)	Exitoso cierre Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012	Alianzas Up! For the People



HITOS RESPONSABLES 2012

- ✓ **Cambios en el Gobierno Corporativo** con la designación de un nuevo Presidente y un nuevo Consejero Delegado.
- ✓ **Incorporación al índice bursátil de sostenibilidad FTSE4Good** tras la revisión de Diciembre de 2012.
- ✓ **Nuevas funcionalidades y aplicaciones de Quality Focus Online.**
- ✓ **Exitoso resultado del Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012.**
- ✓ Lanzamiento del **programa corporativo de formación New Heights**, enfocado a la preparación de todos los directores de hotel en temas clave para afrontar los retos que se plantean a corto y medio plazo.
- ✓ Nuestra estrategia de Acción Social **Up! for the People se consolida**, con la formación en 2012 de 441 jóvenes en riesgo de exclusión y personas con discapacidad, más de 900 empleados voluntarios involucrados y 8.367 habitaciones donadas.

CÓDIGO DE CONDUCTA DE NH HOTELES

Desde 2011, NH Hoteles cuenta con un **nuevo Código de Conducta** de obligado cumplimiento para todos los empleados, miembros del Consejo, accionistas y proveedores. Dispone de un procedimiento anónimo para notificar las denuncias por incumplimientos del mismo y una **Guía Práctica** que recoge de forma didáctica las normas y valores del Código.

Asimismo, cuenta con un documento que refleja aspectos como la obligatoriedad, la confidencialidad en la tramitación de denuncias y el anonimato del canal. En 2012 se ha dado continuidad a la implementación y difusión de los aspectos que definen nuestro comportamiento ético con el desarrollo de una **formación online obligatoria** para todos los empleados disponible en 6 idiomas.





SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

El Departamento de Responsabilidad Corporativa depende de la Secretaría General. El Secretario General es miembro del Comité de Dirección y reporta al Consejero Delegado.

A su vez, cada Unidad de Negocio cuenta con un Responsable de Responsabilidad Corporativa para asegurar la correcta implementación y coordinación del Plan de Responsabilidad, así como la canalización de información, dudas, ideas e iniciativas que surgen en cada región.

INICIATIVAS Y ALIANZAS

INTERNATIONAL TOURISM PARTNERSHIP (ITP)

Plataforma mundial que reúne a los actores líderes en comportamiento sostenible del sector Turismo. En 2012 destaca la participación de NH Hoteles en las iniciativas **Youth Career Initiative** y **Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMi)**.



CLUB DE EXCELENCIA EN SOSTENIBILIDAD

Asociación empresarial compuesta por 22 grandes compañías que apuestan por el crecimiento sostenible. Cuenta con comisiones de trabajo conjunto en Medio Ambiente, Recursos Humanos, TIC y Sostenibilidad o Gobierno Corporativo.



Club de Excelencia
en Sostenibilidad

JUNTOS POR EL EMPLEO (ESPAÑA)

NH Hoteles se suma al compromiso de mejorar la empleabilidad de los sectores más vulnerables de la sociedad española impulsando la colaboración entre el sector empresarial, el sector público y las organizaciones del tercer sector. Lo lideran Fundación Accenture, Fundación Compromiso Empresarial y Fundación SERES.



NH Berlin Mitte, Berlín - Alemania



APOYAMOS
EL PACTO GLOBAL

PACTO MUNDIAL DE LAS NACIONES UNIDAS

Desde 2006, NH Hoteles está adherida al Pacto Mundial, marco de referencia para el diseño de la estrategia y gestión de la Responsabilidad Corporativa. Asimismo, en el actual Código de Conducta de NH Hoteles se incorpora el cumplimiento de los compromisos éticos internacionales y sectoriales entre los que se consideran los **Diez Principios del Pacto Mundial**.

“En NH Hoteles nos esforzamos diariamente por cuidar a nuestros clientes. El hecho de que seamos su opción nos enorgullece y hace que mantengamos la ilusión del primer día”

Javier Frieria,
director - NH Eurobuilding



Hesperia Tower, Barcelona - España



Casino de Madrid, Madrid - España

DESEMPEÑO ECONÓMICO

ACCIONISTAS

NH Hoteles trabaja para generar una relación de confianza con sus accionistas, con un sólido compromiso de transparencia especialmente en lo relacionado con la disponibilidad y acceso a información relevante de forma completa y veraz.

COMUNICACIÓN CON LOS ACCIONISTAS

RINCÓN DEL ACCIONISTA

En 2012 se consolida la plataforma lanzada el año anterior para incrementar la interactividad con los accionistas e inversores y optimizar su acceso a la información de referencia de las distintas áreas de la Compañía.

FORO ELECTRÓNICO DE ACCIONISTAS

Herramienta de información y participación que facilita la comunicación con los accionistas. Sirve para la publicación de propuestas, solicitudes de adhesión, iniciativas para ejercitar derechos de minoría o peticiones de representación voluntaria.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

El 29 de Junio de 2012 se celebró la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad en primera convocatoria, con asistencia del 72,61% del capital social.

EVENTOS CON INVERSORES

Este año se han organizado 2 eventos con inversores y 49 reuniones con accionistas e inversores.

El Fondo Noruego de Pensiones incrementa su participación en NH Hoteles.

El Fondo Noruego incrementó su participación en la Compañía de 2,24% en 2011 a 2,40% en 2012. Entre las políticas que han tenido en cuenta para ello destaca nuestro desempeño medioambiental, la implicación de todos los grupos de interés en el Código de Conducta, las medidas de innovación sostenible y la exitosa estrategia de Acción Social.

CLUB DEL ACCIONISTA

Iniciativa para recompensar a los accionistas con beneficios exclusivos. Acumulando un 6% en créditos por todos los conceptos facturados (1 crédito = 1€) éstos pueden canjearse por noches de alojamiento y servicios de restauración.

FTSE4GOOD

Única empresa española incluida en 2013 en el índice bursátil de sostenibilidad FTSE4Good tras la revisión de 2012. Este índice es uno de los referentes en la valoración de factores medioambientales, éticos, sociales y de gobierno corporativo y supone un reconocimiento del compromiso de NH Hoteles en su estrategia de Responsabilidad Corporativa.





CLIENTES

La satisfacción del cliente es la prioridad de NH Hoteles, que tiene como objetivos facilitar los procesos, mantener la transparencia en las actuaciones, garantizar el trato y la calidad del servicio e innovar constantemente para responder a sus expectativas.

EXCELENCIA EN CALIDAD

En 2012 se recogieron más de **228.000 valoraciones**, con una media de evaluación global de 8,1 sobre 10 que convierte a la Compañía en una de las mejores valoradas del sector.

Quality Focus, canal de diálogo con los clientes que ha permitido posicionar el servicio y la calidad como aspectos estratégicos de la Compañía, dándole a NH Hoteles ventaja competitiva en el mercado y facilitando que los empleados de todos los países se impliquen.

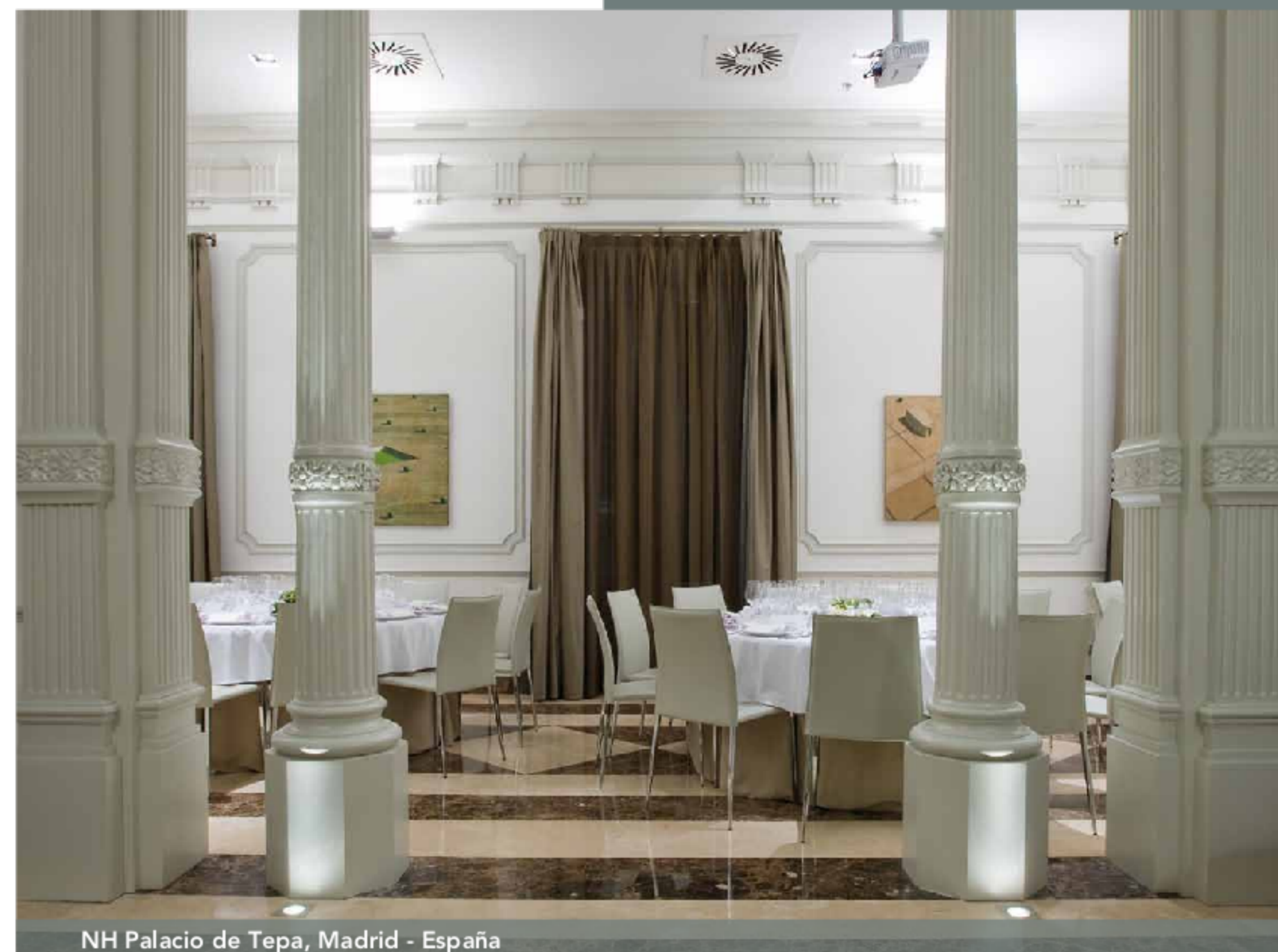
Quality Focus On-line, software mediante el que podemos conocer la valoración de los clientes en todos los hoteles, aunar toda esa información en una sola plataforma y obtener estadísticas fiables que muestren su nivel de satisfacción para establecer planes de mejora continua.



VALORACIÓN GLOBAL DE NH HOTELES

	2011	2012	DIF.
Satisfacción general (*)	8,0 (escala 0 a 10)	8,1 (escala 0 a 10)	+ 0,1
Nº Encuestas	105.135	89.985	- 15.150
Nº Valoraciones (Encuestas NH + páginas externas)	211.577	229.809	+ 18.232
Valoración Relación Calidad-Precio	7,5	7,7	+ 0,2

(*) Incluye las valoraciones de las encuestas internas de NH Hoteles y de las páginas externas.



NH Palacio de Tapa, Madrid - España

LOS HOTELES MEJOR VALORADOS

NH Palacio de Tapa con 9,0, NH Porta Rossa con una valoración de 8,9, nhow Berlin con 8,8, y Grand Hotel Convento di Amalfi con 8,8, se han convertido en los preferidos por los viajeros porque ofrecen servicios adicionales y cuentan con espacios innovadores.

NUEVAS FUNCIONALIDADES DE QUALITY FOCUS

QUALITY BALANCED SCORECARD (QBS)

Herramienta que permite relacionar los resultados de satisfacción del cliente con otras variables de negocio y buscar mejores prácticas que aumenten la satisfacción del cliente y la productividad de la Compañía.

MYSTERY GUEST

En 2012, los resultados de las **367 auditorías** realizadas por el Departamento de Calidad de NH Hoteles con la metodología Mystery Guest se integraron en la plataforma Quality Focus On-line para determinar la adecuación del servicio a los estándares y procedimientos que define la Compañía.

QR CODE PROJECT (BIDI)

Nuevo proyecto que permite completar la información almacenada en Quality Focus y gestionar de forma centralizada, desde el Quality Focus On-Line, la información obtenida a través de encuestas realizadas mediante códigos QR (BIDI).



NUEVAS ENCUESTAS ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE LA ESTANCIA

En 2012 se completa el ciclo de registro de opinión de clientes al incluir una encuesta de satisfacción sobre el proceso de reserva y otra dentro del período de estancia mediante códigos QR en diferentes zonas del hotel. Con este servicio, el cliente puede responder a través de su teléfono móvil a cuestiones relacionadas con servicios y productos, salas de reuniones, etc. Las encuestas de satisfacción de la estancia también se han extendido a Bookers para evaluar las reservas de grupos, salones y servicios de restauración gestionados por empresas externas.



NH Porta Rossa, Firenze - Italia

ATENCIÓN AL CLIENTE

En 2012 se han contactado un total de **13.705 clientes**, 10.029 de forma directa y 3.676 a través del departamento de Atención al Cliente.

Estos contactos han permitido incorporar 29.408 comentarios codificados a nuestra herramienta Quality Focus On-Line para los hoteles valorados, afianzando así la relación y confianza con los clientes.

