

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO 2021

Memoria Sustainable Business



NH Room4 a better world

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2021	3
SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO	4
CONTENIDOS	4
ALCANCE	5
TAXONOMÍA DE LA UNIÓN EUROPEA	6
MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO	9
MENSAJE DEL PRESIDENTE	9
MENSAJE DEL CEO	12
GESTIÓN POST COVID DE LA COMPAÑÍA	15
MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP	19
DESGLOSE DE LA CARTERA	20
PRINCIPALES MAGNITUDES	20
HITOS 2021	23
NUESTRA VISIÓN Y CULTURA	26
ESTRATEGIA DE NH HOTEL GROUP	28
GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO	35
ESTRUCTURA ACCIONARIAL	42
SISTEMA DE CUMPLIMIENTO. ÉTICA Y CONDUCTA	43
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS	56
GESTIÓN DE RIESGOS	60
NH ROOM4 SUSTAINABLE BUSINESS	71
MODELO NH ROOM4 Sustainable Business	71
ANÁLISIS DE MATERIALIDAD	74
NH HOTEL GROUP Y LA AGENDA 2030	77
NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CLIENTES	79
NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CADENA DE VALOR RESPONSABLE	94
NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: ALIANZAS SOSTENIBLES	100
NH ROOM4 PEOPLE: EMPLEADOS	105
NH ROOM4 PEOPLE: COMUNIDAD	135
NH ROOM4 PLANET	140
RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2021	155
PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO	161
Anexo I: Tabla de indicadores	162
Anexo II: Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad	164
Anexo III: Índice de contenidos GRI	176
Anexo IV: Informe de verificación independiente	188

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2021



353 **30** **55.063** **11.584*** **35**
HOTELES **PAÍSES** **HABITACIONES** **EMPLEADOS** **MILLONES DE**
CLIENTES

Alemania • Andorra • Argentina • Austria • Bélgica • Brasil • Chile
 Colombia • Cuba • Dinamarca • Ecuador • Eslovaquia • España • Estados Unidos • Francia
 Haití • Hungría • Irlanda • Italia • Luxemburgo • México • Países Bajos • Polonia • Portugal
 Reino Unido • República Checa • Rumanía •
 Suiza • Túnez • Uruguay

Datos a 31.12.2021

Incluye hoteles operados con contrato de propiedad, alquiler, gestión y franquicia.

*No incluye franquicia.

BU AMÉRICA	BUNE	BUSE
<i>Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Haití, México y Uruguay</i>	<i>Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, Eslovaquia, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suiza</i>	<i>Andorra, Estados Unidos, España, Francia, Italia, Portugal y Túnez</i>
55 hoteles	126 hoteles	172 hoteles
7.375 habitaciones	23.830 habitaciones	23.858 habitaciones
9 países	14 países	7 países

SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

El presente Estado de Información no Financiera Consolidado 2021 (en adelante, EINF o “el Informe”), se presenta como un informe separado y forma parte del Informe de Gestión consolidado 2021 de NH Hotel Group. En él se desarrolla de manera amplia la Estrategia de Negocio Responsable de la Compañía, NH ROOM4 Sustainable Business, concentrando en un único documento:

- La respuesta de la Compañía a los requerimientos legales de la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018 en materia de información no financiera y diversidad, así como las directrices UE 2017/C215/01 para el reporte de su desempeño en materia de información no financiera.
- La Memoria de Sustainable Business, que sigue los estándares del Global Reporting Initiative (GRI).

El EINF ha sido formulado por el Consejo de Administración de NH Hotel Group en fecha 24 de febrero de 2022, habiendo sido firmado por todos sus integrantes, con las especificaciones que resultan de la Declaración de Responsabilidad de los Consejeros a efectos de lo dispuesto en el artículo 118.2 Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, donde se hace constar la delegación que hacen algunos Consejeros de sus respectivas firmas en otros Consejeros).

Este Informe y las anteriores Memorias de Sustainable Business se publican en formato digital y están disponibles en www.nhhotelgroup.com

CONTENIDOS

La definición de los contenidos del Informe parte de los temas relevantes para la actividad de NH Hotel Group y sus principales grupos de interés, en base al Análisis de Materialidad, que se actualiza cada año. El Grupo cuenta con diferentes sistemas para el diálogo con sus grupos de interés, que son fuente de análisis para definir los contenidos relevantes a incluir en el reporte. Los resultados de esta comunicación permiten mantener activos los mecanismos para identificar necesidades, así como los aspectos de mayor relevancia a incluir en el Informe, además del seguimiento de los compromisos y cumplimiento de los retos planteados en el año anterior.

Para desarrollar el Análisis de Materialidad se tienen en cuenta la estrategia y objetivos de la Compañía, la estrategia NH ROOM4, y los temas materiales a nivel sectorial definidos por la Sustainable Hospitality Alliance, además de las principales tendencias sociales y en sostenibilidad y los requerimientos de diferentes marcos en reporting y sostenibilidad, como Global Reporting Initiative (GRI) y la Ley 11/2018 de Información No Financiera y Diversidad, que responde a la Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo¹. Puede consultarse el Análisis de Materialidad completo en el apartado correspondiente de este Informe.

¹ Unión Europea. Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.

ALCANCE

El presente Informe recoge la decimosexta edición de la Memoria de Sustainable Business de NH Hotel Group. Incluye la actividad y principales resultados del Grupo en el ejercicio 2021, con la integración del desempeño en el ámbito económico, medioambiental y social.

El Informe muestra la gestión de NH Hotel Group sobre los impactos, tanto positivos como negativos que genera la Compañía, y por ello su alcance contempla dos perímetros: alcance consolidado (hoteles en propiedad y alquiler) y alcance corporativo (hoteles en propiedad, gestión y alquiler). Incluye, por tanto, información de todos los hoteles operados por la Compañía, es decir, los hoteles operados en régimen de alquiler, propiedad y gestión.

En el caso de la información referente a plantilla, se incluyen los datos obtenidos de FTEs (Full Time Equivalents) para todo tipo de empleados (exceptuando Outside Labour, Extra Labour y Trainees) considerando hoteles en propiedad, alquiler, gestión, recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

En aquellos casos en los que el alcance de la información varíe de estos criterios, se indica con una nota al pie.

Presencia geográfica de NH Hotel Group en 2021

	Perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)	Perímetro corporativo* (hoteles en régimen de propiedad, alquiler y gestión)
Hoteles en el mundo	301	347
Países en los que tiene actividad	24	29
Habitaciones	47.682	54.578
Empleados	10.071	11.584

**No incluye franquicias*

TAXONOMÍA DE LA UNIÓN EUROPEA

Introducción

El Pacto Verde Europeo es la estrategia de crecimiento de Europa que mejorará el bienestar y la salud de los ciudadanos, logrará que Europa sea climáticamente neutra de aquí a 2050 y protegerá, conservará y mejorará el capital natural y la biodiversidad.

La Unión Europea ha dado grandes pasos para construir un ecosistema financiero sostenible. El Reglamento sobre la Taxonomía, el Reglamento relativo a la divulgación de información sobre finanzas sostenibles y el Reglamento sobre los índices de referencia de la UE constituyen la base para aumentar la transparencia y proporcionar herramientas que permitan a los inversores determinar qué oportunidades de inversión son sostenibles.

El Reglamento (UE) 2020/852 (Reglamento de Taxonomía), en concreto el Art. 10(2) del Art. 8, recoge la obligación de las entidades sujetas a publicar información no financiera en virtud de la Directiva 2014/95/UE (NFRD), de divulgar en los estados no financieros consolidados información sobre sus criterios ambientales, tal y como se recoge en el Anexo I del Reglamento Delegado del 6 de julio de 2021. En particular:

- La proporción de la facturación que procede de productos o servicios relacionados con actividades económicas que se consideren ambientalmente sostenibles (facturación).
- La proporción del total del activo fijo (CapEx).
- La proporción de los gastos operativos relacionados con activos o procesos asociados a actividades económicas que se consideren ambientalmente sostenibles (OpEx).

La finalidad de este reglamento es establecer los criterios para determinar si una actividad económica se considera ambientalmente sostenible a efectos de fijar el grado de sostenibilidad ambiental de una inversión.

A estos efectos, NH Hotel Group ha analizado todas las actividades de la taxonomía, entre las cuáles se han podido identificar aquellas que están vinculadas a la Compañía:

- Actividad **“7.2. Renovación de edificios”**.
- Actividad **“7.3. Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética”**.

Facturación, CapEX y OpEx

NH Hotel Group ha llevado a cabo la clasificación de sus actividades acorde a los criterios que establece la taxonomía europea en su versión más reciente, (Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 de la Comisión del 6 de julio de 2021) de modo que ninguna de las actividades elegibles genera ingresos para la Compañía; por tanto, el indicador referencia relativo a facturación adquiere un valor del 0%.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

En cuanto al CapEx, un 6,1% reúne los requisitos establecidos en relación a la mitigación y adaptación al cambio climático.

Por último, en relación con el OpEx, se ha determinado que el OpEx recogido por la taxonomía de estas actividades no resulta material al no superar el 5% respecto al total 587.210m€, contabilizando el gasto total de personal y otros gastos operativos y siendo el OpEx taxonómico estimado en 27.196 m€ tal y como se muestra en la tabla de Gastos no capitalizados.

Proporción de actividades elegibles y no elegibles según la taxonomía en Facturación, CapEx y OpEx

	Proporción de actividades económicas elegible (en %)	Proporción de actividades económicas no elegible (en %)	Total (m€)
Volumen de negocios	0	100	746.484
Gastos en capital (CapEx)	6,1	93,9	134.152
Gastos operativos (OpEx)	0	100	587.210

Desglose por actividad	Proporción sobre el total de CapEx elegible (en %)	Proporción sobre el total de CapEx (en %)
7.2. Renovación de edificios	81	4,9
7.3 Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	19	1,2

Gastos no capitalizados	Total (m€)	Proporción del OpEx total (en %)
Total gastos no capitalizados	587.210	100
Gastos no capitalizados recogidos por la Taxonomía (Denominador OpEx)	27.196	4,6

Las actividades elegibles de NH Hotel Group, según el Art. 8 del Reglamento de la Taxonomía, son gestionadas desde el departamento corporativo de Construcción, Ingeniería y Mantenimiento.

Actividades elegibles de NH Hotel Group

Descripción de la actividad	Actividad económica conforme a la taxonomía
Renovación de hoteles, entre las que se incluyen las obras de construcción civil para la adecuación de los mismos, así como mejora de la envolvente o trabajos de reforma y remodelación de habitaciones.	7.2 Renovación de edificios existentes
Mantenimiento de calderas, equipos de refrigeración, cambios de tuberías, cambios de hornos, baterías y/o aparatos eléctricos (lavadoras, frigoríficos, secadoras...)	7.3. Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética

Para el cálculo de los citados indicadores, se ha determinado el numerador a partir de los registros de control y seguimiento del presupuesto de inversión 2021 del departamento de Construcción,

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ingeniería y Mantenimiento, y la ejecución de este, siguiendo los mismos criterios contables que rigen la contabilidad financiera de NH Hotel Group.

Para la **facturación**: El indicador clave referido al volumen de negocios se calcula como la proporción de ingresos derivados de actividades elegibles (numerador) sobre el total de ingresos de la compañía (denominador). Dichos ingresos corresponden a aquellos reconocidos con arreglo a la Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 1, párrafo 82, letra a), adoptada por el Reglamento (CE) n.o 1126/2008 de la Comisión. El denominador de este indicador clave figura en la Nota 25.1: “Ingresos” de las Cuentas Anuales Consolidadas de 2021 de NH Hotel Group.

Para el cálculo del numerador **CapEx**, se han identificado primero aquellas actividades que cumplen con los criterios elegibles de acuerdo con la taxonomía de las áreas involucradas, y se ha procedido a la consolidación de los valores correspondientes. Cada actividad elegible solo ha sido computada por un área de la compañía, evitando así la doble contabilización de dichas inversiones, tal y como se ha indicado en la tabla anterior “Actividades elegibles de NH Hotel Group”.

En el caso del denominador, se han incluido las adiciones a los activos tangibles e intangibles, antes de amortizaciones y posibles nuevas valoraciones, incluidas las resultantes de revalorizaciones y deterioros de valor, correspondientes al ejercicio 2021, con exclusión de los cambios del valor razonable. En caso de existir, también se hubieran incluido las adiciones a los activos tangibles e intangibles resultantes de combinaciones de negocios, cubriendo los costes que se contabilizan de acuerdo con NIC 16 Inmovilizado material y NIIF 16 Arrendamientos.

De conformidad con nuestros estados financieros consolidados, el CapEx total figura en la Nota 7, Nota 8 y Nota 10 de las Cuentas Anuales Consolidadas 2021.

Para el **OpEx**: Este indicador se define como la proporción de OpEx taxonómico elegible (numerador) entre el total de OpEx taxonómico (denominador).

Dicho denominador reduce el total de gastos operativos a los costes directos no capitalizados que se relacionan con la investigación y el desarrollo, las medidas de renovación de edificios, los arrendamientos a corto plazo, el mantenimiento y las reparaciones, así como otros gastos directos relacionados con el mantenimiento diario de activos del inmovilizado material por NH Hotel Group o un tercero a quien se subcontraten actividades y que son necesarios para garantizar el funcionamiento continuado y eficaz de dichos activos.

Por otro lado, el numerador de este indicador recogería los gastos operativos incluidos en el denominador que estuviesen destinados a actividades elegibles. Este indicador clave figura en la Nota 25.4 en la línea de gastos de mantenimiento y limpieza de las Cuentas Anuales Consolidadas 2021 de NH Hotel Group.

MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO

MENSAJE DEL PRESIDENTE

Queridos stakeholders:

Cuando en marzo de 2020 comenzó el confinamiento por la pandemia, creo que absolutamente nadie podía imaginarse que, dos años después, seguiríamos aún con restricciones por una sexta ola mitigada. Tampoco nadie habría podido esperar que, en apenas dos años, se hubieran creado distintas vacunas contra la enfermedad, o que buena parte de los españoles ya nos hubiésemos puesto hasta una tercera dosis de refuerzo. Si la dimensión de la crisis sanitaria ha sido la mayor en muchas décadas, también lo ha sido la capacidad de respuesta que hemos articulado como sociedad global verdaderamente interconectada. La solidaridad, la esperanza y la responsabilidad de tantos millones de personas vacunadas en todo el mundo han sido, en suma, buenas noticias ante una de las crisis sanitarias más severas y devastadoras de nuestra historia mundial común.

El sector hotelero ha sido uno de los que más ha sufrido los efectos de la pandemia. De la noche a la mañana, un sector clave para el comercio, la industria y el intercambio cultural entre naciones se detuvo en seco en todo el mundo. Nunca habíamos vivido una crisis tan repentina y tan globalizada, ni siquiera en las dos grandes guerras del siglo pasado. Para las empresas que nos dedicamos a este negocio, el panorama fue prácticamente apocalíptico. Daba igual de dónde viniera y cuánto hubiera conseguido cada empresa al cierre de 2019. La crisis sanitaria nos apisonó a todas por igual y nos obligó a levantarnos, reflexionar, priorizar qué debíamos hacer y tomar las decisiones necesarias para resistir, seguir en marcha e intentar reinventarnos. Sin solución de continuidad ni la menor referencia, tuvimos que renacer desde la intuición, asumir la realidad más adversa, y tomar decisiones muy difíciles que nos permitieran separarnos del abismo y recuperar cierta capacidad de reacción y supervivencia en el tiempo.

A título meramente indicativo, quisiera aportar algunas cifras que nos ayuden a calibrar la gravedad de lo sucedido. Según los recientes datos oficiales de la Cuenta Satélite del Turismo de España, elaborados por el Instituto Nacional de Estadística, en España la actividad turística en 2020 se contrajo hasta 61.406 millones de euros, casi un 58% menos que los 154.737 millones obtenidos en 2019. En términos de PIB, la aportación turística pasó del 12,4% al 5,5%, casi siete puntos porcentuales menos. Si nos atenemos a las previsiones de las Perspectivas Turísticas de Excetur para 2021, la actividad del año pasado rondará los 87.000 millones de euros, un 41% más que en 2020, pero todavía un 44% por debajo de 2019. Existe algún motivo para la esperanza, como el hecho de que en noviembre de 2021 el gasto de los turistas internacionales se elevó en España hasta 3.748 millones de euros, solo un 25% por debajo de los 5.063 millones de euros obtenidos el mismo mes de 2019.

En el ámbito internacional la situación es sumamente parecida. Según la [última edición](#) del Barómetro de Turismo Mundial, elaborado por la Organización Mundial del Turismo, los ingresos por turistas internacionales en 2021 podrían aproximarse hasta 800.000 millones de dólares, una pequeña mejora con respecto a 2020, pero menos de la mitad de los 1,7 billones de dólares registrados en 2019. El año pasado, la contribución económica del turismo se estimaba en 1,9 billones de dólares en términos de producto interior bruto turístico directo, muy por debajo del

valor de 3,5 billones de dólares del año anterior a la pandemia. En ese mismo informe, la OMT advertía de que la reanudación segura del turismo internacional seguirá dependiendo en gran medida de una respuesta coordinada entre los países en cuanto a restricciones de viaje, protocolos armonizados de seguridad e higiene y comunicación eficaz para ayudar a restaurar la confianza de los consumidores.

NH Hotel Group, apoyada en todo momento por Minor International, su accionista de referencia, ha tenido un desempeño modélico en estos dos años tan complicados. Se lo debemos, en primer lugar, al esfuerzo y la entrega de los más de once mil profesionales repartidos entre oficinas corporativas y los más de 350 hoteles del Grupo. Todos ellos han sabido adaptarse en cada momento a los nuevos estándares sanitarios y tecnológicos, estudiar y aplicar con éxito las más de setecientas medidas sanitarias incorporadas al día a día hotelero y, sobre todo, velar tanto por la seguridad de los propios equipos y proveedores como de los clientes. Si siempre resulta difícil ganarse la confianza de cada huésped, en estos dos años garantizar la seguridad de todos, trasladarles eficiencia, ser empáticos y recuperar su confianza ha supuesto una dedicación extraordinaria, resuelta con magníficos resultados y un emocionante sacrificio.

Mantener la viabilidad y el futuro corporativo en estos dos ejercicios ha sido también una tarea extremadamente difícil que el equipo directivo ha resuelto con rigor, disciplina y claridad de objetivos. Preservar la liquidez y reducir los gastos han sido las dos grandes prioridades. Conseguirlo ha obligado a tomar decisiones tan dolorosas como inevitables, gracias a las que la compañía ha conseguido consolidarse, salir reforzada de la crisis y amparar el mayor número posible de puestos de trabajo en los distintos países donde opera. A lo largo de su historia, las compañías dejan un legado que las hace especiales y pone en valor su misión y sus resultados. Estoy convencido de que la gestión y el esfuerzo del equipo directivo de NH Hotel Group en estos dos años pasados supondrán uno de los capítulos más memorables y meritorios en la ya amplia historia de nuestro Grupo.

Desde el Consejo de Administración de la compañía, que me honro en presidir, hemos intentado ayudar a los distintos equipos, a la vez que hemos velado por el buen gobierno corporativo y por defender el legítimo interés de los distintos accionistas y grupos de interés relacionados con la actividad de nuestro Grupo. Han sido numerosas iniciativas y resoluciones, tanto del Consejo como de sus diferentes Comisiones. Me siento especialmente satisfecho de la forma en que se gestionó y aprobó la refinanciación holística de NH Hotel Group, incluyendo una ampliación de capital y la emisión de un bono. Dicha refinanciación explicitó además el firme compromiso de Minor International en NH Hotel Group al conceder un préstamo subordinado que posteriormente se capitalizó mediante la mencionada ampliación de capital aprobada en la Junta General de Accionistas.

Por último, quisiera destacar dos nuevas distinciones al Grupo. Me refiero a nuestra inclusión, por tercer año consecutivo, en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género por nuestro compromiso por las políticas de igualdad de género y la transparencia de nuestro desempeño como empresa cotizada. Somos la única hotelera española presente en el índice, que valora en especial nuestro liderazgo femenino y flujo de talento, la igualdad salarial, la cultura inclusiva, las políticas contra el acoso sexual, y nuestra condición de marca comprometida con los derechos de la mujer. Además, hemos sido distinguidos, por segundo año consecutivo, como uno de los

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

tres líderes más sostenibles del sector hotelero según el ranking S&P Global. Son distinciones relevantes porque diversidad, igualdad y sostenibilidad serán aspectos determinantes cuando la actividad hotelera se recupere plenamente. Un momento en el que, con la dedicación y entusiasmo de nuestros profesionales, aspiramos a seguir dando el mejor servicio a nuestros clientes y devolverles la confianza y la máxima satisfacción en cada una de sus estancias con nosotros.

En nombre del Consejo de Administración de NH Hotel Group, muchas gracias.

Alfredo Fernández Agras
Presidente NH Hotel Group

MENSAJE DEL CEO

Queridos stakeholders:

Quienes formamos parte de NH Hotel Group tenemos sobradas razones para sentirnos orgullosos de nuestro trabajo en 2021. En apenas doce meses desplegamos un muy amplio abanico de medidas de gestión. A los avances en digitalización y robotización, que veníamos aplicando desde antes de la pandemia, hemos sumado una política de ahorro de costes muy exitosa, que ha resultado clave para afrontar estos dos años de restricciones sanitarias.

Asimismo, nos vimos abocados a ser la primera hotelera en aplicar un expediente de regulación de empleo en España, en nuestros servicios centrales. Fue una medida especialmente dolorosa, pero se saldó con un acuerdo nítido con los sindicatos y el voto a favor prácticamente unánime del conjunto de profesionales. Aportó solidez en un momento corporativo muy delicado. Llevarlo a cabo ha permitido a la compañía minimizar la reducción de empleo. Y confiamos que la recuperación cada vez más cercana nos permita volver a ser cuanto antes empleadores netos.

En paralelo, llevamos a cabo una exhaustiva reestructuración y refinanciación de la deuda corporativa. Recibimos también sendas inyecciones de capital. Una por la venta con alquiler a largo plazo del NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderón, y otra con la ampliación de capital liderada por nuestro accionista de referencia, Minor International. Es sabido que NH realizó entre 2016 y 2019 la mayor reducción de deuda de su historia, hasta dejarla en solo 0,6 veces ebitda. 2019 fue además el año en que obtuvimos el mayor beneficio neto de nuestra historia, superior a cien millones de euros en ese ejercicio.

Apenas tres meses después, en marzo de 2020, la pandemia redujo prácticamente a nada todos esos logros. Pero en realidad no fue así. Haberlos conseguido nos permitió afrontar desde una mejor posición una crisis devastadora, súbita y muy profunda. Con ese soporte previo, en estos dos años hemos conseguido volver a aplicar el mismo método de contención de la deuda, protección de la caja y obtención de suficiente liquidez. El tiempo dirá si los resultados récord alcanzados en 2019 tienen o no más mérito que los logrados en 2021. He participado en los dos, y personalmente me siento incluso más satisfecho de estos últimos. Voy a darles una razón: al margen del dramático efecto de la pandemia sobre las cuentas de estos dos últimos años, si en 2019 éramos eficientes, en 2021 lo hemos sido todavía mucho más.

Por supuesto, la reestructuración y refinanciación de la deuda ha sido un hito esencial para fortalecer nuestro futuro corporativo. Cada paso dado el año pasado ha sido relevante. Lo fue la emisión de bonos sénior garantizados por valor de 400 millones de euros completada en junio, con vencimiento en julio de 2026 y cupón anual al 4%. El capital recibido nos sirvió para amortizar el anterior bono sénior, con un valor de 357 millones de euros y vencimiento en 2023, tres años antes que el actual. En paralelo, ya habíamos extendido las dos líneas de crédito activadas. La primera, la del Instituto de Crédito Oficial, por valor de 250 millones de euros. También la Línea de Crédito Sindicado (RCF) por importe de 242 millones de euros. El vencimiento de las dos pasó de 2023 a 2026, lo que nos ha liberado de vencimientos relevantes de deuda hasta dentro de cuatro años, dejándonos en una posición financiera extremadamente sólida para acometer la recuperación sectorial.

Además, el pasado verano recibimos el apoyo expreso de Minor International, nuestro accionista de referencia, a través de un préstamo convertible completado mediante una ampliación de capital por un total de 106 millones de euros. La operación reforzó sustancialmente la posición de liquidez de la compañía. Nos aportó además el apoyo del total de nuestros accionistas. Minor ejerció sus derechos, y lo hicieron también los accionistas minoritarios, que acudieron a su tramo de suscripción preferente con una sobredemanda de 10,9 veces. Fue una importante declaración de confianza de nuestro accionariado. Se concretó además en pleno verano, cuando los datos de recuperación sectorial empezaban a consolidarse y el horizonte de salida de la crisis parecía cada vez más inminente. La búsqueda de liquidez tampoco se detuvo ahí. El 30 de junio, nuestro grupo había firmado con LaSalle Investment Management una operación de sale & leaseback sobre el hotel NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderón. Incluye un contrato de alquiler asociado por un plazo inicial de 20 años, con dos ampliaciones de 20 años cada una hasta un total de 60 años.