"Estoy encantada de formar parte de NH Hoteles. Lo importante para mí y por lo que trabajo cada día es para ofrecer a nuestros huéspedes una estancia inolvidable"

Rahwa Bumba,
directora adjunta
NH Frankfurt Airport

GASTRONOMÍA CINCO ESTRELLAS

ESTRELLAS MICHELIN

La nueva edición de la **Guía Michelin 2013**, publicada en 2012, recoge **las cinco estrellas** otorgadas a diferentes establecimientos de NH Hoteles. Destaca La Terraza del Casino con Paco Roncero (2 estrellas Michelin) como chef ejecutivo y director, y Santceloni, con 2 estrellas Michelin, liderado por Óscar Velasco. El restaurante Vermeer, ubicado en el NH Barbizon Palace de Ámsterdam y a cargo del chef Christopher Naylor, también está reconocido con 1 estrella Michelin.

COCINA DE VANGUARDIA

El chef berlinés Patrick Rexhausen del restaurante Fabrics, ubicado junto al lobby del nhow Berlin, ofrece una cocina moderna con guiños germano-franceses y de la más alta calidad.

ESTADO PURO

NH Hoteles continúa reinterpretando el tradicional concepto de tapas desde sus dos establecimientos de Estado Puro en Madrid, liderados por Paco Roncero y cuyo interiorismo de peinetas y diseños vintage desarrolló James&Mau.

TALLER DE PACO RONCERO

Ubicado en el Casino de Madrid, ha sido concebido como un laboratorio de investigación para el desarrollo del talento creativo en el diseño de nuevos platos, además de un aula de formación conectada para el intercambio de conocimientos entre la élite de los maestros de la cocina. Un *livinglab* dotado de una "mesa inteligente" y zona *showcooking* integrada que permiten interactuar en directo con el comensal.

DESAYUNOS NH ANTIOX, INNOVACIÓN Y SALUD

En 2012, NH Hoteles ha implementado en todas sus Unidades de Negocio los desayunos NH Antiox, con su versión de servicio de habitaciones **Room Appetit**, ofreciendo una selección de productos que, combinados, ayudan a combatir el envejecimiento prematuro de la piel, protegen el sistema cardiovascular y refuerzan el sistema inmunológico.

ROOM APETIT

El cliente puede disfrutar desde la comodidad de su habitación de una experiencia sana e innovadora del tradicional servicio de habitaciones. Propuesta gastronómica que, con una presentación original y sugerente, apuesta por la calidad y la salud.



"Siempre trato de hacer nuevos contactos y no perder de vista a nuestra competencia, buscando nuevas ideas que sorprendan, aporten valor y nos lleven hacia adelante"

Thomas Rettig,
responsable de alimentación
y bebidas - nhow Berlin

NUEVOS SERVICIOS

WIFREE

Como respuesta a la demanda de los clientes, desde agosto de 2012 NH Hoteles ofrece **Wifi gratuito en todas las habitaciones y zonas comunes** de todos sus hoteles.

NH MEETING MOMENTS

Nuevo concepto que eleva a la máxima expresión la experiencia del cliente en cualquier evento o reunión, ofreciéndole además una excelente oferta de servicios de restauración: desde salas funcionales donde ofrecer deliciosos *coffee-breaks* y almuerzos de trabajo, hasta restaurantes de cocina de vanguardia.

NH EVENT TOOL

Herramienta online que simplifica y optimiza la organización de eventos y congresos. Permite gestionar operaciones multi-hotel, reservando habitaciones en varios hoteles de una o muchas ciudades y distintos países. Además, ofrece la posibilidad de crear una web personalizada.

REDES SOCIALES: EXPERIENCIAS 2.0

NH Hoteles busca consolidar la relación cercana que mantiene con sus clientes a través del refuerzo a nivel global de su estrategia en redes sociales, incluyendo temas de interés general y promoviendo eventos de relevancia. Gracias a acciones de este tipo, la comunidad 2.0 de NH Hoteles creció con 37,66% de *followers* más en Twitter, y 20,65% de fans más en Facebook.

A finales de 2012 la Compañía cuenta con **casi 100.000 seguidores** en Facebook, Twitter e Instagram a nivel global. En 2012 se ha puesto énfasis también en una mayor creación de contenidos a nivel local en México, Colombia y Venezuela. Entre las acciones más destacadas en 2012 se encuentra el **Concurso de Microrrelatos** (dentro del Premio Mario Vargas Llosa NH de Relatos), el **concurso Copa Davis, #NHconelcine** y el **NH Day**, acción comercial de apoyo a la campaña de verano.

MARKETING ONLINE

SEM & SEO

En 2012 se ha apostado por la incorporación de un equipo especializado en las áreas SEM y SEO para el posicionamiento de la marca NH Hoteles en el entorno web y móvil de Google, Bing y Yahoo.

ONLINE PARTNER MARKETING

La Compañía ha cerrado acuerdos con Trivago, Kayak, Trabber y Checkfelix, potenciando el área de *Affiliate Marketing* con empresas afines para redirigir a futuros consumidores a la web comercial.

MOBILE MARKETING

En 2012, NH Hoteles consiguió la primera posición de descargas gratuitas en Apple Store en las categorías General y Viajes.

LA WEB DE NH HOTELES EN EL MÓVIL

Esta versión adaptada ha recibido varios reconocimientos y fue tomada como ejemplo por Mobile Marketing Association e Interactive Advertising Bureau, que la incluyó en su guía de eficiencia móvil.



APLICACIONES MÓVILES

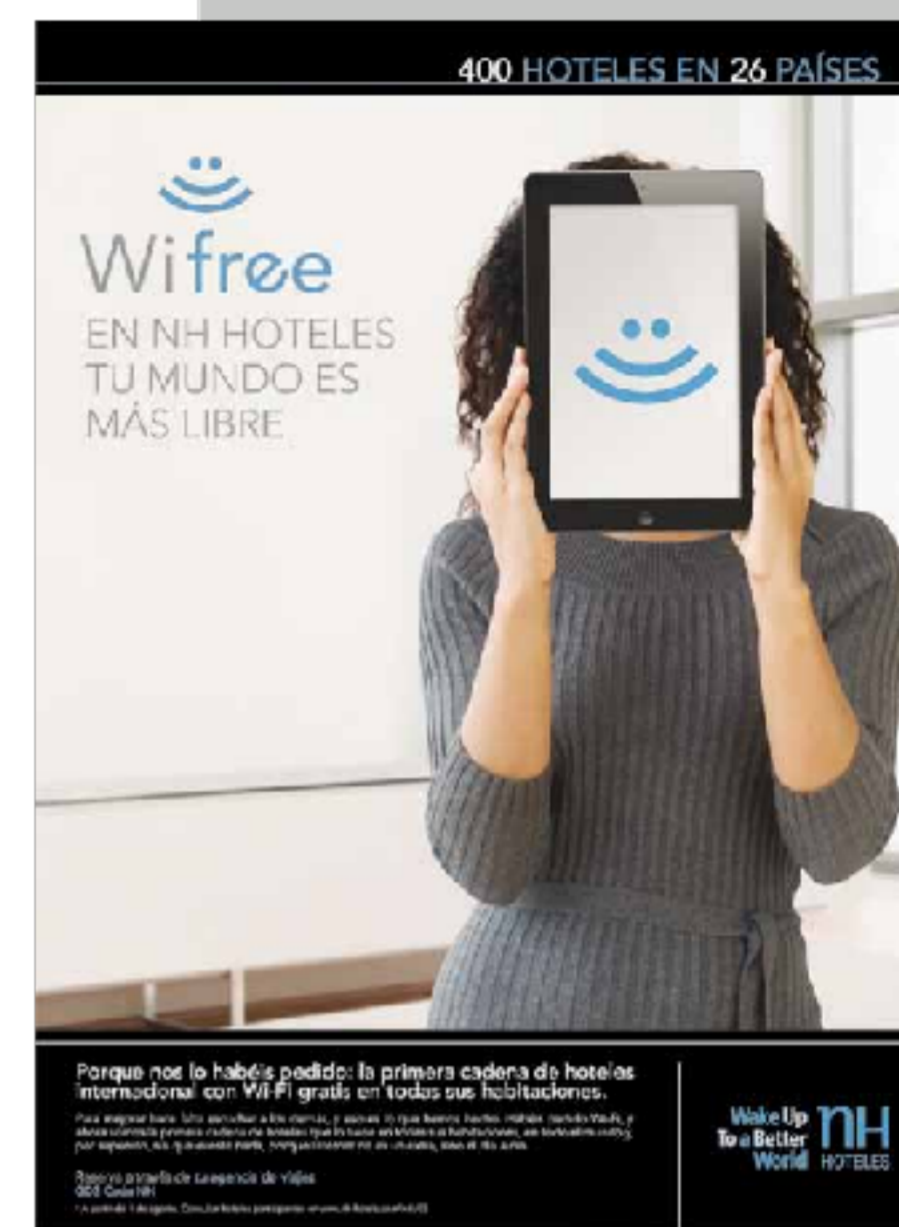
En 2012 se han desarrollado aplicaciones para iPhone, Android y iPad, además de adaptaciones para iPhone 5 y Passbook, siendo NH Hoteles la primera empresa del sector en adaptar esta aplicación exclusiva de Apple.

REDISEÑO DE NH WORLD

En 2012, NH Hoteles rediseñó la web del programa de fidelización NH World, con una imagen más atractiva y una zona exclusiva donde los miembros pueden consultar el estado de sus créditos.

EFICIENCIA DE LA CENTRAL DE RESERVAS

Nueva herramienta que permite enviar información a los clientes de forma rápida y eficiente, en ocho idiomas. Además, permite a las empresas ver las tarifas negociadas y con códigos promocionales.





NH Eurobuilding, Madrid - España

PROVEEDORES

Para NH Hoteles los proveedores son los socios clave para consolidar el compromiso de desarrollar **soluciones sostenibles e innovadoras**. La Compañía está convencida del valor de fomentar una relación cercana, accesible y sólida con sus *partners* y se esfuerza en optimizar los recursos e implantar herramientas que faciliten la comunicación bilateral.

ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA DE COMPRAS

En 2012 se ha actualizado la Política de Compras para que refleje los procesos y procedimientos actuales a la vez que mantiene y destaca el papel de servicio al cliente interno. También se han redefinido los roles, los niveles de aprobación y los límites de compras de cada uno de los actores que intervienen en esta función, homogeneizando los criterios de homologación y destacando la interrelación con otras áreas de la Compañía.

NUESTROS PROVEEDORES

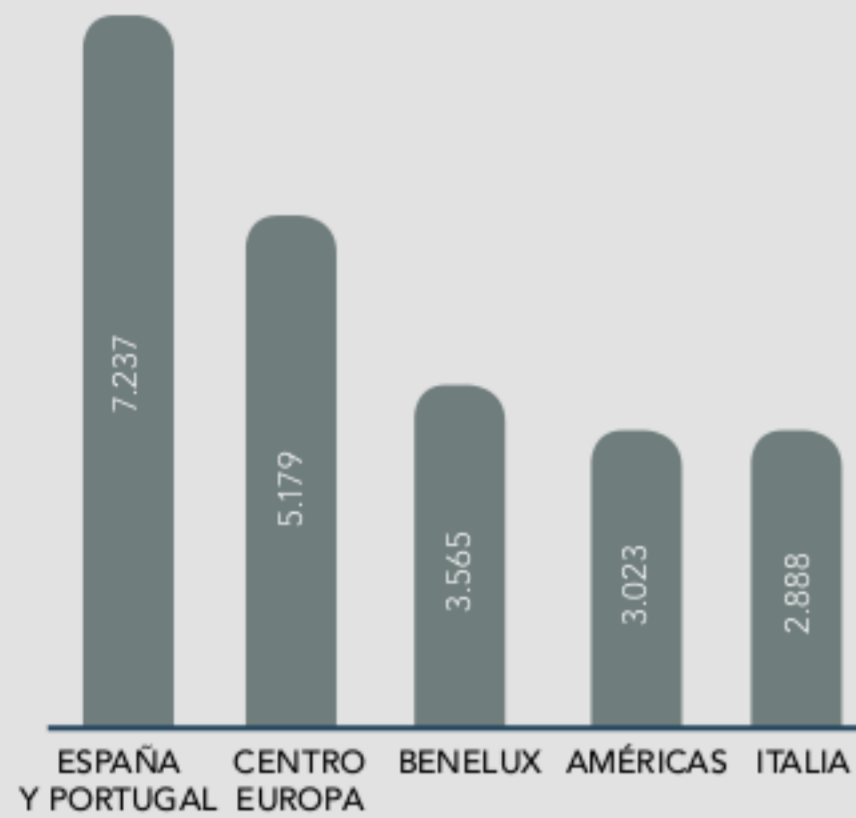
NH Hoteles ha trabajado durante 2012 con un total de **21.892 proveedores** nacionales e internacionales, con un volumen de compra anual (gasto + inversión) de 403,4M€. El 79% de este volumen se concentra en las Unidades de Negocio de España, Portugal, Europa Central y Benelux.

Una de las premisas de nuestra Política Corporativa de Compras es promover la **igualdad de oportunidades y fomentar la compra local** en cada región en la que NH Hoteles realiza operaciones. En 2012, el volumen de compra local representó un 84% del total de compra homologada, 4% menos que en 2011. Por tipología de proveedores, el 77,8% del total se engloba en gastos operativos y servicios, que supone el 63,77% del volumen total de compras por facturación.