En el ejercicio 2021, la cifra de ingresos alcanzó los 834 millones de euros, con un incremento del +55% respecto a los 540 millones de euros reportados en el ejercicio 2020. Esta evolución se explica por la recuperación del negocio en la segunda mitad del ejercicio, tras la flexibilización de las restricciones en los países europeos. Como consecuencia de la mejora y el estricto control de los costes, el resultado neto total supuso -132 millones de euros frente a -437 millones de euros en 2020. Cabe destacar el cambio de tendencia desde finales del segundo trimestre de 2021 con el levantamiento de restricciones en los países europeos. Esta mejora operativa, junto a las medidas de eficiencia implementadas por la compañía, al esfuerzo en el control de costes y a una inversión muy selectiva, ha permitido no drenar caja en el segundo semestre del 2021. Adicionalmente, como consecuencia de la ampliación de capital y la rotación de activos, el endeudamiento bruto se redujo hasta 813 millones de euros al cierre del año, frente los 998 millones de euros de un año antes. A su vez, la liquidez del Grupo también se ha visto incrementada, dado que, al considerar la situación de tesorería, otros activos líquidos y las líneas de crédito no utilizadas, la liquidez disponible alcanza los 511 millones de euros en diciembre de 2021, frente a los 346 millones de euros de 2020.

Estamos seguros de que el gran esfuerzo realizado durante 2021 dará sus frutos a lo largo de 2022. Durante las restricciones de estos dos últimos años prevaleció el modelo de sol y playa, aunque poco a poco ha ido emergiendo un modelo alternativo urbano, mucho más cualitativo y diferencial, ligado a ciudades emblemáticas y que empieza a ser pujante tanto en viajes de ocio como de negocio. Ya casi nadie duda del progresivo desplazamiento de la clientela desde el patrón anterior, quizá más masivo e indiferenciado, hacia ofertas más cualitativas, con estancias posiblemente más breves, pero también más aspiracionales, en las que la gastronomía ganará en poder decisor y donde los resorts y grandes hoteles urbanos serán formatos estrella a medio y largo plazo. Para NH se trata de excelentes noticias, porque los nuevos gustos se corresponden casi al milímetro con la cartera de hoteles que hemos ido definiendo estos últimos años.

A medida que la recuperación se vaya consolidando, esperamos ser un agente muy activo en un mercado al alza. Con la liquidez y estructura financiera ya muy consolidadas, estamos en perfectas condiciones para aprovechar las oportunidades que puedan surgir. Muchos fondos e inversores internacionales han tomado posiciones en el mercado hotelero inmobiliario. Necesitan de operadores reconocidos, capaces de gestionar con eficiencia. En ese terreno somos uno de los

referentes nacionales e internacionales, ya gestionamos muchos de esos hoteles y en el futuro nos proponemos ser todavía más activos. Además, desde ahora y hasta 2024, tenemos ya prevista la apertura de 20 nuevos hoteles y 3.400 habitaciones. Asimismo, estos serán los años de crecimiento y consolidación de la marca Anantara en Europa. Está llamada a ser una de las más relevantes y reconocidas a medio plazo. Contamos además con planes de desarrollo significativo ya en progreso, tanto en los países nórdicos como en el centro de Europa, y estamos activando el cruce de marcas con Minor para elevar también nuestra presencia en Asia y Oriente Medio.

No obstante, creemos que, para poder aprovechar estas oportunidades y alcanzar la excelencia en nuestras gestiones, es necesario apostar por la sostenibilidad de nuestro negocio. Por ello, como miembro de la Red Española del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, en NH nos hemos comprometido a seguir mostrando nuestra contribución a los ODS, centrada especialmente en aquellos relacionados directamente con nuestra actividad a través de las distintas páginas de la Memoria.

Dejamos atrás dos años especialmente duros, probablemente los más retadores en la historia reciente de nuestra compañía. Hemos tomado importantes medidas de gestión, extremado el control de costes y ampliado y mejorado nuestras condiciones de financiación. Me siento orgulloso tanto del resultado obtenido como de las oportunidades que el esfuerzo nos brindará a partir de este mismo año. Pero también debo subrayar que todas esas medidas habrían sido papel mojado sin el sobresaliente desempeño de todos nuestros profesionales. Nuestro futuro lo han construido ellas y ellos, con dos años de trabajo ejemplar en los servicios centrales y en cada uno de nuestros hoteles, siempre al pie del cañón. Su éxito también es el de los proveedores, accionistas y clientes, que han seguido confiando en nosotros. Si hemos llegado hasta aquí, les garantizo que será para multiplicarles la calidad y la distinción de nuestra oferta. Nuestro objetivo es continuar siendo cada día un poco mejores para seguir mereciendo su confianza.

Muchas gracias,

Ramón Aragonés
CEO NH Hotel Group

GESTIÓN POST COVID DE LA COMPAÑÍA

El excelente desempeño de la Compañía en los últimos años (pre-covid) ha sido el resultado de un proceso de profunda transformación del Grupo.

En la primera fase de esa transformación, que se inició en 2014, el plan estratégico se centró en la segmentación de marcas, la optimización del portfolio, fuertes inversiones en reposicionamiento y sistemas y una renovada estrategia de precios. Lo que llevó a NH Hotel Group a una segunda fase, con inicio en 2017, basada en las fortalezas de la Compañía e impulsando las palancas clave en la creación de valor en el negocio. Este Plan marcaba como prioridades, impulsar los ingresos de la Compañía e incrementar su eficiencia, al tiempo que aprovechar sus fortalezas para nuevas oportunidades de reposicionamiento y la expansión orgánica como vía de crecimiento adicional.

Con la entrada de Minor International en el capital se abrió una nueva era de oportunidades mediante la creación de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes. De esta forma, comenzaba una nueva etapa en la que surgieron oportunidades adicionales como:

- Posibilidad de incrementar la base de clientes actuales, atrayendo la creciente demanda asiática a los mercados europeos.
- Economías de escala con socios comerciales, agencias de viajes y proveedores.
- Capacidad de utilizar un paraguas de marcas más amplio en nuevas geografías, para llevar las marcas de NH a las geografías de Minor y viceversa.
- Acceder al segmento de lujo con nuevas oportunidades de cambio de marca y la apertura y firma de nuevos hoteles en este segmento.
- Impulsar la estrategia de diversificación de segmentos, integrando el mercado de resorts en nuestros pilares de crecimiento.
- Integración de las operaciones de Tívoli en Europa bajo la gestión de NH.
- Contar con los mejores equipos, impulsando el intercambio de talento.

La fortaleza comercial y la flexible estructura operativa y financiera del Grupo, le han permitido superar los grandes desafíos de los dos últimos años.

Plan de Contingencia

Al inicio de la pandemia del COVID-19 la demanda hotelera disminuyó con motivo de los confinamientos, las restricciones de viaje y el distanciamiento social, lo que afectó a la movilidad.

Con la gradual implementación de las vacunas desde principios del 2021 se empezó a observar un punto de inflexión que junto al progresivo levantamiento de las restricciones en algunos países de Europa permitió acelerar de nuevo la reapertura del portfolio. Así, a finales del 2021, cerca de un 90% de los hoteles estaban abiertos, frente al 60% de inicios de año.

Como consecuencia de las excepcionales circunstancias ocurridas tras el inicio de la pandemia global, la Compañía implementó diferentes medidas y planes para adecuar el negocio y asegurar su sostenibilidad, con el objetivo de minimizar los costes, preservar la liquidez para atender las

necesidades operativas y asegurar que la reactivación de la actividad hotelera se llevara a cabo de forma eficiente y bajo la premisa de las máximas garantías en materia de salud y seguridad.

Durante este ejercicio, continúan implementadas las siguientes medidas de disciplina y control de costes para asegurar la minimización de gastos operativos y preservar la liquidez:

- **Personal:** La Compañía llevó a cabo ajustes, suspensiones y reducciones temporales de jornada y salario en hoteles y oficinas centrales por causas de fuerza mayor o motivos productivos, parte de estos procesos han continuado durante el 2021. Adicionalmente, se ejecutó un proceso de despido colectivo en los Servicios Corporativos en España como parte de un plan global. *Mas información en el Capítulo NH ROOM4 People: Empleados.*
- **Costes operativos:**
 - Negociaciones con proveedores para reducir los costes de adquisición, buscar productos alternativos de menor coste y lograr mejoras en los términos de pago.
 - Suspensión de la asesoría no prioritaria de terceros.
 - Reducción significativa de los costes de marketing y publicidad.
- **Arrendamientos:** La reducción temporal de arrendamientos fijos han continuado durante la primera parte del 2021 y en menor medida durante el segundo semestre del año tras el inicio de la recuperación.
- **CapEx:** La ejecución del CapEx se redujo en más de un 50% durante el año 2020 y durante el 2021 ha continuado limitado a una cifra cercana a los 36,8 millones de euros.
- **Refuerzo de la liquidez:** la Compañía ha ejecutado de manera proactiva una batería de iniciativas para reforzar la estructura de capital del Grupo durante este ejercicio:
 - En el mes de mayo se acordó una inversión de capital de 100 millones de euros por parte de Minor International (94% participación) a través de un préstamo subordinado y sin garantías, que se dispuso en el mes de mayo y se capitalizó en el mes de septiembre de 2021 mediante un proceso de ampliación de capital dirigido a todos los accionistas. Este acuerdo proporcionó liquidez inmediata y demostró el respaldo del principal accionista para la recuperación.
En la Junta de accionistas celebrada el 30 de junio, se aprobó dicha ampliación de capital. Simultáneamente a esta ampliación de capital, el Consejo puso en marcha la ampliación de capital dineraria en las mismas condiciones económicas y con derecho de suscripción preferente para los demás accionistas para evitar efectos dilusivos en las participaciones.
 - Adicionalmente durante el mes de mayo, con el objetivo de seguir optimizando el perfil de deuda, el vencimiento del préstamo ICO sindicado de 250 millones de euros se extendió de 2023 a 2026.
 - En el mes de junio, NH Hotel Group lanzó con éxito en el mercado una emisión de bonos senior garantizados por valor de 400 millones de euros y vencimiento en julio

de 2026. Los fondos obtenidos se han empleado para amortizar el bono senior por valor de 357 millones de euros y vencimiento en 2023. La nueva emisión, en la que se obtuvo una relevante sobresuscripción, tiene un cupón anual del 4%.

- Además, NH Hotel Group ha acordado la extensión de su línea de crédito sindicada revolving (RCF) por valor de 242 millones de euros, cuyo vencimiento pasará de marzo de 2023 a marzo de 2026. Conviene destacar el apoyo mostrado por las entidades financieras que participan en esta financiación, con la extensión de la dispensa de los covenants financieros durante todo el año 2022.
- El 30 de junio de 2021 se anunció la operación de *sale & leaseback* del hotel NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderón por un importe de 125,5 millones de euros con un contrato asociado de alquiler por 20 años, con la opción de ejercitar dos prórrogas adicionales para NH Hotel Group de otros 20 años cada una, hasta completar un total de 60 años. Con esta operación, la Compañía generó una plusvalía neta contable de 46,7 millones de euros.

Estos hitos alcanzados durante el 2021 refuerzan la estructura de capital y la liquidez de la Compañía mediante una sólida base financiera sin vencimientos de deuda relevantes hasta 2026, con la que afrontar la inminente recuperación del sector a partir de una mejor posición desde el punto de vista financiero y de estructura de capital. Adicionalmente, han permitido iniciar la reducción del endeudamiento bruto en el año 2021.

Feel Safe at NH



En 2021, NH Hotel Group ha seguido implementando en todos sus hoteles “**Feel Safe at NH**”, el plan de medidas avaladas por expertos (SGS) para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el coronavirus SARS-CoV-2, que NH Hotel Group diseñó e implantó en la primavera de 2020. Con el fin de preservar la seguridad de viajeros y empleados, mediante este plan NH puso en marcha distintas iniciativas y llevó a cabo la adecuación de cerca de 700 estándares operativos, rediseñando completamente el ciclo experiencial del cliente.

Durante 2021 NH Hotel Group ha ido adaptando “**Feel Safe at NH**” en función de la evolución de la pandemia. De hecho, a mediados de 2021, y dado que la situación sanitaria lo permitía, se recuperaron algunos estándares pre-pandemia como el buffet libre o la dotación en habitaciones incluyendo el minibar. Estas actuaciones permitieron incrementar el nivel de calidad y satisfacción del cliente, sin que por ello nuestros niveles de seguridad se vieran mermados. El resto de las medidas como señalización, distancia social, uso de mascarillas, control de aforos (según normativas locales), etc. se mantienen en vigor, garantizando el correcto cumplimiento de las medidas sanitarias y la seguridad y salud para nuestros clientes, empleados y *partners*.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

También este año se han implementado medidas tendentes a mejorar la calidad de aire interior instalando sistemas de purificación de aire (mediante filtros HEPA) y monitorización de niveles de CO₂ en algunos de nuestros hoteles y centros de trabajo. La evidencia científica ha demostrado que la principal vía de transmisión del virus es por aerosoles, por lo que es crítico asegurar unos adecuados niveles de ventilación y calidad del aire en nuestros edificios.

Durante 2021 ha seguido funcionando el Comité para la gestión del riesgo de la COVID-19, realizando las adaptaciones y modificaciones necesarias del Plan de Contingencia y los protocolos **“Feel Safe at NH”** en función de la evolución de la pandemia.

El Servicio de Prevención Mancomunado de NH Hotel Group ha seguido dando asesoramiento a todos los directores de hotel y personal de NH Hotel Group para la correcta implantación de las medidas sanitarias, así como se ha encargado de la gestión de todos los casos COVID registrados en empleados, clientes y partners (registro de casos, identificación de contactos estrechos, notificación a las autoridades sanitarias, establecimiento en su caso de medidas correctoras, etc.).

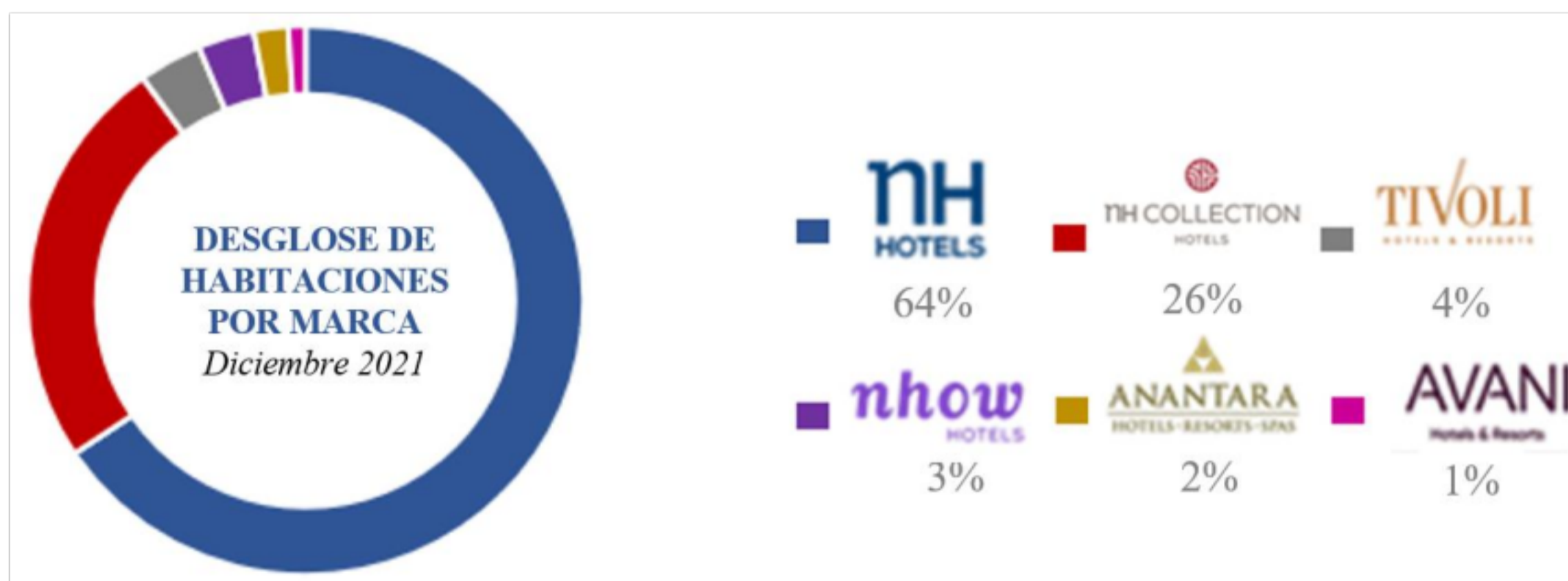
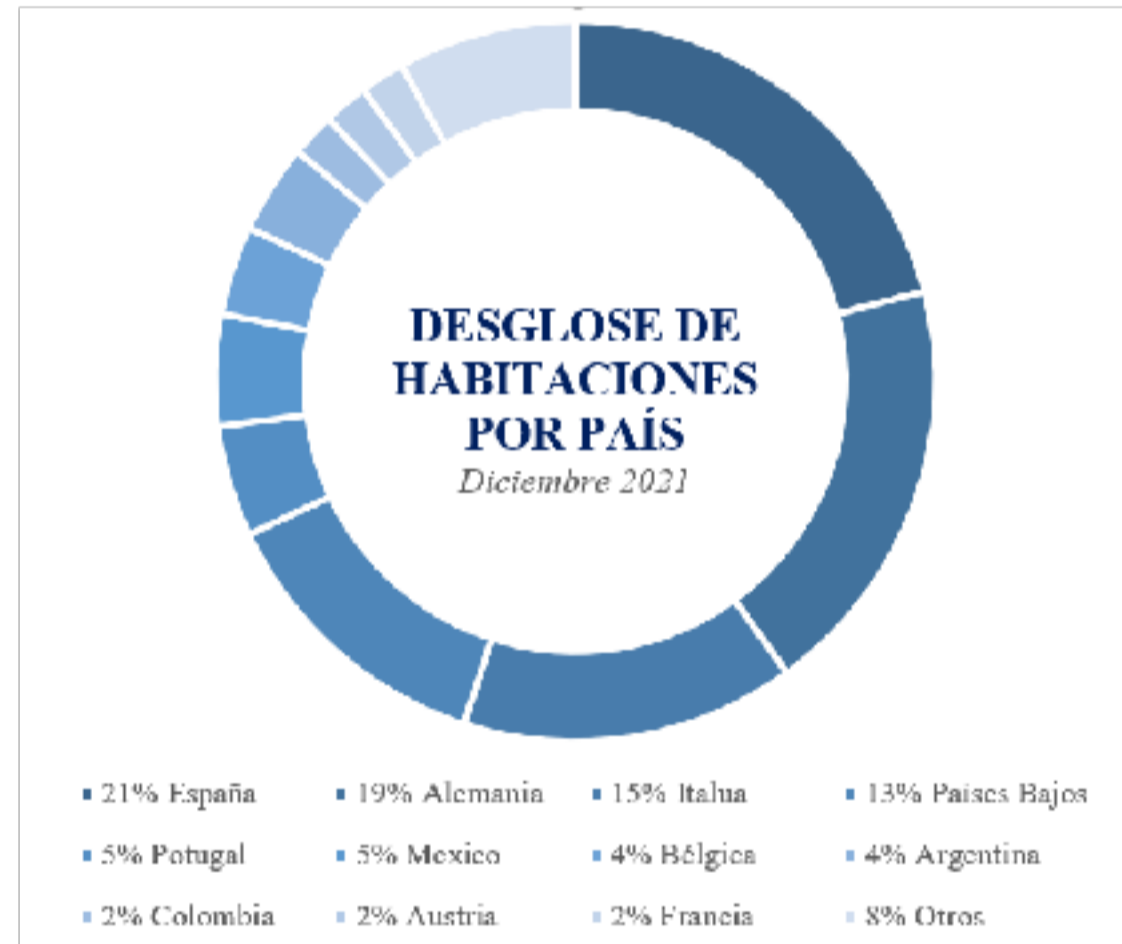
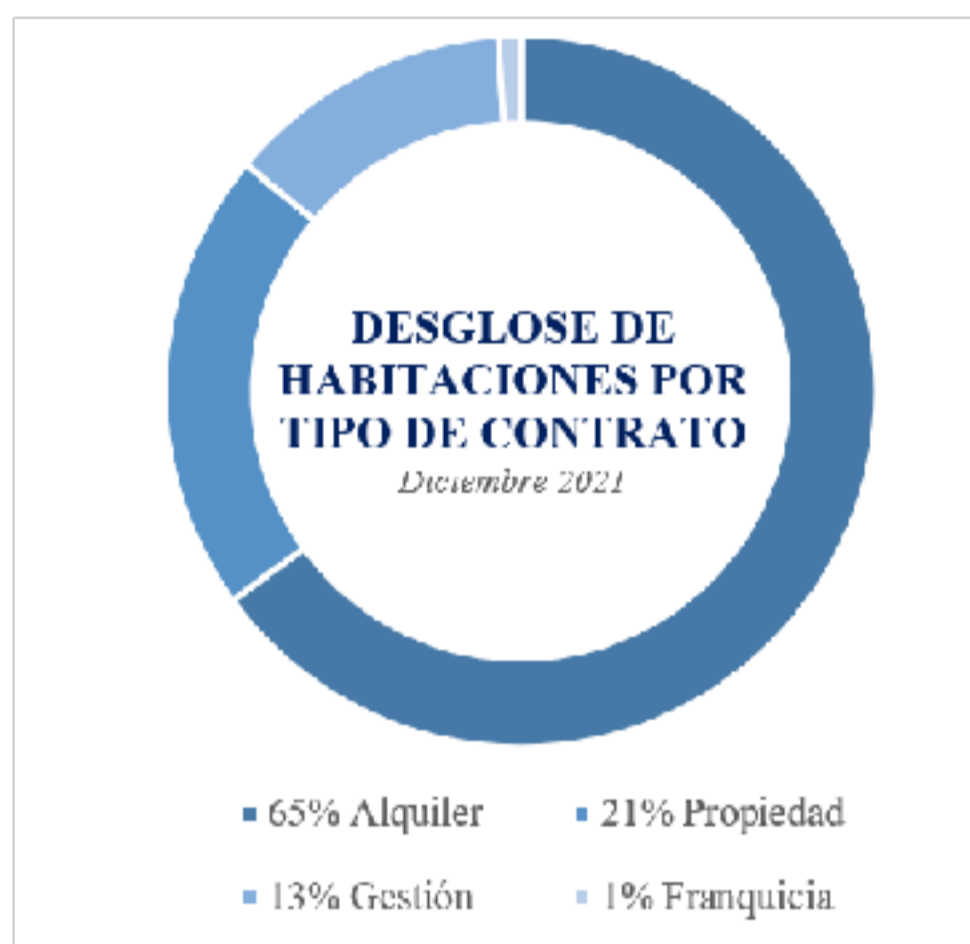
MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP

NH Hotel Group es un operador multinacional consolidado y una de las cadenas hoteleras urbanas de referencia a nivel mundial. Al cierre del ejercicio 2021, el Grupo está presente en 30 países, operando 353 hoteles y 55.063 habitaciones en tres continentes (Europa, América y África).

El modelo de negocio centralizado permite a NH Hotel Group ofrecer un servicio excelente a sus clientes en los distintos hoteles de las diferentes regiones y zonas geográficas en las que opera.

La central corporativa y oficinas regionales ofrecen a los hoteles una amplia gama de funciones como ventas, *revenue management*, reservas, *marketing*, recursos humanos, gestión financiera y desarrollo de sistemas.

Esta flexible estructura operativa y financiera ha permitido al Grupo superar los grandes desafíos del 2021, a pesar del bajo nivel de demanda. Aunque los desafíos continúan durante los primeros meses del 2022, el Grupo se beneficiará de la recuperación del reconocimiento de marca, las excelentes ubicaciones y el fuerte posicionamiento de mercado una vez se impulse la recuperación en Europa en el medio plazo.



DESGLOSE DE LA CARTERA

	TOTAL		PROPIEDAD		ALQUILER		GESTIÓN		FRANQUICIA	
	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
NH Hotel Group	353	55.063	72	11.712	227	35.970	46	6.896	6	485
BU AMÉRICA	55	7.375	21	2.844	21	2.650	12	1.881	0	0
Argentina	15	2.144	12	1.524	-	-	3	620	-	-
Brasil	1	178	-	-	1	178	-	-	-	-
Chile	5	584	4	499	-	-	1	85	-	-
Colombia	13	1.355	-	-	13	1.355	-	-	-	-
Cuba	2	251	-	-	-	-	2	251	-	-
Ecuador	1	124	-	-	1	124	-	-	-	-
Haití	1	72	-	-	-	-	1	72	-	-
México	16	2.531	4	685	6	993	5	853	-	-
Uruguay	1	136	1	136	-	-	-	-	-	-
BU NORTE DE EUROPA	126	23.830	25	4.986	94	17.412	6	1.339	1	93
Alemania	55	10.187	5	1.000	50	9.187				
Austria	7	1.340			7	1.340				
Bélgica	13	2.271	7	1.068	6	1.203				
Dinamarca	1	394			1	394				
Eslovaquia	1	117					1	117		
Holanda	34	7.223	12	2.770	21	4.002	1	451		
Hungría	3	483			3	483				
Irlanda	1	187			1	187				
Luxemburgo	1	148	1	148						
Polonia	1	93							1	93
Reino Unido	2	311			1	121	1	190		
República Checa	4	733			1	152	3	581		
Rumanía	1	83			1	83				
Suiza	2	260			2	260				
BU SUR DE EUROPA	172	23.858	26	3.882	112	15.908	28	3.676	5	392
Andorra	1	60					1	60		
España	92	11.371	12	1.722	64	8.376	10	881	5	392
Estados Unidos	1	288	1	288						
Francia	5	871			4	721	1	150		
Italia	56	8.422	13	1.872	39	5.957	4	593		
Portugal	16	2.753			5	854	11	1.899		
Túnez	1	93					1	93		
TOTAL EUROPA	298	47.688	51	8.868	206	33.320	34	5.015	6	485

Datos cerrados a 31 de diciembre de 2021.