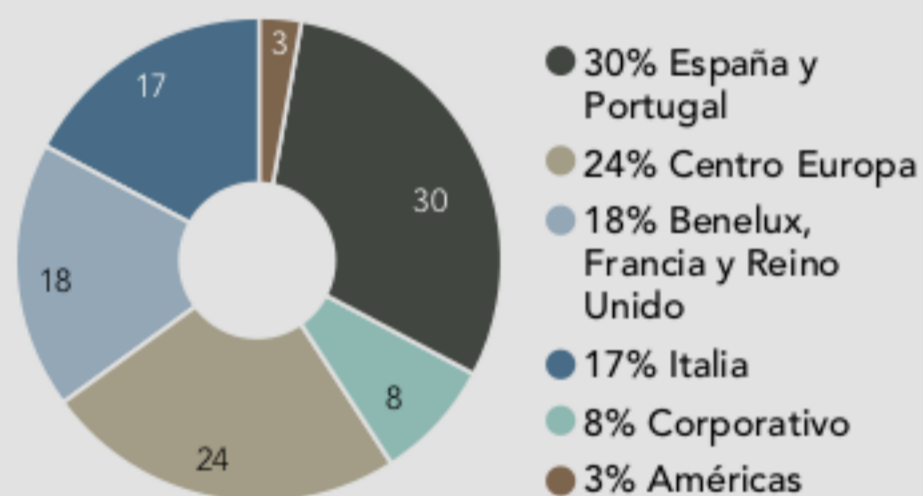
ADHESIÓN AL CÓDIGO DE CONDUCTA

A partir del 2012, el **Código de Conducta de NH Hoteles se ha incorporado en todos los contratos de homologación del Departamento de Compras**. En 2012 se firmaron en total 224 Códigos, alcanzando una cifra acumulada de 1.218 Códigos firmados, un 22,5% más que en 2011.

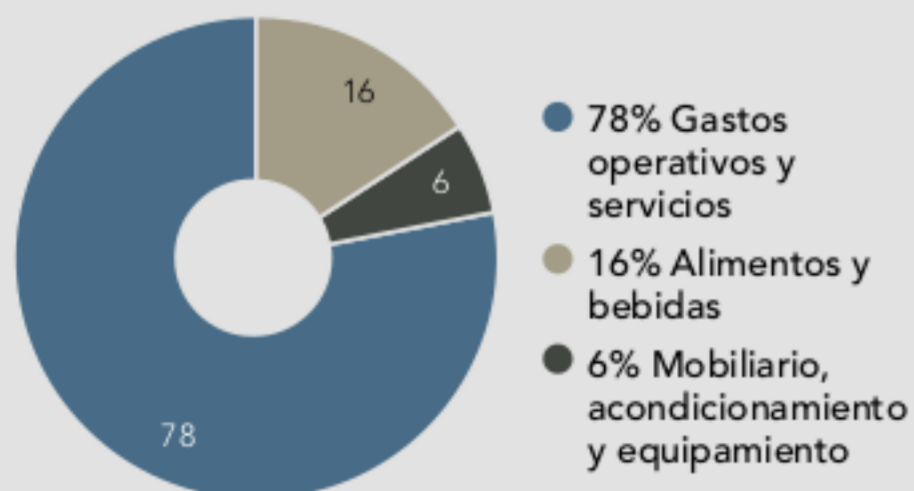
PROVEEDORES POR BU



VOLUMEN DE COMPRAS POR BU



PROVEEDORES POR TIPO DE SERVICIO



COMPROMISO MEDIOAMBIENTAL

En colaboración con el Departamento de Medio Ambiente, la Compañía continúa aplicando el **cuestionario de Ecodiseño** y analiza a cada candidato bajo un sistema de categorías, similar a la etiqueta europea de calificación energética Energy Star, que valora la gestión ambiental interna de la empresa y la eficiencia e innovación de los productos. Como novedad en 2012, todas las evaluaciones se han incorporado también al **Proceso de Registro de Proveedores** en nuestra **Plataforma Electrónica de Compras**.

CLUB NH SOSTENIBLE

Taller de innovación con proveedores que cumple cinco años en 2012 y continúa siendo un importante canal de difusión de la sostenibilidad, así como el espacio donde desarrollar conjuntamente medidas sostenibles que mantienen a NH Hoteles como modelo y referente del turismo responsable.

PLATAFORMA DE NEGOCIACIÓN ELECTRÓNICA

En 2012 se ha desarrollado una plataforma de negociación electrónica (e-sourcing) que permite llevar a cabo **negociaciones homogéneas**, refuerza el control sobre las adjudicaciones, aporta una mayor transparencia a la función de compras y permite obtener mayores ahorros.

CLICK NH'BUY

Sistema integral de gestión del aprovisionamiento que se ha consolidado como única herramienta de uso en España e Italia a lo largo de 2012. En 2013 comenzará su implantación en Benelux y Europa Central.

En línea con el afán de compartir sus mejores prácticas empresariales y aprender de otros, NH Hoteles y Coperama han participado en el programa **Benchmarking 2012 Canal Horeca** de AECOC, cuyo objetivo fue analizar el nivel de servicio y la relación comercial entre fabricantes, empresas del canal intermedio y operadores del canal HORECA e identificar puntos de mejora.

COPERAMA, PRIMERA CENTRAL DE COMPRAS DEL SECTOR

Durante 2012, Coperama ha reafirmado su posición como la **primera central de compras del sector hotelero** en España. Con un crecimiento medio de 3 nuevos establecimientos por semana y un incremento del 42% respecto a 2011, ha cerrado el año con un total de **596 clientes**, lo que equivale a 47.312 habitaciones.



Con una cartera superior a 300 proveedores, Coperama cubre las necesidades de **F&B, OSE y FFE** de todos sus establecimientos, gestionando para sus asociados una compra anual de cerca de 250M€.

ACCIONES Y HERRAMIENTAS

- ✓ Realización del **I Congreso Coperama** en 2012 para analizar las tendencias actuales y aunar esfuerzos en estrategia, formato, logística, sostenibilidad, formación, innovación, productos y tecnología.
- ✓ Presentación del **Catálogo Electrónico**, que permitirá convertir la búsqueda de productos en órdenes de compra, facilitando el proceso y optimizando la comunicación entre clientes y proveedores, y la **Facturación Electrónica**, para que los proveedores puedan enviar las facturas electrónicas a todos los establecimientos Coperama, sin coste alguno y eliminando el uso del papel.
- ✓ Nace el **Laboratorio de I+D+i**, espacio que permitirá a los clientes y proveedores compartir conocimiento y trabajar conjuntamente en el desarrollo de productos y servicios que contribuyan a aumentar la eficiencia y productividad del sector hotelero.
- ✓ Implantación de una **plataforma de negociación electrónica**.



NH Constanza, Barcelona - España

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

El compromiso de NH Hoteles con la eficiencia y el respeto al Medio Ambiente define su enfoque sostenible e innovador integrado en todo el ciclo del negocio.

En 2012 los resultados del desempeño sostenible de la Compañía superaron con creces los objetivos marcados en el **Plan Estratégico Medioambiental 2008-2012**. Esto ha sido posible gracias a la implicación de la alta dirección, de todos sus empleados y de los propios clientes.

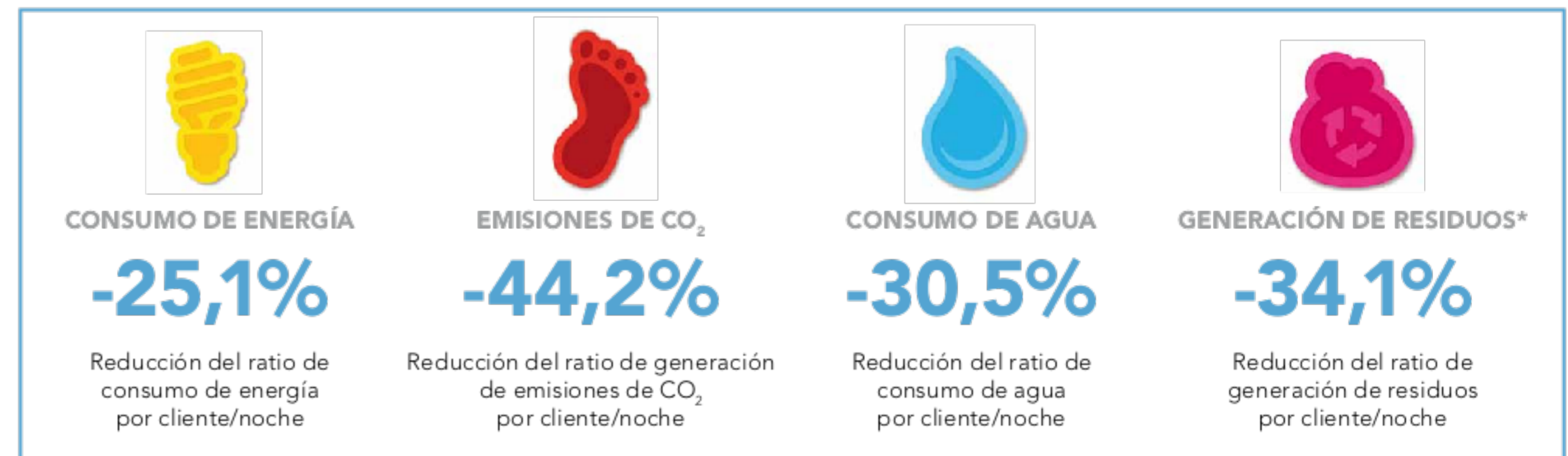
SISTEMA DE GESTIÓN

El **Departamento de Medio Ambiente** cuenta con un sistema para el seguimiento y control de los indicadores ambientales que recoge datos mensuales de todos los hoteles. Estos se analizan trimestralmente para valorar el cumplimiento de los objetivos e identificar oportunidades de mejora. Para la medición y reportes comparables se utiliza como medida estándar el ratio de consumo por huésped noche.

"SMART METERING"

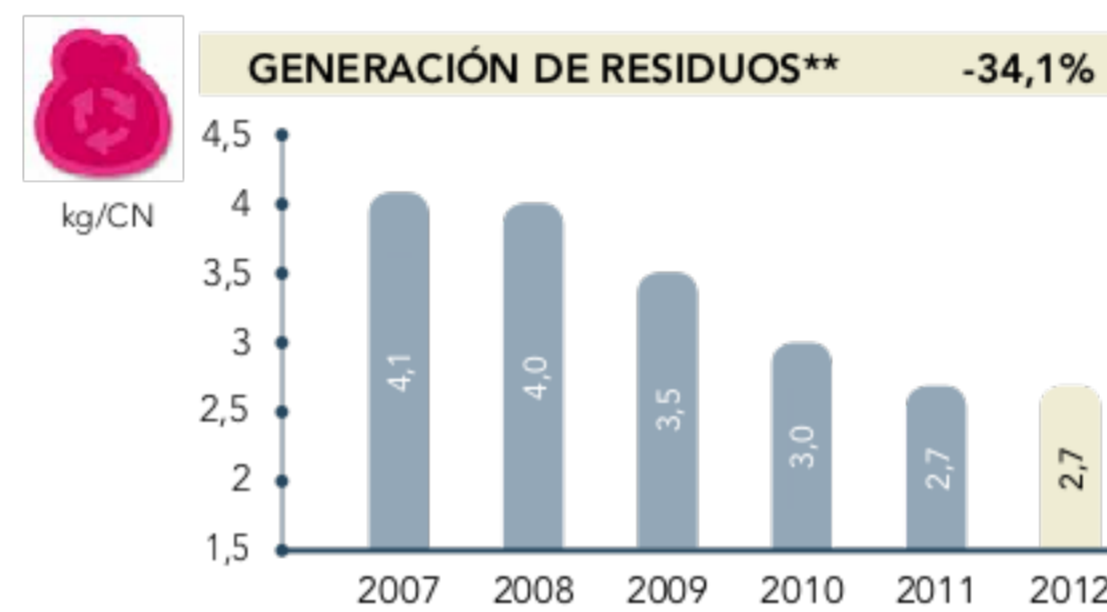
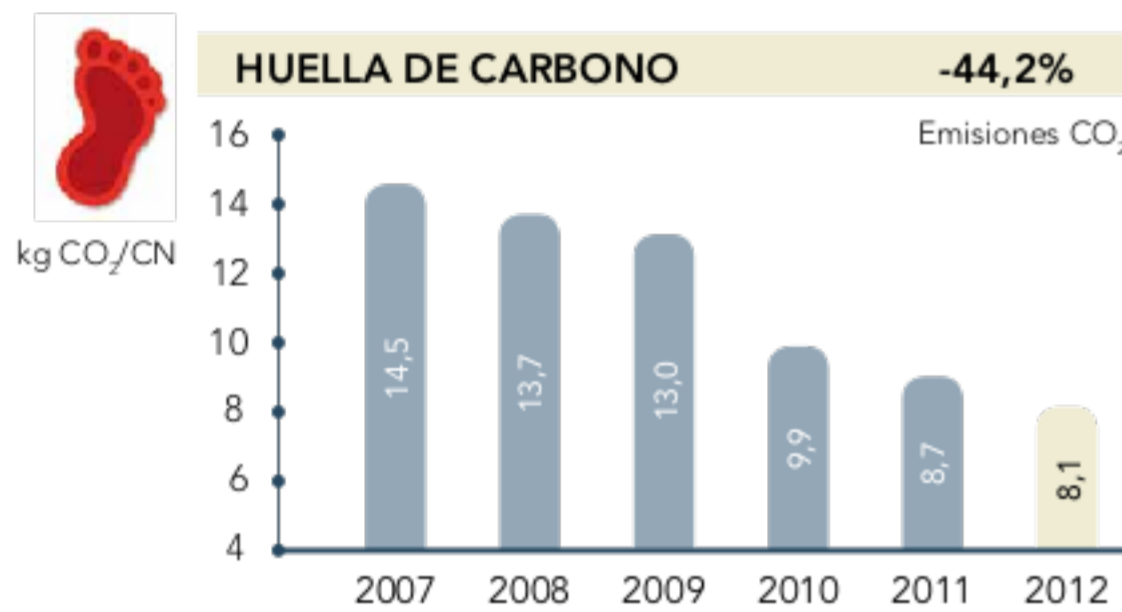
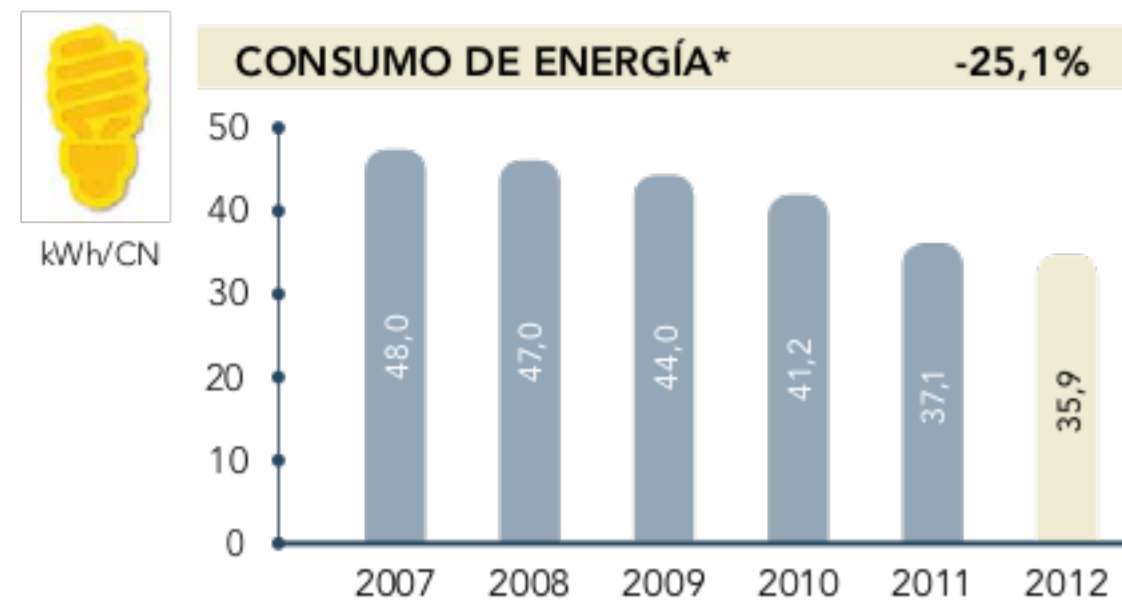
Nueva plataforma informática que se ha comenzado a implantar en algunos hoteles para la lectura eficaz de consumos de energía y agua, a distancia y en continuo, para todos los hoteles de la Compañía, que permitirá en el futuro optimizar el consumo de recursos.

PLAN ESTRATÉGICO MEDIOAMBIENTAL 2008-2012

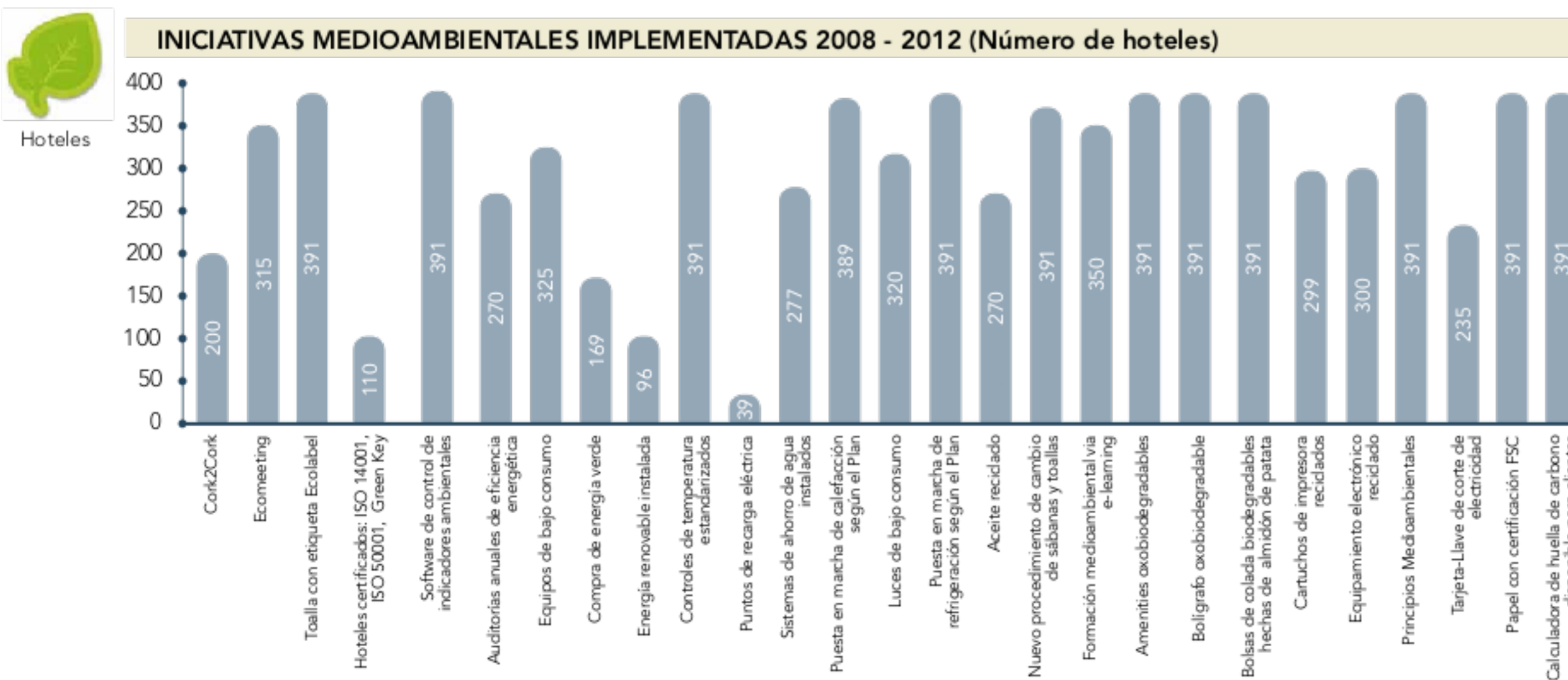


* Residuos: datos estimados

REDUCCIÓN DE CONSUMOS POR AÑOS



* Los consumos de energía y agua proceden de facturas y lecturas de contadores.
 Datos de consumo de energía y agua según los criterios de comparabilidad definidos por la Compañía.
 ** Datos estimados.



NH Hoteles es la primera cadena hotelera a nivel mundial en conseguir la certificación ISO 50001, la norma internacional más importante en Sistemas de Gestión de Energía.

RESULTADOS 2012

ENERGÍA

En 2012, las medidas implantadas para la reducción de **consumos de energía*** suponen una reducción del ratio de consumo por cliente/noche de un **1,2%** respecto a 2011. Desde 2008, el consumo de energía se ha reducido un **25,1%**.

CONSUMO DE ENERGÍA						
	2011	2012	DIF VS 11	2011	2012	DIF VS 11
	kWh	kWh		kWh / cliente noche	kWh / cliente noche	
NH Global	540.400.326	538.479.846	-0,4%	36,4	35,9	-1,2%
BU Benelux, Reino Unido, África y Francia	73.755.950	72.578.258	-1,6%	43,3	41,6	-4,1%
BU Italia	92.652.245	89.762.261	-3,1%	41,8	41,1	-1,6%
BU España, Portugal y Andorra	187.198.698	187.322.751	0,07%	32,4	33,1	2,2%
BU Europa Central	140.127.295	142.651.008	1,8%	33,9	32,5	-4,0%
BU América	46.666.138	46.165.568	-1,1%	45,6	45,7	0,2%
BU Resorts	55.646.965	52.930.803	-4,9%	36,2	34,5	-4,8%

AGUA

El ratio de **consumo de agua*** por cliente alojado se redujo un **3,9%** en 2012. La instalación de aireadores, cisternas de doble descarga y dispositivos de reducción de consumos en duchas y lavabos, han contribuido a la disminución del consumo en un **30,5%** desde el inicio del plan.

CONSUMO DE AGUA						
	2011	2012	DIF VS 11	2011	2012	DIF VS 11
	m³	m³		Litros / cliente noche	Litros / cliente noche	
NH Global	3.094.601	3.003.722	-2,9%	217,0	208,5	-3,9%
BU Benelux, Reino Unido, África y Francia	389.083	386.905	-0,6%	210,0	205,7	-2,1%
BU Italia	639.710	577.708	-9,7%	301,2	276,1	-8,3%
BU España, Portugal y Andorra	1.044.476	991.816	-5,0%	199,5	193,2	-3,2%
BU Europa Central	738.674	775.038	4,9%	178,6	176,7	-1,1%
BU América	282.658	272.255	-3,7%	309,9	297,6	-4,0%
BU Resorts	648.916	630.172	-2,9%	408,5	396,8	-2,9%

* Datos de consumo de energía y agua según los criterios de comparabilidad definidos por la Compañía. Los datos proceden de facturas y lecturas de contadores. Porcentajes de hoteles comparables 2011-2012: Energía y emisiones: 81%. Agua: 78%.
Nota: Los Resorts se consideran como categoría única dada su singularidad y el tratamiento de datos se realiza de forma independiente.

EMISIONES

La **huella de carbono** de NH Hoteles se ha reducido un **44,2%** desde 2008, un **4,4%** respecto a 2011.

EMISIONES CO ₂						
	2011	2012	DIF VS 11	2011	2012	DIF VS 11
	ton	ton		kg / cliente noche	kg / cliente noche	
NH Global	125.645.600	121.151.676	-3,6%	8,5	8,1	-4,4%
BU Benelux, Reino Unido, África y Francia	18.588.150	18.392.490	-1,1%	10,9	10,5	-3,6%
BU Italia	30.346.115	28.632.281	-5,6%	13,7	13,1	-4,2%
BU España, Portugal y Andorra	21.639.489	18.552.733	-14,26%	3,7	3,3	-12,4%
BU Europa Central	40.396.423	40.765.850	0,9%	9,8	9,3	-4,9%
BU América	14.675.422	14.808.323	0,9%	14,4	14,7	2,2%
BU Resorts	10.206.268	8.887.340	-12,9%	6,6	5,8	-12,8%

RESIDUOS

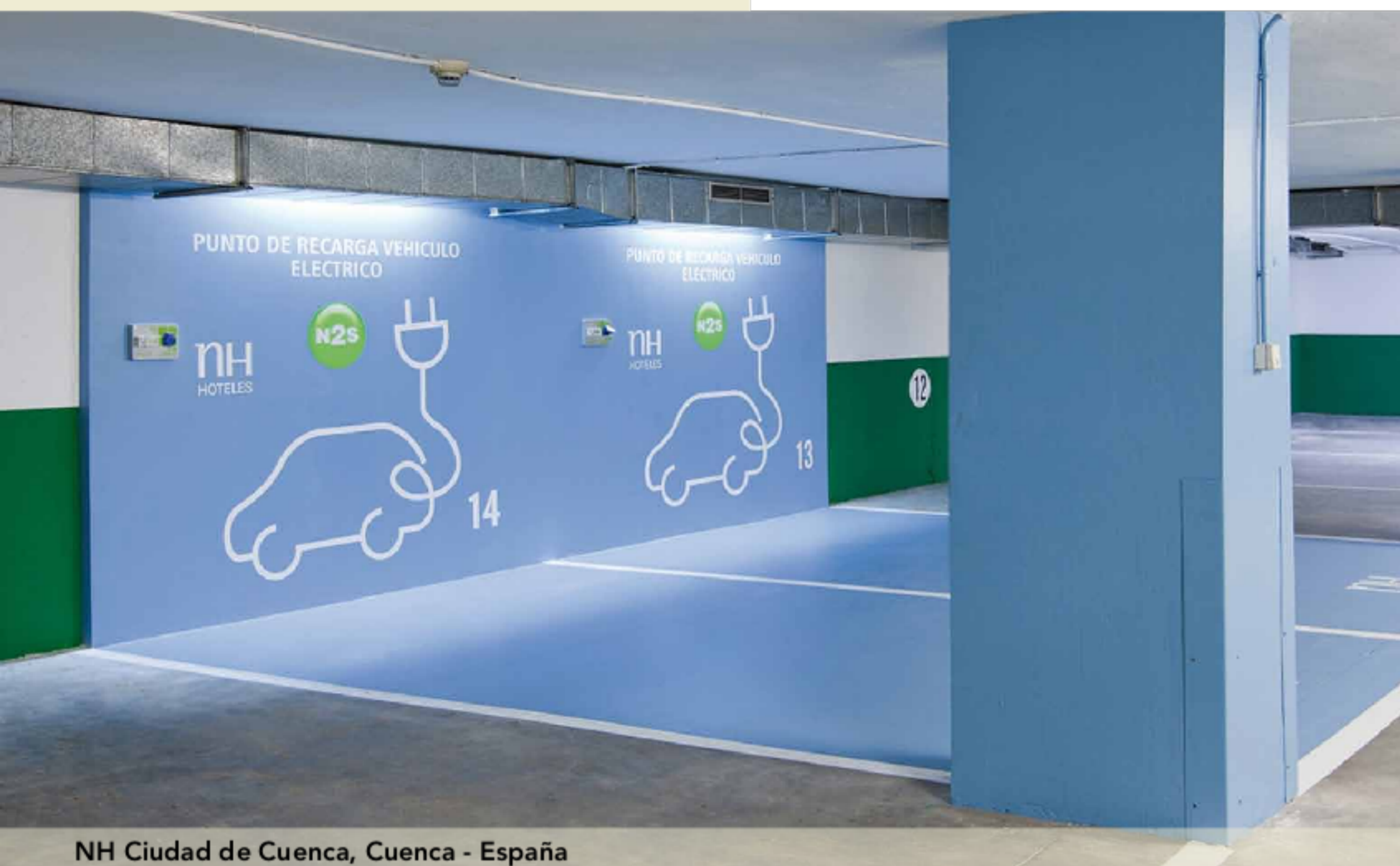
A nivel global se ha conseguido reducir el ratio estimado de producción de residuos por Cliente/noche (Kg.) de **4,1** en 2007 (*baseline*) a **2,7** en 2012.