PRINCIPALES MAGNITUDES

Contexto económico global y turístico

Durante 2021, como consecuencia del inicio de la recuperación tras la crisis económica generada por la pandemia del COVID-19 la economía mundial creció un +5,9% comparado con un descenso del año anterior del -3,1%².

El crecimiento del PIB en 2021 estuvo en línea con las expectativas reflejando la continua adaptación de la actividad económica a la pandemia y las restricciones asociadas, así como al continuo apoyo de las instituciones en muchos países.

² Datos y estimaciones del FMI "World Economic Outlook" enero 2022.

Aunque la recuperación continúa, se debilitó puntualmente a lo largo del año, lastrada por el aumento de infecciones provenientes de nuevas variantes y por interrupciones en las cadenas de suministro. A finales de año y como consecuencia de la variante ómicron, muchos países volvieron a establecer confinamientos parciales impactando en la recuperación de la economía global.

Los cuatro países que aglutinan la mayor proporción de ventas y resultados del Grupo presentan tasas de crecimiento en el 2021: España (+4,9% en 2021 vs. -10,8% en 2020), Países Bajos (+4,5% en 2021 vs. -3,8% en 2020), Alemania (+2,7% en 2021 vs. -4,6% en 2020) e Italia (+6,2% en 2021 vs. -8,9% en 2020). Por otro lado, el crecimiento en Latinoamérica se espera que sea del +6,8% en 2021 vs. -6,9% en 2020, ya que todas las economías en su conjunto han continuado sufriendo las consecuencias generadas por el COVID-19.

Para la economía mundial, el año 2022 arranca con algo de incertidumbre en el corto plazo. A medida que avanza la nueva variante ómicron del virus COVID-19, los países han vuelto a instituir restricciones a la movilidad. A raíz del encarecimiento de la energía y de los trastornos en el suministro, la inflación es más alta y más generalizada de lo previsto. Además, la lentitud imprevista de la recuperación del consumo privado ha limitado las perspectivas de crecimiento.

De esta manera, la estimación para el crecimiento de la actividad económica mundial en el 2022 es de un +4,4% (+5,9% en 2021 vs. -3,1% en 2020). Más concretamente, en la zona Euro se prevé un crecimiento del +3,9% en 2022 (+5,2% en 2021 vs. -6,4% en 2020).

El turismo mundial experimentó un incremento del 4% en 2021, en comparación con 2020. Sin embargo, las llegadas de turistas internacionales se mantuvieron un 72% por debajo de las de 2019, según las estimaciones preliminares de la OMT. Son cifras que siguen a las de 2020, el peor año en los anales del turismo.

El ritmo de la recuperación sigue siendo lento y desigual en las distintas regiones del mundo, debido a los diferentes grados de las restricciones a la movilidad, las tasas de vacunación y la confianza de los viajeros. Europa y las Américas registraron una mejoría relevante en 2021 en comparación con 2020 (+19% y +17% respectivamente), pero ambos siguen estando un 63% por debajo de los niveles prepandémicos. Por subregiones, la Europa Mediterránea Meridional (+57%) y Europa Central y Oriental (+18%), América Central (+54%) y América del Norte (+17%) también superaron los niveles de 2020.

La primera publicación del Barómetro de la OMT del Turismo Mundial en el 2022, indica que el aumento de la tasa de vacunación, combinado con la disminución de las restricciones de viaje debido a una mayor coordinación transfronteriza y a nuevos protocolos, han ayudado a liberar la demanda reprimida. El turismo internacional repuntó moderadamente en la segunda mitad de 2021, siendo las llegadas durante el semestre un 62% inferiores a las anteriores a la pandemia.

El reciente aumento de los casos de COVID-19 y la variante ómicron van a perturbar la recuperación y afectar a la confianza hasta principios de 2022, ya que algunos países vuelven a introducir prohibiciones y restricciones de viaje para determinados mercados. Al mismo tiempo, el despliegue de la vacunación sigue siendo desigual. Un entorno económico difícil podría ejercer

una presión adicional sobre la recuperación efectiva del turismo internacional, con la subida de los precios del petróleo, el aumento de la inflación, la posible subida de los tipos de interés, los elevados volúmenes de deuda y la continua interrupción de las cadenas de suministro. Sin embargo, la recuperación del turismo que se está produciendo en muchos mercados, sobre todo en Europa y las Américas, junto con el despliegue generalizado de la vacunación y un importante levantamiento coordinado de las restricciones a los viajes, podría contribuir a restablecer la confianza de los consumidores y acelerar la recuperación del turismo internacional en 2022.

Mientras el turismo internacional se recupera, el turismo interno sigue impulsando la recuperación del sector en un número cada vez mayor de destinos, en particular los que tienen grandes mercados internos. Según los expertos, el turismo doméstico y los viajes cerca de casa seguirán configurando el turismo en 2022.

Evolución de resultados

La cifra de ingresos en el ejercicio 2021 alcanzó los 746,5 millones de euros, mostrando un incremento del 39,2% (+210,3 millones de euros). El Beneficio del ejercicio atribuible a la Sociedad Dominante alcanzó los -133,7 millones de euros frente a -437,2 millones de euros en 2020. Dicho incremento se explica por el incremento en la actividad posterior al impacto de COVID-19 durante el ejercicio 2021.

Respecto a la situación de endeudamiento bruto en este ejercicio disminuyó desde los 998,1 millones de euros en diciembre 2020 a 813,1 millones de euros en diciembre 2021. Referente a la situación de tesorería y otros activos líquidos, a 31 de diciembre de 2021 asciende a 243,9 millones de euros (320,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2020). Adicionalmente dicha liquidez se complementa con la línea de crédito sindicada por importe de 242,0 millones de euros (dispuesta en su totalidad a cierre del ejercicio 2020) y unas líneas de crédito a cierre de ejercicio 2021 por importe de 25,0 millones de euros, frente a 25,0 millones de euros a 31 de diciembre de 2020.

HITOS 2021

ENERO

- **Bloomberg Gender & Equality Index**
En enero de 2021 NH Hotel Group ha sido incluida por segundo año consecutivo en el índice Bloomberg de igualdad de género 2021, siendo la única hotelera española de entre las 325 empresas incluidas en el índice.
- **Reconocimiento en el ranking MERCO de Responsabilidad y Gobierno Corporativo**
NH Hotel Group se mantiene en el segundo lugar de la industria hotelera en el ranking MERCO de Responsabilidad y la Gobierno Corporativo.

MARZO

- **Booking.Com Traveler review Awards 2021**
NH Hotel Group ha obtenido una puntuación de 8.4 en el ranking global. En este último año, con tantas restricciones y oportunidades limitadas para viajar, este premio reconoce los esfuerzos que nuestros hoteles han hecho para ofrecer una extraordinaria hospitalidad, ayudando a nuestros clientes a sacar el máximo provecho de sus viajes y a disfrutar de la Experiencia NH.

ABRIL

- **Fidelización Global Hotel Alliance (GHA):**
En abril de 2021 NH Hotel Group ha anunciado su adhesión a Global Hotel Alliance (GHA), operador del galardonado programa de fidelización de hoteles multimarca Discovery. Como parte del acuerdo, NH Rewards se fusionará con el programa Discovery de GHA a mediados de 2022, convirtiéndose así en uno de los diez programas de fidelización más grandes del sector hotelero.
- **Apertura del 1^{er} hotel NH en Hannover:**
El lunes 12 de abril la compañía inaugura su primer hotel NH en Hannover, situado en el centro de la ciudad, con todas las atracciones clave para los visitantes fácilmente accesibles a pie. También está situado cerca del tradicional Klagesmarkt, un mercado semanal con comerciantes locales que venden productos frescos, especialidades locales y artesanía.

MAYO

- **SMART Tablets en la recepción:**
Con el fin de continuar a la vanguardia de la innovación y ofrecer los mejores servicios a sus clientes, NH Hotel Group presenta *Smart Tablet in Reception*, una nueva propuesta que reduce elementos físicos de contacto y tiempos de permanencia en la recepción de los hoteles, mejorando así la experiencia del cliente al digitalizar todas las fases de los procesos durante el check-in y check-out.
- **NH Hotel Group se une a 'TOO GOOD TO GO' para combatir el desperdicio de alimentos en España:**

NH Hotel Group afianza su alianza con la app Too Good To Go para combatir el desperdicio de alimentos en sus hoteles en España. De esta manera, la hotelera sigue demostrando su compromiso por la sostenibilidad con la puesta en marcha de prácticas que contribuyen en este caso al aprovechamiento de la comida, la reducción de residuos y la conservación del medioambiente.

JUNIO

- **NH+ Business Program:**

NH+ Business Program se suma a las innovadoras propuestas dirigidas a empresas y viajeros profesionales que ofrece NH Hotel Group con el objetivo de adaptarse a sus necesidades de negocio y potenciar los viajes de empresa.

- **Lanzamiento de la marca NH Hotels en Oriente Medio:**

NH Hotels, la marca de hoteles urbanos para ocio y negocio de NH Hotel Group, se estrena en la región de Oriente Medio con la apertura del hotel NH Dubai The Palm. La propiedad de nueva construcción con 533 habitaciones, que se encuentra actualmente en las etapas finales de desarrollo, abrirá sus puertas en diciembre y será gestionada por Minor International.

- **Apertura del nuevo NH Collection Madison Avenue:**

¡NH vuelve a la Gran Manzana! Nos enorgullece anunciar que nuestra marca NH Collection ya forma parte de la ciudad de Nueva York. Este hotel completamente renovado en Madison Avenue cuenta con 288 habitaciones, algunas de las cuales ofrecen grandes vistas del Empire State Building.

JULIO

- **Nuevo nhow Brussels Bloom:**

La marca nhow se expande con el lanzamiento de su 7º hotel; una experiencia hotelera poco convencional con una expresión artística diferente en cada planta, incluida una diseñada por la artista londinense Jessica Thacker.

- **NH Hotels entra en el Top 20 de las marcas hoteleras más valiosas del mundo en el ranking de Brand Finance**

Brand Finance evalúa la fuerza relativa de las marcas, basándose en factores como la inversión en marketing, la percepción de los clientes, la satisfacción de los empleados y la reputación corporativa. En el ranking de fortaleza publicado este año, NH Hoteles sube un puesto, pasando al cuarto puesto.

AGOSTO

- **Apertura del Hotel NH Collection Murano Villa**

De monasterio en el siglo XVI a fábrica de cristal y ahora un extraordinario hotel NH Collection... realidades diferentes, que comparten el mismo factor común: la gente.

SEPTIEMBRE

- **NH Hotel Group abre su primer hotel de 5 estrellas en Copenhague**

El pasado 1 de septiembre, NH Collection Copenhagen abrió oficialmente sus puertas. Este hotel de cinco estrellas, situado junto a las aguas del animado Christianshavn, es

clave para la Compañía, ya que es el primer hotel de NH Hotel Group en Dinamarca. El NH Collection Copenhague tiene un alto nivel de sostenibilidad: tejado de sedum verde, uso de agua de mar para refrigerar el edificio, control inteligente de la luz y el clima interior y elección de materiales sostenibles.

OCTUBRE

- **NH Hotel Group se alía con Bioscore para calificar el nivel de sostenibilidad de sus hoteles:**

NH Hotel Group y Bioscore firman una alianza global para calificar la sostenibilidad de sus más de 350 hoteles en todo el mundo. Gracias a este acuerdo, NH da un paso más en su compromiso con la sostenibilidad, valor estratégico de la Compañía. Gracias a la tecnología de Bioscore, los alojamientos NH podrán conocer su nivel de sostenibilidad y hacerlo visible al usuario final. Los hoteles de NH Hotel Group podrán incorporar sus calificaciones Bioscore en sus canales de venta, destacando así su compromiso sostenible y diferenciándose de cara a clientes y usuarios que utilicen el sello Bioscore como nuevo criterio de búsqueda y reserva de alojamiento.