PAPEL

En 2012 se continúa trabajando en las acciones en marcha para lograr reducir el consumo de papel en la Compañía. El consumo total de papel en 2012 ha sido de 1.069,53 toneladas.

NUEVO PLAN MEDIOAMBIENTAL 2012-2015

En 2012 se elaboró el nuevo Plan Medioambiental de NH Hoteles que prevé acciones específicas para reforzar el compromiso de la Compañía con la protección ambiental y la búsqueda de iniciativas innovadoras en el área de la sostenibilidad. **El nuevo Plan se denomina 20+15** con el objetivo de lograr un **15%** de reducción adicional en los consumos de agua y energía para 2015 y sus dos pilares básicos son la **Eficiencia** y la **Innovación Sostenible**.



NH Ciudad de Cuenca, Cuenca - España

"Es un orgullo trabajar en una compañía comprometida con el Medio Ambiente y líder en Gestión Energética en su sector gracias al Plan Medioambiental 2008-2012. Esto nos motiva a desarrollar proyectos para alcanzar nuevos retos en Eficiencia Energética"

Samuele Primiceri,
responsable de ingeniería,
mantenimiento y medio ambiente
Oficinas Centrales BU Italia

En 2012, por tercer año consecutivo, NH Hoteles ha reportado al **Carbon Disclosure Project (CDP)**, organización independiente sin ánimo de lucro que analiza el desempeño medioambiental de las compañías y cuyos indicadores son consultados por múltiples grupos de interés. NH Hoteles se ha posicionado entre las empresas españolas con mejor calificación, **"B"**, que la sitúa entre las compañías con un **compromiso más avanzado en materia de cambio climático** y como la cadena hotelera europea que obtiene mejor calificación.

INNOVACIÓN SOSTENIBLE

PROYECTO BLUE EFFICIENCY

NH Hoteles desarrolla procesos de mantenimiento que permiten optimizar las instalaciones e incorporar la tecnología más innovadora. Apostando además por la utilización de **energías alternativas**, tanto en la base de suministro como en la autogeneración.

HABITACIONES VERDES

La totalidad de hoteles de la Compañía implementan una variedad de **soluciones eco-eficientes** que nos permiten posicionar nuestras habitaciones como las más innovadoras en el mercado desde el punto de vista medioambiental.

ECOMEETING

Concepto innovador que promueve un uso respetuoso de los recursos energéticos en la organización de eventos y permite compensar las emisiones de CO₂ generadas. En 2012 se celebraron **136 eventos neutros en carbono**.

MOVILIDAD SOSTENIBLE

Actualmente se ofrecen **82 puntos de recarga de vehículos eléctricos** en Europa, servicio gratuito para nuestros clientes y proveedores. El hotel NH Berlin Friedrichstrasse tiene un punto de movilidad sostenible a disposición de los clientes donde se pueden alquilar bicicletas, plataformas segway y vehículos híbridos o eléctricos.

TECNOLOGÍA LED

Hasta 2012 se han instalado **53.000 lámparas LED** en sustitución de lámparas convencionales, un incremento del 70% en eficiencia en la iluminación, propiciando el ahorro de 18.000.000 kWh/año y evitando la generación de 7.560 toneladas de CO₂.

MADERA CON CERTIFICACIÓN MEDIOAMBIENTAL

El hotel nhow Berlin cuenta con más de 10.300 m² de madera proveniente de gestión forestal sostenible, con **certificación PEFC** (Program for Endorsement of Forest Certification).

ECO ASCENSORES OTIS

Tecnología que supone un ahorro energético de 1.200 kWh/año frente al ascensor eléctrico tradicional, así como un ahorro de emisiones de CO₂ de 1.200 Kg por hotel al año.

CORK2CORK

Iniciativa pionera entre las cadenas hoteleras europeas que recoge y reutiliza los tapones de botellas descorchadas en la Compañía. Una vez procesados, pueden reutilizarse para elaborar revestimientos y aislamientos. Desde la puesta en marcha del proyecto hasta el momento actual, se han reciclado **1.149 Kg** de corcho.

MATERIALES BIODEGRADABLES

NH Hoteles proporciona a sus clientes bolsas de lavandería, bolígrafos y *amenities* elaborados con un aditivo del plástico que cataliza el proceso de degradación natural de los materiales. Las toallas de las habitaciones cuentan con la etiqueta ecológica europea **ECOLABEL**.

HABITACIONES VERDES

Lavandería verde

El uso de materiales ecológicos y programas de eficiencia en nuestro servicio externalizado de lavandería son los pilares fundamentales de nuestra política de "lavandería verde"

Madera con certificado FSC

Este certificado garantiza que el origen de la madera es ecológico y sostenible



Tecnología LED

Las habitaciones también cuentan con esta tecnología que consume un 70% menos que una iluminación estándar

Climatización

El aire acondicionado es de alta eficiencia energética (A++). También controla la entrada de aire del exterior dependiendo de la calidad del aire interior

Consumo monitorizado

Cada habitación está conectada con la Central de Reservas por lo que si no hay reserva, no se puede poner en marcha elementos como el aire acondicionado. Esto permite, además, llevar un mejor control del gasto

Televisor y mini-bar

Ambos son de alta eficiencia energética (clase A++)

Cortinas automáticas

Cuando el cliente abandona la habitación, las cortinas se cierran automáticamente, aislándola térmicamente

Tejidos ecológicos

Los tejidos empleados en nuestras habitaciones cuentan con un certificado ecológico

Perlizadores

Gracias a los perlizadores, la presión que necesitan los grifos y la ducha se reduce, obteniéndose un ahorro de un 40% en el consumo de agua

Reciclado de aguas grises

Bajantes independientes recogen el agua de lluvia y el agua de las duchas que, tras ser tratada, pasa a alimentar las cisternas, que a su vez cuentan con un sistema de doble descarga para ahorrar agua. Además, la propia cisterna requiere un 25% menos de agua para su funcionamiento

Reciclaje de corcho

Mejoramos el aislamiento térmico y sonoro con materiales reciclados como el corcho de las botellas de vino consumidas en nuestros hoteles



Mobiliario analizado

Analizamos la huella de carbono de nuestro mobiliario para seleccionar el que mejor se adapte al criterio del ciclo de vida

Pintura ecológica

La pintura usada en nuestros hoteles es respetuosa con el medio ambiente

COMPROMISO CON EL CAMBIO CLIMÁTICO

ENERGÍAS RENOVABLES

Hoteles con uso de energías renovables	2011	2012
Cogeneración	5	5
Placas solares	39	38
District heating	37	48
Hidroeléctrica	11	11
Energía verde	151	169
District cooling		3
Biomasa		2
NH World	243	276

En 2012, 169 hoteles han recibido la certificación de **Energía Verde**, incorporándose a la modalidad de **"Garantía en Origen"**, que avala que la energía suministrada a NH Hoteles procede de fuentes de energía renovable. En 2012, y tras la incorporación a la modalidad de Energía Verde de 18 nuevos establecimientos, el 98% de los hoteles de la Compañía en España dispone de algún tipo de suministro energético renovable de acuerdo a la Directiva 2009/28/EC de la Unión Europea.

ENERGÍA SOLAR

NH Hoteles cuenta con un total de **4.701,5 m² de placas solares** que suponen 4.104.753 kW de potencia instalada en un total de 38 hoteles. En los hoteles de Holanda existen instalaciones de cogeneración con una capacidad instalada de 1.220 kW. En 2012 se incrementa en un 1% la superficie total de paneles instalados y un 0,2% la generación.

HCMI, ESTÁNDAR PARA CALCULAR LA HUELLA DE CARBONO

23 de las principales cadenas hoteleras internacionales han lanzado un modelo para calcular la huella de carbono y estandarizarlo, denominado **Hotel Carbon Measurement Initiative (HCMI)**. NH Hoteles forma parte del grupo de trabajo responsable de elaborar esta metodología, que se ha creado en colaboración con el **World Travel & Tourism Council (WTTTC)** y el **International Tourism Partnership (ITP)**.

PROYECTO GREEN CERTIFICATION

En 2012 se ha logrado el objetivo del Plan Medioambiental de superar los 100 hoteles con **certificación medioambiental**, lo que supone más de **21.720 habitaciones**.

Unidad de Negocio	Certificado	Total
Benelux	Greenkey Bronze	1
	Greenkey Gold	30
	Greenkey Silver	4
Centro Europa	ISO 14001	18
	ISO 50001	1
	Ökobusinessplan	5
España y Portugal	ISO 14001	3
	ISO 50001	3
	Licencia ambiental catalana	19
Italia	Ecoluxury	1
	ISO 14001	17
	ISO 50001	1
México	Certificado ambiental en México	2
	Hotel Hidrosustentable	1
	Licencia ambiental única	4
Total		110

En 2012 se continuó trabajando en el plan específico para la implantación de un sistema de gestión medioambiental en base a las normas **ISO 14001** e **ISO 50001** en las Unidades de Negocio de Italia y Centro Europa, y se amplió el proyecto a España. Gracias a este proyecto **38 hoteles** han logrado la certificación **ISO 14001** hasta 2012, que acredita la máxima eficiencia ambiental y el uso respetuoso y sostenible de los recursos.



NH Hoteles es la **primera cadena hotelera a nivel mundial** en conseguir la certificación **ISO 50001**, la norma internacional más importante en Sistemas de Gestión de la Energía. En 2012, suma a los hoteles ya certificados los establecimientos nhow Berlin, nhow Milano, NH Palacio de Tepa y NH Ribera del Manzanares.

COMUNICACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD

WEB DE MEDIO AMBIENTE

En 2012 se continúa actualizando e incorporando en la **Web de Medio Ambiente** de NH Hoteles las últimas novedades en innovación medioambiental de sus hoteles así como los resultados del Plan Estratégico Medioambiental.

EMPLEADOS

En 2012, el 48% de la plantilla ha participado en **programas de formación y sensibilización medioambiental**, además se ha iniciado un plan de formación presencial dirigida a los colectivos comercial, dirección, mantenimiento, cocina y departamento de pisos, con un total de 209 personas formadas en 2012.

PROVEEDORES

Se evalúa el compromiso medioambiental de nuestros proveedores, además de realizar sesiones de trabajo enmarcadas en el **Club NH Sostenible** con el objetivo de desarrollar nuevas soluciones eco-eficientes que promuevan la innovación sostenible.

ACCIONISTAS

La comunicación de los principales resultados dirigida a los accionistas incluye los avances en la implantación del **Plan Estratégico Medioambiental** y las consecuentes mejoras en determinados ratios financieros por la reducción de costes operativos del negocio.

SOCIEDAD

NH Hoteles participa activamente en grupos de trabajo y jornadas técnicas, y apoya iniciativas por la sostenibilidad como la campaña global **'La Hora del Planeta'**, promovida por la ONG WWF.





DESEMPEÑO SOCIAL

EMPLEADOS

Una de las principales apuestas de NH Hoteles es fomentar la creación de empleo de calidad en un entorno que promueva la formación, el desarrollo profesional y la diversidad, en igualdad de condiciones y derechos.

Como compañía global opera con un marco ético, definido en el Código de Conducta del Grupo NH Hoteles, y está comprometida con el respeto a los **Derechos Humanos** y con los **Principios del Pacto Mundial**.

LA PLANTILLA EN 2012

El número de empleados de media en 2012 fue de **18.817 trabajadores**, un 3,7% menos que en 2011. Todas las Unidades de Negocio han registrado un descenso en el número de empleados, excepto América que ha incrementado su plantilla en un 10,5%, principalmente por la gestión de hoteles en Venezuela y República Dominicana.

EMPLEADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO

	2011	2012	Dif. (%)
España, Portugal, Oficinas Centrales, Sotogrande	6.977	6.538	-6,3
Europa Central	3.762	3.680	-2,2
Benelux, Reino Unido, Francia y África	3.064	2.748	-10,3
Italia	2.624	2.421	-7,7
América	3.103	3.430	10,5
Total	19.530	18.817	-3,7

	2012	% Sobre total plantilla
Contratos indefinidos FTEs	10.937	56,0%

*Datos obtenidos de FTEs (Full Time Equivalents) para todo tipo de contratos (fijos, temporales, extras, ETT's...) considerando hoteles comparables, no comparables y de gestión.



NH Ludwigsburg, Ludwigsburg - Alemania

"NH Hoteles es una compañía que se compromete con la sociedad a través de acciones sostenibles y se esfuerza por conseguir nuevos objetivos involucrando a sus empleados"

María Dolores Flores,
directora - NH Santa Fe



NH Palacio de la Merced, Burgos - España

“Realmente aprecio que un punto importante de la estrategia de la Compañía sea el apoyo al desarrollo y la promoción de todos los empleados”

Michael Wazlawiz,
chef ejecutivo - NH Deggendorf

GESTIÓN DE LA DIVERSIDAD

NH Hoteles cuenta con una plantilla de **15.780 empleados** (fijos y temporales) de **141 nacionalidades** diferentes, de los que un 15,3% trabaja en otros países diferentes al de su origen.

DIVERSIDAD EN LA PLANTILLA

	2011	2012
Nº Empleados*	16.360	15.780
% Inmigrantes	16,8%	15,3%
% Mujeres	50,2%	49,1%

* Datos obtenidos de número de empleados (Full Time Equivalent) con contrato Fijo + Temporal

PORCENTAJE DE MUJERES DIRECTIVAS

El 49,1% del total de la plantilla de NH Hoteles son mujeres, quienes ocupan un **48,5%** de puestos directivos. El número se eleva en España a un 49,5% de mujeres en estos cargos.

PIRÁMIDE DE EDAD

Edad	2011 (%)	2012 (%)
Menor de 25 años	16,8	15,9
Entre 25 y 40 años	48,3	48,6
Mayor de 40 años	34,9	35,5

* Datos obtenidos de número de empleados (Full Time Equivalent) con contrato Fijo + Temporal

CONTRATACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN ESPAÑA

En 2012 la cuota de contratación de personas con discapacidad alcanzó en España un excepcional **8,62%** considerando contrataciones directas y compras responsables a Centros Especiales de Empleo como proveedores de diferentes servicios, entre los que destacan por su compromiso social FLISA e Icaria.