- **NH Hotel Group lanza NHPRO.com:**

En su esfuerzo por ayudar a los profesionales y ofrecer soluciones ágiles, flexibles y eficientes, NH Hotel Group lanza NHPRO, una plataforma online exclusiva que permite centralizar todas las gestiones en un solo lugar ofreciendo mayores facilidades a agencias, empresas y organizadores de eventos.

Se trata de un espacio digital único y exclusivo que ofrece la posibilidad de disponer de soluciones personalizadas a la hora de realizar cualquier gestión, con el objetivo de poder simplificar y facilitar las tareas administrativas de los profesionales, dotarles de nuevas funcionalidades para desarrollar su negocio, y brindarles toda la experiencia de más de 40 años de la Compañía en la organización de viajes de negocio y planificación de eventos MICE.

- **Dabiz Muñoz llega a Barcelona con la apertura de GoXO en NH Collection Constanza**

Bajo el concepto de ‘Goxismo ilustrado’, Dabiz Muñoz GoXO Barcelona es alta cocina casera que nació para comer en casa y que ahora también se puede disfrutar fuera del domicilio.

Este espacio, abierto desde el 6 de octubre en el hotel NH Collection Constanza, cuenta con sala interior y terraza, pero siendo fruto de la transgresora forma de entender la gastronomía de Dabiz, no podía ser un restaurante al uso.

NOVIEMBRE:

- **NH Hotel Group, una de las cadenas hoteleras más sostenibles del mundo**

NH Hotel Group ha sido reconocida por S&P Global, el prestigioso especialista en calificación de inversiones en sostenibilidad, dentro del TOP 3 de las empresas más sostenibles del mundo dentro de su sector. Este reconocimiento es un testimonio de nuestro liderazgo en sostenibilidad en la industria y confirma la ambición compartida con Minor International, miembro del Índice de Sostenibilidad Dow Jones, que hace un seguimiento del desempeño económico, social y ambiental de las principales empresas de sostenibilidad en todo el mundo.

- **Marco de sostenibilidad inclusiva accesible a todos los hoteles del mundo**
NH Hotel Group junto con otras hoteleras líderes, ha lanzado una iniciativa para establecer una definición común de sostenibilidad hotelera para dar impulso a los viajes y el turismo responsables.

DICIEMBRE:

- **Lanzamiento de los nuevos *amenities*:**
NH Hotel Group se compromete firmemente con la sostenibilidad y trabaja para minimizar su impacto en el medio ambiente, con el objetivo de liderar la industria en materia de excelencia sostenible. Los nuevos *amenities* no sólo cumplen con la normativa europea, sino que van un paso más allá y se adaptan a las tendencias del mercado y de los consumidores ofreciendo un producto respetuoso con el medio ambiente, con la etiqueta EU Ecolabel.

NUESTRA VISIÓN Y CULTURA

Nuestra visión

Un día, cuando alguien planifique un viaje o una reunión en una ciudad, por negocio o por ocio, siempre se preguntará: “¿hay un NH en mi destino?”.

NH Hotel Group tiene su foco puesto en el cliente; éste es el centro de todas las decisiones. Este enfoque permite evolucionar hacia una visión orientada en la cultura del servicio, cuidando los detalles en todo momento y unos valores corporativos que fomentan la sostenibilidad, innovación y la responsabilidad, fundamentados en las personas.

NH Hotel Group quiere ser el destino elegido por el consumidor, ofreciéndole experiencias memorables que van más allá de sus expectativas y haciéndole sentir especial. Esta visión, compartida por todas las personas que forman parte de la Compañía, actúa como guía de desempeño y compromiso, y al mismo tiempo, persigue convertir a NH Hotel Group en la mejor opción para inversores y propietarios que quieran crecer junto al Grupo, con una propuesta global y flexible, con equipos motivados y orgullosos, con eficientes herramientas de gestión y soluciones únicas.

Para maximizar el retorno al accionista que ha depositado su confianza en NH Hotel Group, la Compañía ofrece a sus inversores las mejores oportunidades de gestión como operador de primer nivel tanto en el segmento urbano como en el de negocios.

Nuestra cultura

La cultura de NH Hotel Group, inspirada en la visión y en una clara vocación de servicio al cliente, es lo que ha diferenciado al Grupo desde sus inicios en el sector.

La alineación de la cultura de la Compañía con la estrategia es clave para un crecimiento sostenible. Esta cultura ha permitido una evolución de un modelo de gestión a uno de liderazgo que incorpora las creencias que guían el día a día de todos los empleados, y que son:

- 1. Estamos obsesionados con ofrecer al cliente experiencias memorables**
- 2. Estamos orgullosos de servir a los demás**
- 3. Tenemos la ambición de liderar el sector, aunque no seamos los más grandes**
- 4. Somos responsables de nuestros resultados**
- 5. Cuidamos de nuestros empleados, nuestros empleados cuidan de nuestros clientes**
- 6. Somos activos en las comunidades donde vivimos**
- 7. Tenemos una mentalidad joven**
- 8. Disfrutamos con lo que hacemos... y todo lo hacemos con una sonrisa**

Como reflejo de nuestros valores de Compañía...

NH COLLECTION MADRID PALACIO DE ARANJUEZ

El equipo del NH Collection Madrid Palacio de Aranjuez descubrió que una joven huésped era una gran coleccionista de tarjetas magnéticas de hotel. Consiguieron encontrar la tarjeta que le faltaba y la colocaron en su habitación con un cuento que narraba la historia del viaje del pato por Aranjuez.

La madre, agradecida, les envió una carta en la que les agradeció su amabilidad y empatía con su pequeña. ¡Gracias equipo por hacer visible lo invisible!

ESTRATEGIA DE NH HOTEL GROUP

La COVID-19 ha provocado un drástico descenso de la demanda vinculado a las medidas de restricción de la movilidad, lo que ha supuesto un foco en la eficiencia.

A pesar del positivo efecto de la vacunación para la recuperación de la actividad hotelera, existe un grado de incertidumbre respecto a las restricciones a la movilidad a nivel internacional. El levantamiento y armonización de las restricciones a la movilidad internacional más allá de la Unión Europea es un factor clave para la recuperación del sector hotelero. La recuperación económica en Europa será clave para recuperar los niveles de empleo y consumo anteriores a la crisis sanitaria. El encarecimiento de los suministros y costes operativos, entre los que destacan los costes de personal, los costes de la energía y todos los costes vinculados a IPC, pueden jugar un papel importante en la rentabilidad de las empresas hoteleras.

El tamaño será un factor decisivo en la recuperación ya que las economías de escala permiten una mayor eficiencia en la gestión operativa. La fragmentación del sector hotelero en Europa sigue siendo alta y por tanto surgirán oportunidades para que la concentración del sector se acelere hacia modelos de negocio y de gestión más eficientes y sostenibles con mayores economías de escala.

Minor Hotels y NH Hotel Group han integrado sus marcas comerciales bajo un mismo paraguas corporativo presente en más de 50 países de todo el mundo. De esta forma, se ordena así un portfolio de más de 500 hoteles bajo ocho marcas: Anantara, Avani, Elewana, Oaks, NH Hotels, NH Collection, nhow y Tivoli, que completa un amplio y diverso espectro de propuestas hoteleras conectadas a las necesidades y deseos de los viajeros globales. Ambos grupos comparten actualmente su base de conocimiento y experiencia en el sector con el fin de materializar oportunidades a corto plazo, aprovechando la complementariedad de sus carteras de hoteles definiendo una estrategia comercial global, la implementación de economías de escala con una base de clientes más amplia, explorar vías de desarrollo para todas sus marcas en distintas geografías y acceso a una base de talento compartido. Con la entrada de Minor International en el capital a finales del 2018 se abrió una nueva etapa de oportunidades mediante la creación de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes.

Durante 2022, una vez la Compañía cuente con mayor visibilidad de la recuperación de la demanda, se abordará un proceso de planificación estratégica a largo plazo. El excelente desempeño de la Compañía en los últimos años (pre-covid) ha sido el resultado de un proceso de profunda transformación del Grupo.

En la primera fase de esa transformación, que se inició en 2014, el plan estratégico se centró en la segmentación de marcas, la optimización del portfolio, fuertes inversiones en reposicionamiento y sistemas, y una renovada estrategia de precios. Lo que llevó a NH Hotel Group a una segunda fase, con inicio en 2017, basada en las fortalezas de la Compañía e impulsando las palancas clave en la creación de valor en el negocio.

Este Plan marcaba como prioridades, impulsar los ingresos de la Compañía, incrementar su eficiencia, al tiempo que aprovechar sus fortalezas para nuevas oportunidades de reposicionamiento y la expansión orgánica como vía de crecimiento adicional.

Los hábitos en el comportamiento de los viajeros de negocios se pueden ver afectados en el corto y medio plazo, lo que implica un menor número de desplazamientos por motivos de trabajo ante la gradual adopción de soluciones digitales y fórmulas híbridas que están condicionando la evolución de algunos segmentos determinados del turismo de negocios.

Durante la primera parte del 2021 y con el fin de adaptarnos a las nuevas tendencias de los viajeros de negocios se lanzaron una serie de iniciativas:

- Extended Stay, con descuentos de hasta un 35% en estancias superiores a 7 días para trabajar fuera de casa durante un período prolongado.
- Smart Spaces, una nueva propuesta B2B con espacios exclusivos para trabajar y organizar pequeñas reuniones de negocios aprovechando todos los beneficios de nuestros hoteles.
- Hybrid Meetings, para potenciar el valor de los eventos llegando a una mayor audiencia desde diferentes destinos combinando asistentes presenciales y virtuales.
- NH+, un nuevo enfoque del segmento corporativo hacia Pymes que son las primeras en retomar su actividad.

La digitalización será clave en la evolución del sector. A través de la tecnología y la digitalización se mejora la experiencia de los clientes y se incrementa la eficiencia. El componente digital será clave para dar respuesta a las necesidades de seguridad y experiencia de los viajeros. La tecnología debe ser un facilitador que complemente la labor de nuestros empleados, liberándoles de tareas administrativas para que puedan ofrecer una atención más personalizada a los clientes.

Cabe destacar que NH Hotel Group continúa a la vanguardia de la innovación. La transformación digital del Grupo ha permitido dotar de eficiencia a los procesos y sistemas, incrementar la capacidad de diferenciación respecto a la competencia, y continuar mejorando procesos básicos de la Compañía. Así, uno de los grandes logros ha sido el de centralizar en un único sistema integrado todas sus propiedades y funciones. Esto permite a NH Hotel Group disponer de una plataforma digital 100% integrada: NH Digital Core Platform. Una solución tecnológica pionera en el sector que ha permitido integrar los sistemas de todos los hoteles del Grupo, y que se ha convertido en la base para que NH Hotel Group pueda ampliar su conocimiento del cliente, maximizar su eficiencia e innovar a gran escala en todas sus áreas de valor.

Por primera vez las empresas hoteleras han experimentado dificultades para encontrar trabajadores, lo que sugiere que el sector tiene que volver a atraer talento mediante atractivos planes de carrera profesional que impulsen la formación y la flexibilidad laboral.

PRINCIPALES INICICATIVAS ESTRATÉGICAS EN 2021

1. NH HOTEL GROUP CONSOLIDADA SU COMPROMISO ESTRATÉGICO CON EL SEGMENTO DEL LUJO

Para crecer en este segmento superior de marca, nos apalancaremos en la marca Anantara (6 hoteles operativos y uno con apertura prevista en el 2022) y NH Collection (89 hoteles operativos y 6 aperturas previstas) buscando oportunidades de crecimiento a través de alianzas estratégicas con los nuevos inversores hoteleros que están aprovechando la situación de debilidad financiera

de pequeñas cadenas hoteleras. La incorporación de la compañía Bóscolo, compañía de lujo italiana, ha permitido adelantar este objetivo durante el 2020 y 2021 y servir como palanca para seguir creciendo en este segmento.

La crisis está obligando a vender a muchas pequeñas compañías, que van a ser absorbidas por fondos, que a la vez buscan gestores de confianza, a los que ya conocen y de los que saben que son especialistas en determinadas tipologías de hoteles, y ahí NH va a tener una oportunidad importante en el futuro.

2. EVOLUCIÓN DEL MODELO ORGANIZATIVO

Los planes de eficiencia acometidos como consecuencia de las excepcionales circunstancias ocurridas tras el inicio de la pandemia global, serán preservados para continuar asegurando las rentabilidades del negocio y su sostenibilidad, minimizando costes y preservando la liquidez. Siempre bajo la premisa de las máximas garantías en materia de salud y seguridad.