INICIATIVAS DESTACADAS EN DIVERSIDAD E IGUALDAD EN 2012

- ✓ Refuerzo del compromiso de NH Hoteles con la Diversidad y la Igualdad de Oportunidades en la **formación del Código de Conducta**.
- ✓ Iniciativas de gestión de la diversidad cultural.
- ✓ Seguimiento de los indicadores de diversidad definidos.
- ✓ Comisión Anual de Seguimiento del Plan de Igualdad de España con representantes de los sindicatos.

COMUNICACIÓN INTERNA

THE FACE OF OUR TEAM

Bajo el nombre **“Put a Face to the Name”**, se ha llevado a cabo una campaña para presentar los nuevos nombramientos a toda la Compañía.

REDES SOCIALES

Utilizado para dar a conocer a todos los empleados de NH Hoteles concursos como el de la **Copa Davis**, de fotografía **Wake Up Pics** y otras promociones.

TODOS SOMOS VENTAS

Continúa la campaña para animar a todos los empleados a que sean nuestros mejores embajadores de la marca. A través de estas iniciativas NH Hoteles logró recaudar **13M€**.

GUÍA DE BIENVENIDA

Facilita a los nuevos empleados y supervisores las directrices de la Compañía. Además, pone a disposición de las nuevas incorporaciones un **HR Buddy**, persona de RR.HH que proporciona orientación, apoyo y asistencia en los primeros meses.

COMUNICADOS INTERNOS

En 2012 se han enviado **66 memorandos** corporativos diferenciando las noticias por Unidad de Negocio para mantener a los empleados informados de forma más local.

NEWSLETTER NH SPOTLIGHT Y TU RED 2.0

En 2012 se puso en marcha este boletín escrito en 3 idiomas por y para los empleados. Pretende cubrir información local y asuntos personales para ampliar el sentido de pertenencia entre los empleados. En España, **Tu Red 2.0** es el boletín de comunicación interna con edición bimestral.

POSTERS, FONDOS DE ESCRITORIO Y SALVAPANTALLAS

Facilitan la comunicación informal y visual, como apoyo a las campañas de concursos y eventos.



INTRANET CORPORATIVA

Se ha incluido la sección Social Media en la intranet para involucrar más a los empleados en las campañas y concursos. Se ha dividido el espacio en contenidos corporativos y locales para optimizar la organización de los mismos y se ha rediseñado la sección de "Beneficios para los Empleados" haciéndola más atractiva.

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTO DE NH HOTELES

A través del mismo, NH Hoteles premia la labor extraordinaria de sus empleados con credits canjeables en nuestros hoteles y restaurantes. En 2012 se desarrollaron **6 Programas de Reconocimiento**, repartiendo un total de **202.806 credits**.

PREMIOS THE VOICE OF NH

Cada año los hoteles de la Compañía asignan premios a sus mejores empleados según el desempeño. En 2012, este programa fue reinventado en las Oficinas de Servicios Centrales y se animó a los empleados a votar por el compañero que más se alineaba con los objetivos de la empresa y las normas.

BENEFICIOS SOCIALES

PLAN DE RETRIBUCIÓN FLEXIBLE

Este Plan busca maximizar la retribución neta de los empleados de las Oficinas de Servicios Centrales, y directores de hotel y Oficinas de la Unidad de Negocio de España, además de los planes para seguros médicos, cheques comida y guardería y alquiler de vivienda. En 2012 se negociaron el Ticket Transporte y el Hogar Conectado a Internet (a implementar en 2013).

ASIGNACIONES INTERNACIONALES

NH International Mobility Policy es la política que rige la movilidad internacional. Además de las asignaciones de corta y larga duración cuenta con los traslados internacionales por periodo indefinido. En estos casos son los empleados quienes por iniciativa propia aplican a posiciones internacionales no consideradas como posiciones de expatriación tradicional.

En 2012 la Compañía ha tenido en total **56 movimientos internacionales**. Como novedad, se ha consolidado la figura de **Global Employees**, empleados que, aún vinculados a los Servicios Corporativos o Centrales de una Unidad de Negocio, residen en otro país. Este año la compañía cuenta en total con 16 Global Employees.

WELLBEING Y NH RUNNERS

NH Hoteles continúa promoviendo **estilos de vida saludable** a través de las iniciativas Wellbeing y NH Runners, que permiten a los trabajadores desarrollar vínculos entre sí a la vez que practican deportes. En España ya existen tres grupos que cuentan con más de 60 miembros en Madrid, Valencia y Barcelona.

OFERTAS ESPECIALES PARA EMPLEADOS

TARIFA EMPLEADO

Los empleados disfrutan de estancias en casi todos los hoteles NH a una excepcional tarifa de 36€ + IVA y 50% sobre la BAR (*Best Available Rate*) en los hoteles top de la Compañía, además de un 30% de descuento en productos y servicios. En 2012, los empleados disfrutaron de **52.368 noches**.

BONO AMIGO SOLIDARIO

En 2012, los familiares y amigos de los empleados disfrutaron de **134.751 noches** a tarifas excepcionales.

NH UNIVERSITY

En 2012, NH Hoteles ha impartido un total de **162.131 horas de formación**, un 19% más que en 2011, con una inversión total de 1,10M€, un 9% más respecto a 2011. Las horas de formación presencial se han incrementado un 34% respecto al año anterior y la formación interna ha representado un 68% de las horas totales. NH University ha formado a **24.791 participantes** en 240 diferentes programas de formación en **1.643 sesiones** presenciales.

DESTACADOS NHU 2012

✓ NH Knowledge Management

A lo largo de 2012 se profundiza en el concepto de compartir conocimientos dentro de la Compañía, consolidando un catálogo de formaciones diseñadas e impartidas internamente, enfocadas en reforzar aquellas áreas de mejora identificadas en el sistema de gestión del desempeño. En este marco, se lanza en las Oficinas Corporativas la propuesta **"Desayunos de trabajo"**, donde expertos internos comparten sus conocimientos. Durante 2012 se han realizado 6 desayunos de trabajo con **122 participantes**.

✓ Formación Dual

En 2012 NH Hoteles ha apoyado a la Comunidad de Madrid en el lanzamiento de 2 módulos de formación dual: Gestión de Alojamientos Turísticos y Dirección en Servicios de Restauración. **40 alumnos** adscritos han comenzado a formarse a través de un programa de prácticas desarrollado en 19 hoteles de la Unidad de Negocio España.

✓ NH meeting moments

El objetivo es crear valor a través de la innovación y la diferenciación en el segmento **MICE** (Meetings, Incentives, Conventions and Events), transformando en material formativo los estándares de producto y de servicio definidos, para garantizar que los participantes los interiorizan y los pongan en práctica.

nhu | new
university | heights

NEW HEIGHTS

Programa dirigido al desarrollo profesional de los directores de hotel. En esta primera edición se han formado **323 directores** en 17 cursos que trabajaron su capacidad de análisis y toma de decisiones a través de un simulador hotelero adaptado a las características y necesidades de NH Hoteles. Además consolidaron su noción sobre Revenue Management, Alimentos & Bebidas, Gestión Financiera, Calidad y Recursos Humanos.



Programa New Heights

ES TU MOMENTO, LA GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

En 2012, segundo año del nuevo sistema de gestión del desempeño **Es Tu Momento** (ETM), se ha logrado simplificar el proceso y convertirlo en un elemento motivador. Este año se ha seguido trabajando el enfoque principal de la gestión del desarrollo de la plantilla a través de tres iniciativas:



- ✓ **Creación de Comités de Talento** con el objetivo de consensuar la valoración global, las fortalezas y las áreas de mejora de dos colectivos clave como los directores de hotel y comerciales.
- ✓ Elaboración de un **Manual de Planes de Acción** con mejoras que se pueden poner en marcha para desarrollar cada una de las competencias recogidas en ETM y establecer una metodología práctica para el diseño de un plan de desarrollo individual.
- ✓ **Campaña de Sensibilización Interna** para lograr el crecimiento de cada empleado, más allá del momento formal en el que se realiza la evaluación del desempeño.

*Los empleados
tienen acceso
a un catálogo
de formación
e-learning a través
de la plataforma
NHU Betrained*

SOCIEDAD

La estrategia de Acción Social de NH Hoteles busca contribuir al desarrollo local con un compromiso y colaboración basados en su propio negocio.

En ese sentido, NH Hoteles apuesta por la **creación de alianzas responsables** y el **trabajo en red** para generar valor a partir de los servicios hoteleros, alineados con el programa internacional de Acción Social **Up! for the People**.



Up! for the People ha evolucionado hacia nuevas líneas de actuación y colaboración, en línea con el Plan Director de Responsabilidad Corporativa 2011-2013, y se consolida como un modelo de gestión que dota de globalidad y transversalidad a las acciones emprendidas.



Programa Sprint de NH Hoteles

INDICADORES DE IMPACTO SOCIAL

Up! for Hospitality



Up! for Opportunities



Up! for Volunteering



	Acuerdos con ONG	Habitaciones donadas/año	Hoteles involucrados
2011	83	3.277	92
2012	196	8.367	179
	Alumnos formados	Contratos	Acuerdos con ONG e Instituciones
2011	294	15	19
2012	441	38	39
	Voluntarios		Iniciativas
2011	193		19
2012	907		56

En los datos 2012 se ha incluido la Campaña de Navidad para Todos

"Todos los empleados del hotel nos hemos volcado con los niños de la Fundación Menudos Corazones y con sus familias. Es una satisfacción darles nuestro cariño y apoyo en momentos en los que tanto lo necesitan".

Susana Rubio,
jefe de recepción - NH Alcalá

Up! for Opportunities

Programa internacional de formación, prácticas laborales y empleo en los hoteles de la cadena para personas en riesgo de exclusión. Cuenta con la **implicación directa de los empleados** de los hoteles que, a través del acompañamiento y orientación a los jóvenes, realizan una valiosa labor de voluntariado y coaching.

PROGRAMA SPRINT (CENTRO EUROPA)

En 2012 se lanzó la primera edición de este programa que surge de la necesidad de cubrir puestos de personal base y cualificado en la Unidad de Negocio de NH Hoteles en Centro Europa. NH Hoteles proporcionó un contrato laboral de un año a 5 jóvenes españoles seleccionados y formados en hostelería por la **Fundación Tomillo** y contó con la financiación de la **Fundación Barclays**.

APOYO A MUJERES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DE GÉNERO (ESPAÑA)

En 2012 NH Hoteles firmó un compromiso con el **Ministerio de Sanidad y Servicios Sociales e Igualdad** para apoyar a las mujeres víctimas de violencia de género y un convenio de adhesión a **Incorpora**, programa de intermediación laboral, financiado por la Obra Social "La Caixa". Además incorpora a 13 mujeres en riesgo de exclusión identificadas por **Cruz Roja Española** en un programa de prácticas como camareras de piso en 6 hoteles de Barcelona.

YOUTH CAREER INITIATIVE (MÉXICO)

NH Hoteles es la única empresa española comprometida con esta iniciativa internacional junto a Intercontinental, Marriott y Starwood. Cada año forma en el sector hotelero a 420 **jóvenes en riesgo de exclusión** en 53 hoteles de todo el mundo. En esta promoción, se han formado **16 jóvenes** durante 24 semanas en los hoteles de NH en México. Dos de los participantes se incorporaron a la plantilla.

CASAL DELS INFANTS (BARCELONA, ESPAÑA)

Segundo año del acuerdo de colaboración de NH Hoteles con esta ONG para fomentar iniciativas sociales destinadas a favorecer la integración de jóvenes en riesgo de exclusión social. En 2012, **19 alumnos** de los Programas de Cualificación Profesional Inicial han realizado prácticas en los hoteles NH de Barcelona y 2 de ellos han sido contratados.

JINC (ÁMSTERDAM, HOLANDA)

NH Hoteles colabora con esta ONG en sus labores de orientación laboral a jóvenes de barrios desfavorecidos. En 2012 se organizaron **28 visitas** en 10 hoteles NH de Ámsterdam con el objetivo de dar a conocer más en detalle el negocio hotelero a estudiantes de primaria y VMBO (Formación Preprofesional).

PROGRAMAS DE INTEGRACIÓN SOCIO-LABORAL (BENELUX)

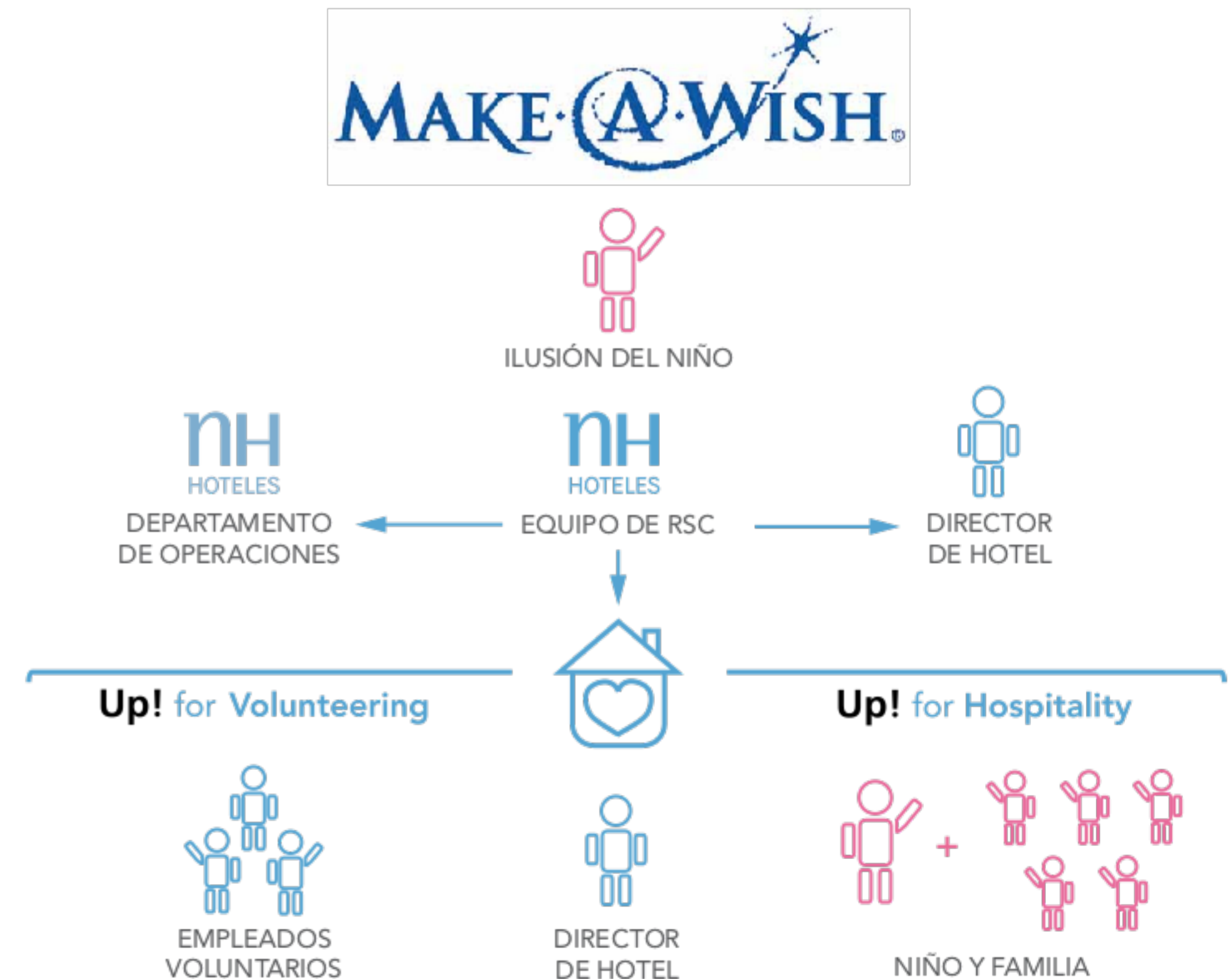
En 2012, NH Hoteles ha apostado por la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos, proporcionando trabajo a un total de **19 personas** desempleadas, 8 de los cuales son jóvenes con discapacidad procedentes de diferentes organizaciones.

Up! for Hospitality

NH Hoteles ofrece alternativas desde su negocio a ONG y Fundaciones, diseñando iniciativas sostenibles que le permiten colaborar con la sociedad a través de sus productos y servicios. Mediante la **Tarifa ONG**, que ofrece un 30% de descuento a entidades amigas, la Compañía ha conseguido colaborar en 2012 con más de **160 organizaciones**.

MAKE-A-WISH® FOUNDATION (CORPORATIVO)

Desde 2005, NH Hoteles colabora con la Fundación ofreciendo todas las facilidades para que niños con enfermedades graves puedan realizar su sueño. La Compañía ha ayudado a cumplir **90 deseos**, con un total de **361 beneficiarios directos y sus familias**; contando siempre con la colaboración de empleados voluntarios.





NH Mexico City, México DF - México



HUÉSPED DE CORAZÓN. UNICEF (LATINOAMÉRICA)

Tras el éxito de esta colaboración entre NH Hoteles y UNICEF, la Compañía amplía su acuerdo haciendo extensiva la campaña 'Huésped de Corazón' en **México** a otros países de Latinoamérica como **Argentina, Venezuela, Colombia, Haití, República Dominicana, Chile, y Uruguay**. A través de este acuerdo, NH Hoteles va a destinar los donativos recaudados de los clientes en los hoteles participantes a campañas de ayuda a la infancia de aquellas comunidades en las que la Compañía tiene presencia.



Concierto de Ayuda en Acción



AYUDA EN ACCIÓN (ESPAÑA)

NH Hoteles fue uno de los patrocinadores de la gira de conciertos que organizó Ayuda en Acción en España junto a la directora de orquesta **Inma Shara** y la **Orquesta Municipal de Música Infantil y Juvenil de San José de Chiquitos de Bolivia**. En esta iniciativa, que forma parte de los proyectos de cooperación al desarrollo en la región de la Chiquitania, NH Hoteles donó un total de **30 noches de hotel**.



NH Musica, Ámsterdam - Holanda

NUESTRO HOTEL, SU SEGUNDO HOGAR

A través de acuerdos con hospitales en varios países, y con la ayuda de **empleados voluntarios**, la Compañía apoya a familias de recursos limitados que se ven obligadas a trasladarse a otras ciudades para recibir tratamiento médico de larga duración. En 2012, estas colaboraciones han superado las **8.000 noches de hotel donadas**.

✓ Menudos Corazones (Madrid, España)

NH Hoteles lleva 8 años colaborando con esta Fundación mediante la cesión de más de **1.000 pernoctaciones gratuitas** anuales en el hotel NH Alcalá de Madrid para los familiares de niños y jóvenes con enfermedades cardíacas.

✓ Fundación Josep Carreras (Barcelona, España)

Se consolida el convenio de colaboración firmado en 2011 con la Fundación Josep Carreras y el Hospital Sant Joan de Déu de Barcelona contra la leucemia, mediante el cual ponemos a disposición de los pacientes y sus familiares una habitación en el **NH Porta de Barcelona** como apoyo al programa de Pisos de Acogida de la Fundación.

✓ SAMUR (Madrid, España)

NH Hoteles renueva su contrato de alojamiento para emergencias extremas con el **Samur Social** hasta 2015. Se reafirma así el compromiso con el **Ayuntamiento de Madrid** y la seguridad de aquellos que se encuentren en situaciones de emergencia social. Desde el inicio del acuerdo en 2009, han sido derivadas a hoteles de la Compañía **400 personas**.

✓ Hoteles Hospitalarios (Madrid, España)

NH Hoteles, **Rotary Club de Madrid** y la **Comunidad de Madrid** han firmado un convenio para el Programa '**Hoteles Hospitalarios**', que tiene como finalidad facilitar estancias a precios reducidos a familiares directos de pacientes ingresados en hospitales de Madrid que residan fuera de la ciudad.

✓ Fundación Ronald McDonald (Ámsterdam, Holanda)

La Unidad de Negocio de Benelux ha firmado un acuerdo con esta Fundación para que las familias con niños hospitalizados dispongan de una habitación durante todo el año en el hotel **NH Musica** de Ámsterdam.

✓ IRIS Hospital de Bruselas y Hospital de Groningen (Benelux)

En 2012 se han firmado acuerdos con el Hospital IRIS en Bruselas y el Hospital de Groningen en Holanda mediante los cuales NH Hoteles aloja a familias con niños hospitalizados. Fruto de ambos convenios, la Compañía ha facilitado un total de **6.000 noches de hotel** a precios reducidos, muchas de las cuales han sido donadas directamente a los hospitales.

✓ Anvolt (Italia)

Donación, en 2012, de **840 noches** de hotel para pacientes y familiares en Roma y Milán gracias al acuerdo firmado con la asociación de ayuda a personas con cáncer Anvolt.



Up! for Volunteering

En 2012 se afianza el **compromiso de los empleados** de la Compañía con los proyectos de voluntariado corporativo, evolucionando hacia una diversificación con tres líneas: Voluntariado Generalista, Voluntariado Coaching y Voluntariado para el Desarrollo.

VOLUNTARIADO GENERALISTA

Engloba aquellas acciones de voluntariado solidario en las que los empleados no aportan, necesariamente, sus habilidades profesionales al servicio de los proyectos.

✓ “Tú también puedes Unirte”, UNICEF (México)

Empleados voluntarios de NH Hoteles en México han donado de sus nóminas casi 3.000€ para las campañas a favor de la infancia que desarrolla UNICEF en ese país.

✓ Week of Hospitality (Benelux)

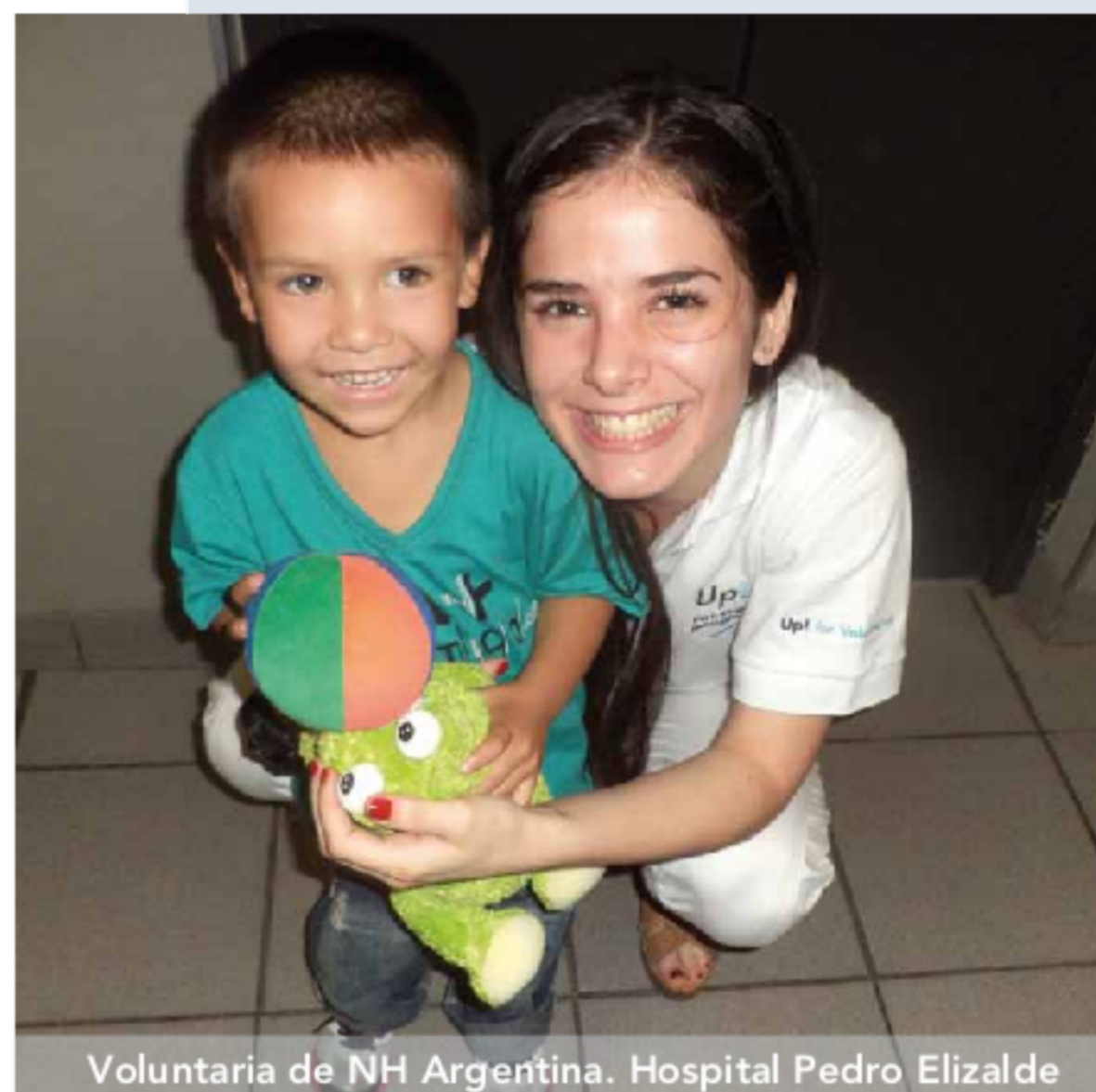
Encuentro celebrado en el hotel NH Ámsterdam Centre donde empleados voluntarios han asesorado a personas desempleadas para que logren encontrar un trabajo.

✓ AVIS, Associazione Volontari Italiani Sangue (Italia)

AVIS y NH Hoteles han organizado encuentros en las 30 ciudades italianas en las que opera el Grupo para difundir la **cultura de la donación de sangre** y la importancia de adoptar estilos de vida sanos. La primera campaña de donación de sangre de 2012 se organizó en el NH Milano Touring.

✓ Campaña “Navidad para Todos” 2012 (Corporativo)

Se celebra desde 2007 entre los empleados de todas las Unidades de Negocio de NH Hoteles. Con el objetivo de involucrar a más grupos de interés, este año se ha invitado a vecinos y clientes de 5 hoteles de la Unidad de Negocio de España a participar donando alimentos, ropa y juguetes a familias desfavorecidas. En España se canalizaron las donaciones a través de **Cruz Roja Española**.



Voluntaria de NH Argentina. Hospital Pedro Elizalde



Campaña Navidad para Todos. NH Prisma, Madrid - España

“NAVIDAD PARA TODOS 2012” EN CIFRAS

- ✓ Hoteles y Oficinas: **97**
- ✓ Empleados Voluntarios: **485**
- ✓ Fundaciones beneficiarias: **31**
- ✓ Alimentos donados: **2.600 kilos**
- ✓ Ropa y menaje donado: **1.500 kilos**

VOLUNTARIADO COACHING

Incluye aquellas acciones en la que los empleados en su horario laboral, dentro o fuera de su puesto de trabajo, ponen sus aptitudes y conocimientos al servicio de programas de formación y prácticas para **colectivos vulnerables** en los que NH Hoteles participa.

✓ Fundación EXIT (España)

NH Hoteles, junto a la Fundación EXIT, diseña proyectos en los que empleados voluntarios de la Compañía reciben una formación práctica previa en técnicas de *coaching* y *mentoring* antes de participar en las acciones de acompañamiento y asesoramiento de jóvenes en riesgo de exclusión social.