NH Hotel Group y su talento, se transforman poniendo el foco en el negocio y en la prestación de servicio, logrando así una mayor eficiencia y rentabilidad.

3. PLAN DE EXPANSIÓN Y OPTIMIZACIÓN DEL PORTFOLIO

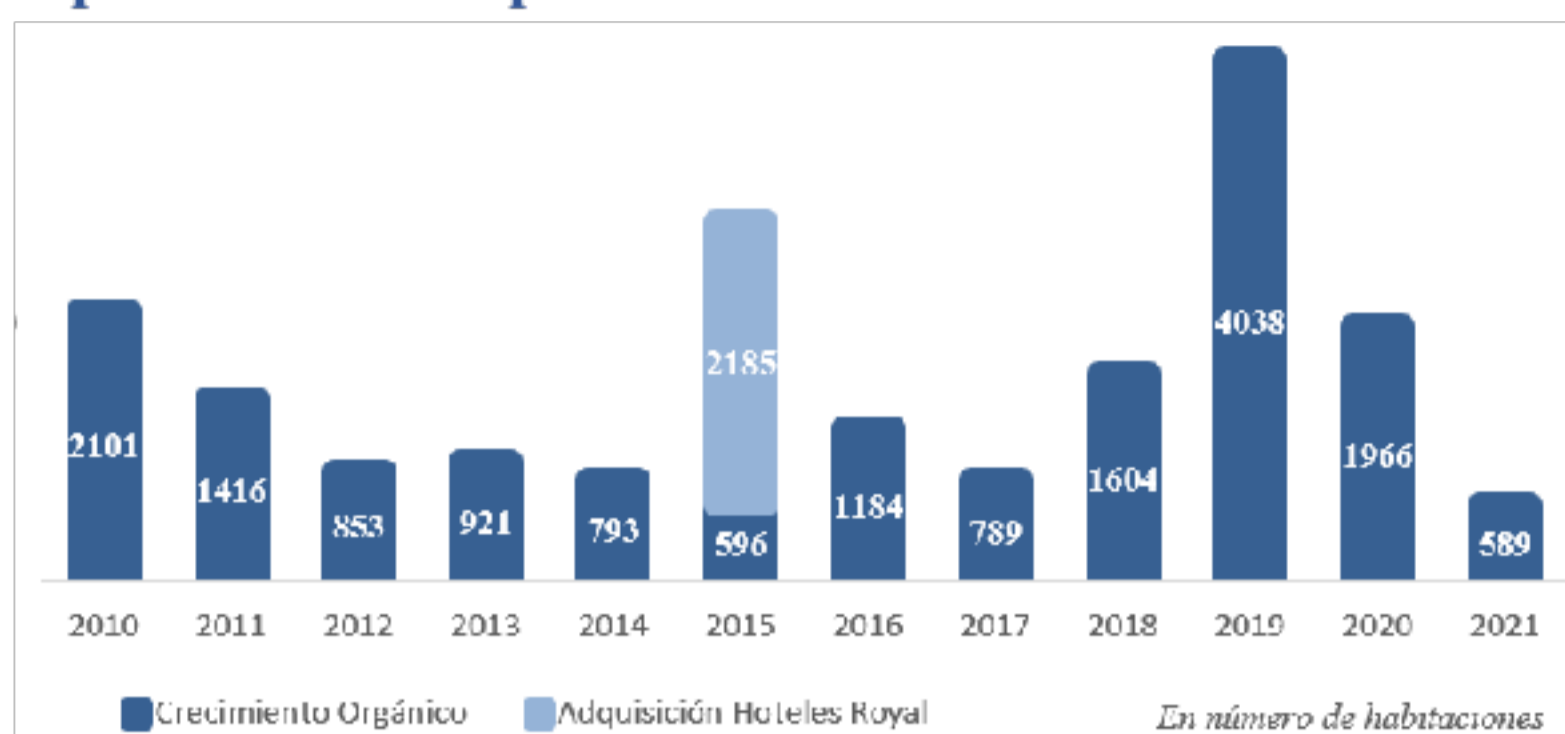
NH Hotel Group pone en valor su posición de fortaleza financiera, algo que le hace afrontar la recuperación en el 2022 con optimismo. Nuestra ambición como Grupo es seguir creciendo, así como reforzar aún más nuestra posición en los destinos turísticos y el liderazgo en el sector urbano.

Durante este ejercicio, NH Hotel Group ha abierto tres nuevos hoteles, en Murano, Hannover y Copenhague, este último permitiendo a la Compañía entrar por primera vez en Dinamarca, con un total de 589 habitaciones.

Hoteles abiertos desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2021

HOTEL	País	Ciudad	Categoría	Habitaciones
NH Collection Copenhague	Dinamarca	Copenhague	*****	394
NH Collection Murano Villa	Italia	Murano	****	104
NH Hannover	Alemania	Hannover	****	91
Total habitaciones				589

Evolución de aperturas e incorporaciones



De cara al 2022, las aperturas previstas por la Compañía impulsarán la presencia de sus marcas en Europa, Asia y Latinoamérica y reforzarán su posición en el segmento del lujo. Las diez propiedades actualmente confirmadas pertenecen a las marcas NH Collection (3), nhow (1) y NH Hotels (6) y refuerzan la oferta de la Compañía en Italia, Alemania, Colombia, Argentina, China, Emiratos Árabes Unidos, Catar y Chile.

4. COMMERCIAL EVOLUTION MODEL: BOOSTING BUSINESS ∞

La estrategia comercial, basada en la filosofía *Customer Centric*, se fundamenta en la experiencia, la especialización y la cercanía que se ha generado con los clientes a través de los años, para ofrecer un servicio de la más alta calidad. Con ella logrará mejorar la capacidad de evaluación del coste de oportunidad real en cada momento, impactando en la estrategia global de la Compañía y en la aceleración de su crecimiento.

Desde 2018 se han liderado proyectos para la optimización y desarrollo comercial de la Compañía a través de la digitalización de procesos y nuevos enfoques de negocio como la adquisición y fidelización de clientes B2B que han representado un nuevo canal de demanda importante. En esta línea, NH Hotel Group continua con su proyecto de transformación digital en el área B2B, con el objetivo de aumentar la rentabilidad y generar demanda adicional.

Boosting Business es una oportunidad para acelerar la capacidad de negocio de la Compañía que guiará la evolución para la adaptación tanto hacia los clientes del futuro como los del presente. Se centra en crear nuevas herramientas digitales, impulsar el crecimiento y fortalecer la conexión con los clientes. Adaptando el servicio a la era digital para crear nuevos procesos, formas de trabajar e identificar oportunidades de desarrollo, permitirá mejorar la eficiencia y ofrecer una experiencia mucho más personalizada y de calidad acorde a las nuevas necesidades de los clientes.

“Para NH Hotel Group, estar en el lugar y en el momento adecuado es clave”

La creación de un modelo óptimo, que permita el desarrollo de sinergias (cross-selling) con Minor Hotels para promover planes de acción más transversales, adaptados a cada mercado, impulsa el crecimiento de NH Hotel Group tanto en nuevas geografías como en las tradicionales, aumentando la demanda y reduciendo la estacionalidad.

Así, la cohesión entre la cultura de servicio que caracteriza a NH Hotel Group y el paso hacia la digitalización aumenta la capacidad de identificar nuevas oportunidades e impulsa el crecimiento como profesionales, como líderes y como organización.

Desde el inicio de la pandemia, hemos analizado los distintos escenarios de restricciones gubernamentales y/o locales en los distintos países en los que NH Hotel Group opera, monitorizando cuál ha sido su evolución y adaptándonos en cada momento al timelines o fases de las limitaciones.

Nuestro principal objetivo en todo momento ha sido mantener la flexibilidad tanto en reservas individuales como las de grupos, adaptándonos a las circunstancias de fuerza mayor en cada país.

5. PLAN DE TRANSFORMACIÓN

Durante 2021, aun siendo un año de una gran incertidumbre, NH Hotel Group continúa apostando por la innovación, manteniendo el Proyecto de Transformación de la Compañía como una iniciativa del Plan Estratégico para dotar de eficiencia a los procesos y sistemas, incrementando la capacidad de diferenciación respecto a la competencia, la percepción del cliente y continuar mejorando procesos básicos de la Compañía para alinear equipos, procesos y sistemas.

La Transformación Digital de la Compañía tiene como base la “NH Digital Core Platform”. Una solución tecnológica pionera en el sector que ha permitido integrar los sistemas de todos los hoteles del Grupo, y que se ha convertido en la base para que NH Hotel Group pueda ampliar su conocimiento del cliente, maximizar su eficiencia e innovar a gran escala en todas sus áreas de valor.

Sobre esta base tecnológica en 2021 y pese a la incertidumbre y limitaciones que se han sufrido, se han seguido desarrollando procesos y funcionalidades que han incrementado la seguridad de nuestros empleados y clientes. Se ha garantizado también la respuesta de nuestra base tecnológica permitiendo el acceso y rendimiento de nuestros sistemas tanto en la modalidad de trabajo en remoto como en la presencial.

Los aspectos más importantes que podemos destacar en 2021 son:

- Un modelo de datos integrado que genera una total flexibilidad para obtener la información necesaria para tomar decisiones, como, por ejemplo, la conveniencia de abrir o cerrar hoteles o la demanda real de todas nuestras propiedades.
- La mejora de la experiencia de cliente y empleados en un entorno global como el actual, ya que nos permite la explotación de datos operativos y el desarrollo e integración de nuevas herramientas de forma muy ágil.

En NH Hotel Group se considera la digitalización como una herramienta clave para ofrecer una experiencia extraordinaria, pero siempre como acompañamiento al trabajo de los empleados que, orgullosos de servir, son los que realmente marcan la diferencia. Ellos son el alma de la Compañía y la digitalización un facilitador; y el hecho de que vayan de la mano, es lo que garantiza el éxito de nuestro modelo de negocio.

Proyectos destacados en 2021

1. Mobile Guest Service

La digitalización de la información y servicios del hotel en una Progressive Web App (PWA) accesible desde cualquier dispositivo del cliente (móvil, Tablet, PC) ofreciendo a los clientes la posibilidad de tener toda la información del hotel a su alcance: desde información de las instalaciones del hotel y horarios, hasta la posibilidad de pedir room service o reservar mesa en el restaurante, solicitar amenities extra, etc. Una iniciativa que además de respaldar el plan Feel Safe at NH, eliminando interacciones y garantizando la información de manera segura durante la estancia, genera beneficios en cuanto a sostenibilidad al estar todos los datos digitalizados.

En 2021 se ha completado la implementación de la solución de todos los hoteles de la compañía y se ha comenzado a analizar la integración de alguno de los procesos con nuestro Sistema de Gestión Hotelera de cara a mejorar la experiencia de nuestros huéspedes y la eficiencia interna.

2. Housekeeping Mobility App

NH Hotel Group ha continuado implementando y mejorando una aplicación para “Housekeeping” que permite optimizar la gestión del departamento, así como el proceso de check-in. Así, en cuanto una habitación está limpia y preparada, el personal de limpieza del hotel, a través de la aplicación, puede confirmarlo en tiempo real. Esto supone una optimización del proceso de Check-in, ya que el cliente puede acceder a la habitación antes, con la consiguiente mejora en su experiencia. Adicionalmente también supone una mejora para que los empleados pueden gestionar la limpieza de habitaciones de una manera óptima y más segura; sin olvidar la reducción del uso de papel con el consiguiente impacto ambiental positivo. En 2021, además de implementar diferentes mejoras en la aplicación orientadas a mejorar la comunicación en tiempo real entre los equipos de limpieza y la recepción, se ha incrementado el ritmo de implantación de la solución llegando a los 64 hoteles.

3. Tablets en la recepción

NH Hotel Group ha lanzado un piloto en varios hoteles para incluir terminales en las recepciones, promoviendo un nuevo proceso de check-in y check-out acompañado por una tablet que permite al cliente revisar su factura o incluso firmar consentimientos sin necesidad de papel. Un proceso, más eficiente y sostenible, que permite además un registro almacenado digitalmente de las firmas y consentimientos de los clientes. En definitiva, un proyecto que mejorará la experiencia del cliente, así como el proceso del check-in y check-out. En 2021 se ha implementado la solución en 13 hoteles.

4. Generación de factura por correo electrónico

Durante el año 2021 se ha implementado una solución en todos los hoteles y localizaciones de la Compañía que permite a los equipos de recepción enviar por correo electrónico o directamente no imprimir las facturas de nuestros clientes cuando nos indican que no requieren de una copia impresa.