✓ II Semana Internacional de Voluntariado Corporativo Give & Gain (Madrid, Barcelona y Valencia - España)

Los empleados voluntarios de NH Hoteles han participado como *coaches* compartiendo su experiencia y conocimiento con el objetivo de despertar la inquietud profesional de personas en riesgo de exclusión.

✓ Track the Talent (Ámsterdam - Holanda)

El programa, que comenzó en 2011 en Ámsterdam, se amplía este año a Amersfoort y Utrecht. Empleados voluntarios dieron a conocer los diferentes departamentos del hotel a **128 jóvenes en riesgo de exclusión** en un total de 6 hoteles.

VOLUNTARIADO PARA EL DESARROLLO

Programas de voluntariado basados en nuestro negocio hotelero que impulsan el desarrollo económico y social mediante la creación de empleo, la generación de actividades económicas sostenibles y la contribución a erradicar la pobreza en países en vías de desarrollo.

✓ Hotel Escuela Agoro Lodge, Etiopía

NH Hoteles, **Manos Unidas** y **AECID** desarrollan este proyecto desde 2010 para fomentar el desarrollo económico y social de la región de Tigray. Además del asesoramiento previo y de la colaboración de dos voluntarios que se trasladaron allí, han participado en remoto otros voluntarios de diferentes áreas para conseguir que en 2012 el proyecto fuera una realidad. Nuestro apoyo al **Agoro Lodge de Etiopía** (www.agorolodge.com) se complementa ahora con su comercialización.



BONO AMIGO SOLIDARIO Y TARIFA EMPLEADO

En 2012, con la recaudación de 1€ y 2€ de las reservas realizadas con la tarifa especial para empleados, familiares y amigos, NH Hoteles recaudó **321.869,46€**. Esta cantidad fue invertida en servicios de alojamiento y restauración, tarifas especiales y becas de los **programas de Acción Social** de las diferentes Unidades de Negocio.



NH Tropen, Ámsterdam - Holanda



Voluntarios de NH Hoteles en el Hotel Escuela de Etiopía

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

GRUPO NH HOTELES

CERTIFICACIÓN DE EXCELENCIA TRIPADVISOR 2012



NH Hoteles ha recibido este galardón que premia la hospitalidad a través de las opiniones de los usuarios en **TripAdvisor**, web de viajes de penetración global. Solo un 10% de los alojamientos que aparecen en este site reciben esta certificación por la que optan todas las empresas internacionales. NH Hoteles ya ha logrado que más de **130** de sus establecimientos obtengan esta certificación de excelencia.

- ✓ NH Hoteles se posiciona como la compañía más valorada del sector hotelero en la 12ª edición del **Estudio KAR** (Key Audience Research) elaborado por **IPSOS**.
- ✓ Premio de Oro al Mejor Departamento Legal en los **International Legal Alliance Summit & Awards**.
- ✓ Mejor estrategia de movilidad por el Congreso de Movilidad y Comunicaciones Unificadas.
- ✓ **Premio Club de Gourmets** a la Mejor Cadena Hotelera 2012.
- ✓ Mejor empresa del sector en **MercoEmpresas y MercoEmpresas Responsables 2012**.
- ✓ **Premio Fundación DINTEL** al mejor proyecto de Contact Center y Centro de Atención a usuarios.
- ✓ Mejor Memoria Anual de Responsabilidad Corporativa de **Corporate Register Awards**.

HOTELES

- ✓ **Certificado de Excelencia TripAdvisor** a NH Liberdade y NH Castellar.
- ✓ El hotel NH Aeropuerto T2 México ha sido seleccionado entre los 10 mejores hoteles de México DF por la **revista Latin Trade**.
- ✓ **Hotel Secrets Royal Beach Punta Cana:**
 - Mejor Nueva Propiedad y/o Renovación del Caribe 2012 (**Travel Age West**).
 - Golden Apple Award por su puntuación en encuestas de satisfacción (**Apple Vacations**).
 - Uno de los 99 hoteles Favoritos del Mundo en viajes de Playa (**Holiday Check**).El Hotel Secrets Royal Beach Punta Cana y Now Larimar Punta Cana:
 - TOP + de Centro América y Caribe 2012 (**Top Companies**).
 - Excelente Calidad del Resort (**RCI Gold Crown Resort**).
- ✓ **Hotelbeds** premia a los mejores hoteles de Madrid, entre ellos NH Hoteles.
- ✓ **Premio Goethe Frankfurt y Die Welt** a la Mejor Cadena de clase media en Alemania.
- ✓ **Excellent Award** por Trademark Italia al Director de la BU Italia.
- ✓ **Premio de Condé Nast Traveler** al Mejor Hotel no Urbano Internacional al Grand Hotel Convento di Amalfi, Italia.
- ✓ **Premio R&D Hospitalidad** como proyecto innovador al Grand Hotel Convento di Amalfi.
- ✓ **Premio The MICE Report** a Hesperia Tower como mejor hotel de conferencias del sur de Europa.
- ✓ **Premio Top Hotel Opening** en categoría "Excepcional" al nhow Berlin.



NH Príncipe de la Paz, Aranjuez, Madrid - España



Hotel Almenara, Sotogrande, Cádiz - España

CLIENTES

En la 12ª edición del **Estudio KAR de IPSOS**, NH Hoteles es la compañía mejor valorada en la **calidad de sus servicios y la atención a sus clientes**. En 2012, NH Hoteles fue reconocida como uno de los **principales actores en el turismo vacacional europeo**.

- ✓ **Premio Blue Silver Award** dentro de la oferta de la isla de Lanzarote para el Hesperia Lanzarote, por TUI Nordic.
- ✓ El Hotel Almenara y el Hesperia Lanzarote finalistas en la categoría de mejores resorts de España, y el SPA del Hotel Almenara finalista al mejor SPA de España, en los **Condé Nast Traveler**.
- ✓ **La Fundación DINTEL** reconoce la estrategia de NH Hoteles en marketing móvil con el DINTEL Award 2012.

EMPLEADOS

- ✓ **Mejor Empresa para trabajar** del Ranking **Top Companies** en América.
- ✓ Presencia en el ranking **MercoPersonas 2012** en España, en el puesto 24.
- ✓ Finalistas por el programa de formación **New Heights** en los premios World Hospitality Industry Awards organizados por **Hostelco**.

SOCIEDAD

- ✓ **XIII Premios MC de RR.HH**, España. NH Hoteles ha sido galardonada en la categoría **"Mejor práctica en RSC 2012"** por el Proyecto de Voluntariado Corporativo **Hotel Escuela Agoro Lodge (Etiopía)**.
- ✓ **XIII Worldwide Hospitality Awards**, París. Finalistas en la categoría de **"Mejor Iniciativa en Desarrollo Sostenible"** por **Up! for Hospitality**.
- ✓ **Make-A-Wish® Foundation** en la Convención Anual celebrada en São Paulo otorgó a NH Hoteles el **Corporate Partner Award Spain** por la colaboración **Up! for Hospitality** en los últimos 7 años y **"Estrella" de Make-A-Wish®** en la Unidad de Negocio de Italia.
- ✓ **III Premios Corresponsables**, España. NH Hoteles finalista por el proyecto **Up! for Hospitality** con Menudos Corazones.

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL



NH Hoteles, **Medalla de Oro** del organismo turístico internacional **Global Business Travel Association (GBTA)**, primera compañía hotelera en el mundo que obtiene este reconocimiento por los servicios sostenibles que ofrecen a sus clientes en los viajes de negocios.

- ✓ Premio al Plan Medioambiental 2008-2012 de la **Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)**, por su aporte a la mejora medioambiental en el entorno en que operan con novedosas iniciativas sostenibles y la consecución de los objetivos marcados.
- ✓ **Greenlight** a toda la cadena hotelera, por los avances en eficiencia energética.
- ✓ **GreenBuilding** para 5 de nuestros hoteles, entre ellos el NH Príncipe de la Paz (Aranjuez, Madrid), como el proyecto de mayor replicabilidad.
- ✓ **Premio Inneo 2012** a la Concienciación Medioambiental.
- ✓ Finalistas Premio **CSR Marketplace de Forética** al servicio Ecomeeting.
- ✓ Premio **Hotel Hidro Sustentable** a NH Centro Histórico de México, reconocimiento promovido por la fundación Helvex, el sistema de aguas de la Ciudad de México SACM y la red europea del turismo sustentable ECO-TRANS.

INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

PERFIL	2011	2012
Cartera de Hoteles		
Número de Hoteles	397	391
Número de habitaciones	59.052	58.853
Beneficio neto	6,2M€	- 292,1M€
Incremento EBITDA	115,10%	-28,0%

GRUPOS DE INTERÉS	2011	2012
ACCIONISTAS		
Entidades que realizan análisis de NH en el año	21	20
Consultas atendidas de accionistas e inversores	874	624
Reuniones One-to-One de accionistas e inversores	137	49
Informes de seguimiento de los analistas	135	122
EMPLEADOS		
Plantilla media (nº de Empleados)	19.600	18.817
Contratos indefinidos	59%	56%
Rotación media*	3,9%	3,6%
% Inmigrantes	16,8%	15,3%
% Mujeres en plantilla	50,2%	49,1%
% Mujeres directivas	48,6%	48,5%
Menores de 25 años	16,8%	15,9%
Entre 25 y 45 años	48,3%	48,6%
Mayores de 45 años	34,9%	35,5%
Nº de Nacionalidades	138	141
Horas de formación impartidas NHU	186.404	162.131
Inversión en Formación	1.009.319€	1.100.000€
% Evaluaciones de desempeño realizadas (respecto a FTEs fijos)	93%	94%
Nº de consultas Buzón del Empleado	141	-

* Dato de 2012 no comparable con 2011 debido a un cambio en la metodología de cálculo.
Para mayor información consultar versión completa del Informe en: <http://corporate.nh-hotels.com>

GRUPOS DE INTERÉS	2011	2012
CLIENTES		
Hoteles evaluados "Mystery Guest"	290	367
Nº Valoraciones (Encuestas NH + páginas externas)	211.577	229.809
Nº de Encuestas de Satisfacción a Clientes	105.135	89.985
Comunicaciones gestionadas por el departamento de Atención al Cliente	17.696	13.705
PROVEEDORES		
Volumen de proveedores gestionados	23.866	21.892
Nº acumulado de Proveedores firmantes del Código Ético	994	1.218
Volumen de compra anual (gasto + inversión)	447,8M€	403,4M€
% facturación proveedores firmantes Código Ético	9,0%	10,8%
Integrantes del Club NH Sostenible	40	40
ACCIÓN SOCIAL		
Nº proyectos sociales	más de 450	más de 700
Recursos totales destinados a la Comunidad	880.423€	864.540€
Recursos obtenidos de € solidarios (Tarifa Empleado y Bono Amigo)	387.425€	321.869€
Entidades beneficiarias	más de 290	más de 230
Nº de Voluntarios NH	193	907
Promoción cultural	16.715€	64.020€
MEDIO AMBIENTE		
Hoteles urbanos		
Emissiones de CO ₂ (ton.)	125.645	121.151
Emissiones de CO ₂ (kg. por cliente/noche)	8,5	8,1
Consumo de energía (kWh.)	540.400.326	538.479.846
Consumo de energía (kWh. por cliente/noche)	36,4	35,9
Consumo de agua (m ³)	3.094.601	3.003.722
Consumo de agua (lt. por cliente/noche)	217,0	208,5
Generación de residuos (kg.)	41.319.219	-
Generación de residuos (kg. por cliente/noche)	2,7	2,7
Paneles solares (m ²)	4.663	4.701,72
Potencia instalada de Energía Solar (kW./año)	4.097.953	4.104.753



Jolly Madison Towers, Nueva York - Estados Unidos

DIRECCIÓN Y PRIORIDADES PARA 2013



El Grupo está inmerso en la definición de un plan de negocio a cinco años cuyo objetivo es convertir a NH Hoteles en la mejor opción para los consumidores a través de la puesta en valor de sus fortalezas y la redefinición de la experiencia NH.

La hoja de ruta que marcará el camino para lograr nuestros objetivos pasa por las siguientes prioridades para 2013:

- ✓ Rediseñar la marca **NH Hoteles** y su **porfolio**, construyendo una segmentación clara y perceptible de su cartera de activos y servicios, y ofrecer productos atractivos que se adapten a las necesidades de cada consumidor en cualquier lugar.
- ✓ **Reinventar la experiencia NH** de los clientes antes, durante y después de alojarse en nuestros hoteles en base a cuatro compromisos: deliver, care, easy & surprise.
- ✓ Revisar los **planes de ventas, marketing y comunicación**.
- ✓ Desarrollar un **Plan de Sistemas** que proporcione una plataforma tecnológica mucho más robusta que la actual, dotada con potentes herramientas de gestión, que permita ser más eficientes y competitivos.
- ✓ Mantener el **análisis de la evolución individual** de cada uno de sus hoteles, saliendo de aquellos estructuralmente negativos o no estratégicos.
- ✓ Continuar la **proyección internacional** valorando las **oportunidades de expansión** y analizando las necesidades de inversión de los activos más estratégicos.

VISIÓN

Queremos que cualquier consumidor cuando vaya a viajar se pregunte "¿hay un NH en mi destino?" y que finalmente seamos la opción elegida. Para ello, debemos asegurarnos que NH esté entre las dos primeras opciones en las que piensa el consumidor cuando planifique un viaje o un evento por ocio o negocio.



NH Palacio de Tepa, Madrid - España



nh
HOTELES

Santa Engracia, 120
28003 - Madrid
T: +34 91 451 97 18

WEBSITES DE INTERÉS:

Web Comercial: www.nh-hotels.com

Web Corporativa: <http://corporate.nh-hotels.com>

Web de Medio Ambiente: <http://medioambiente.nh-hoteles.es>



MIXTO
Papel procedente de
fuentes responsables
FSC® C019520