Con este proyecto pretendemos reducir drásticamente nuestro impacto medioambiental, eliminando la impresión de miles de impresiones de facturas e incrementado al mismo tiempo nos permite incrementar el nivel de servicio a nuestros clientes, adaptándonos a sus necesidades.

5. Digitalización de informes

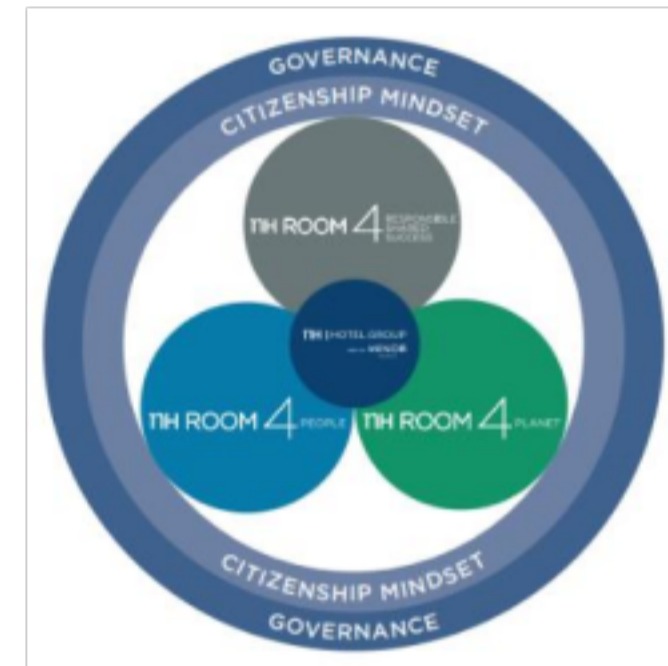
Durante este año, se ha finalizado e implementado el proyecto para digitalizar los informes de emergencia y seguridad en la Compañía. Esto supone mejorar nuestro impacto medioambiental eliminando millones de impresiones en papel, optimizar el proceso de control y supervisión tanto de los directores de hotel como de los distintos equipos de auditoría (interna y externa) además de incrementar notablemente la seguridad en el almacenaje.

Cabe destacar que, gracias a gran parte de estas iniciativas, la Compañía ha conseguido un ahorro estimado en 14 millones de impresiones de papel, lo que equivale a más de 800 toneladas de papel ahorrado. Con el crecimiento de ocupación estimada y el despliegue en más hoteles de algunas iniciativas para el próximo año 2022, se estima un ahorro de 20 millones.

6. SUSTAINABLE BUSINESS

El pilar de Sustainable Business es una palanca esencial en la estrategia de negocio de NH Hotel Group que permite avanzar hacia un modelo hotelero más responsable, sostenible y generador de riqueza para la sociedad.

Ser reconocidos como referente mundial en excelencia y sostenibilidad es la ambición de la Compañía. Para lograrlo, NH Hotel Group entiende el negocio sostenible desde una perspectiva holística, y contempla las dimensiones ESG de forma integral, gracias a sus pilares NH ROOM4People, NH ROOM4Planet y NH ROOM4Responsible Shared Success, todos ellos enmarcados bajo la premisa del gobierno corporativo y la mentalidad de ciudadanía.



Los compromisos en este campo y la mejora que ha demostrado NH Hotel Group durante este año, le han llevado a recibir, por segundo año consecutivo, el reconocimiento *Bronze Class* del Sustainability Yearbook 2022 que publica S&P Global.

GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO

Gobierno corporativo

El sistema de Gobierno Corporativo de NH Hotel Group está conformado por los Estatutos Sociales, el Reglamento del Consejo de Administración, el Reglamento de la Junta General y el Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, así como por las demás normas, códigos, procedimientos internos y políticas corporativas, aprobados todos ellos por los órganos competentes de la Sociedad.

Este Sistema ha sido formalizado en cumplimiento de los más altos estándares de cumplimiento de buenas prácticas en materia de gobierno corporativo. Entre otros, por el Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas (el “Código de Buen Gobierno”), aprobado por Acuerdo del Consejo de la CNMV de 18 de febrero de 2015, revisado en junio de 2020, y que se ajusta a las recomendaciones de buen gobierno de los mercados internacionales.

Consejo de Administración de NH Hotel Group

El Consejo de Administración es el máximo órgano de administración y representación de la Compañía. Está facultado para realizar, en el ámbito comprendido en el objeto social delimitado en los Estatutos, cualesquiera actos o negocios jurídicos de administración y disposición, por cualquier título jurídico, salvo los reservados por la Ley o los Estatutos Sociales a la competencia exclusiva de la Junta General de Accionistas. En consecuencia, el Consejo de Administración se configura básicamente como un órgano de supervisión y control, encomendando la gestión ordinaria de los negocios de la Compañía en favor de los órganos ejecutivos y del equipo de dirección.

Las funciones del Consejo de Administración y de sus Comisiones (Comisión de Auditoría y Control y Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo) vienen expresamente recogidas en los artículos 33, 47 y 48 de los Estatutos y en los artículos 5, 25 y 26 del Reglamento del Consejo, entre otros. En la Junta General de Accionistas de NH Hotel Group de fecha 30 de junio de 2021, y en la sesión del 28 de julio de 2021 del Consejo de Administración de NH Hotel Group, la Compañía aprobó la modificación de diversos artículos de los Estatutos y del Reglamento del Consejo con ocasión de la reforma del Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, en relación con las funciones y competencias del Consejo de Administración y de sus Comisiones.

El Consejo de Administración desarrolla sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Compañía; y en este sentido actúa para garantizar la viabilidad de la Compañía a largo plazo y maximizar su valor, ponderando además los intereses plurales legítimos, públicos o privados, que confluyen en el desarrollo de toda actividad empresarial.

Novedades del Consejo y sus Comisiones 2021

Durante el ejercicio 2021 se han modificado diversos artículos de los Estatutos y del Reglamento del Consejo en relación con las funciones y competencias del Consejo de Administración y de sus Comisiones, a fin de adecuar su contenido a la Ley 5/2021, de 12 de abril, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, aprobado por el Real Decreto Legislativo

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

1/2010, de 2 de julio (“en adelante “LSC”), y otras normas financieras, en lo que respecta al fomento de la implicación a largo plazo de los accionistas en las sociedades cotizadas (en adelante, “Ley 5/2021”) y para adaptar su contenido a las mejores prácticas del buen gobierno corporativo.

En este sentido, la Junta General de Accionistas de fecha 30 de junio de 2021, acordó la modificación de ciertos artículos de los Estatutos Sociales de la sociedad, de modo que han sido actualizadas:

- Las funciones del **Consejo de Administración**: se ha ampliado el ámbito de competencia, a fin de ajustar su contenido a las novedades introducidas, tanto por la Ley 11/2018, como por la Ley 5/2021:
 - Inclusión de la “información no financiera” como una de las decisiones indelegables.
 - Incorporación de la nueva definición de “Operaciones Vinculadas”, y toma de decisiones, de conformidad con lo introducido por la Ley 5/2021.
- Las funciones de la **Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo**: se ha ampliado el ámbito de competencia, a fin de ajustar su contenido a la nueva redacción del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas. De esta forma, se han asignado ciertas funciones en materia de ESG (“Environmental Social and Governance”) a la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, que tendrá entre sus competencias:
 - La supervisión de la aplicación de la política general relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa, así como a la comunicación con accionistas e inversores, asesores de voto y otros grupos de interés.
 - La evaluación y revisión periódica del sistema de gobierno corporativo y de la política en materia medioambiental y social de la sociedad.
 - La supervisión de que las prácticas de la sociedad en materia medioambiental y social se ajustan a la estrategia y política fijadas.
 - La supervisión y evaluación de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.
 - Velar por que la cultura corporativa esté alineada con su propósito y valores.
- Las Funciones de la **Comisión de Auditoría y Control**: se ha ampliado el ámbito de competencia, a fin de ajustar su contenido a la nueva redacción del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas, atribuyendo explícitamente a la Comisión de Auditoría y Control:
 - La supervisión y evaluación del proceso de elaboración y la integridad de la información financiera, y no financiera, así como la función de supervisar los sistemas de control y gestión de los riesgos financieros y no financieros.
 - Nuevas funciones de control con respecto al auditor externo.

- Velar por la independencia y eficacia de la función de auditoría interna; proponer la selección, nombramiento, reelección y cese del responsable del servicio de auditoría interna; proponer el presupuesto de ese servicio; aprobar o proponer la aprobación al Consejo de la orientación y el plan de trabajo anual de la auditoría interna, asegurándose de que la actividad esté enfocada principalmente en los riesgos relevantes (incluidos los reputacionales), recibir información periódica sobre sus actividades; y verificar que la alta dirección tiene en cuenta las conclusiones y recomendaciones de sus informes.
- Establecer y supervisar un mecanismo que permita a los empleados y a otras personas relacionadas con la sociedad, tales como consejeros, accionistas, proveedores, contratistas o subcontratistas, comunicar, de forma confidencial las irregularidades de potencial trascendencia, incluyendo las financieras y contables o de cualquier otra índole relacionadas con la compañía que adviertan en el seno de la empresa o su grupo. Dicho mecanismo deberá garantizar la confidencialidad y, en todo caso, prever supuestos en los que las comunicaciones puedan realizarse de forma anónima, respetando los derechos del denunciante y del denunciado.
- Velar en general por que las políticas y sistemas establecidos en materia de control interno se apliquen de modo efectivo en la práctica.
- Supervisar el cumplimiento y los códigos internos de conducta, así como las reglas de gobierno corporativo.

El Consejo de Administración de fecha 28 de julio de 2021, acordó la modificación de ciertos artículos del Reglamento del Consejo, habiéndose incorporado el nuevo tratamiento sobre la aprobación de las operaciones vinculadas, a fin de adaptarlo a las modificaciones establecidas por la Ley 5/2021.

Comisiones del Consejo

• Comisión de Auditoría y Control.

Se centra mayoritariamente, y entre otras materias, en la supervisión de la eficacia del control interno de la Sociedad, así como del proceso de elaboración y presentación de la información financiera y no financiera regulada, velando por la independencia y eficacia de la función de auditoría interna y del auditor externo.

En el año 2021, D. José María Cantero de Montes-Jovellar ha sido nombrado nuevo presidente de la Comisión de Auditoría y Control en sustitución de D. Fernando Lacadena Azpeitia, todo ello en cumplimiento con la rotación obligatoria prevista en el artículo 25 del Reglamento del Consejo de Administración.

Composición de la Comisión de Auditoría y Control

A 31 de diciembre de 2021

Nombre	Cargo	Categoría
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Presidente	Independiente
D. Stephen Andrew Chojnacki	Vocal	Dominical
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Vocal	Independiente
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No Consejero

• **Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo.**

Se centra mayoritariamente en proponer el nombramiento de Consejeros Independientes o informar sobre las aptitudes del resto de consejeros que vayan a nombrarse, así como analizar y evaluar todo lo relativo a las materias de remuneración, tanto de consejeros, como de la Alta Dirección, elaborando las políticas correspondientes. Asimismo, se encarga de supervisar y controlar el cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo y de las políticas en materia medioambiental, social y relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa, proponiendo al Consejo los Informes y Memorias que fueran necesarias.

Composición de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo

A 31 de diciembre de 2021

Nombre	Cargo	Categoría
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Presidente	Independiente
D. Stephen Andrew Chojnacki	Vocal	Dominical
D. Alfredo Fernández Agras	Vocal	Independiente
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No Consejero

Composición actual del Consejo de Administración:

Composición del Consejo de Administración

A 31 de diciembre de 2021

Nombre	Cargo en el Consejo	Categoría
D. Alfredo Fernández Agras	Presidente	Independiente
D. Ramón Aragonés Marín	Consejero-Delegado	Ejecutivo
D. Jose María Cantero de Montes-Jovellar	Consejero	Independiente
D. Kosin Chantikul	Consejero	Dominical
D. Stephen Andrew Chojnacki	Consejero	Dominical
D. William Ellwood Heinecke	Consejero	Dominical
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Consejero	Independiente
D. Rufino Pérez Fernández	Consejero	Ejecutivo
D. Emmanuel Jude Dillipraj Rajakarier	Consejero	Dominical
D. Carlos Ulecia Palacios	Secretario	No consejero

La composición actual es el resultado de:

- La reelección del nombramiento de los Consejeros:
 - D. William Ellwood Heinecke, con la calificación de Dominical.
 - D. Emmanuel Jude Dillipraj Rajakarier, con la calificación de Dominical.
 - D. Stephen Andrew Chojnacki, con la calificación de Dominical.
 - D. José María Cantero de Montes-Jovellar, con la calificación de Independiente; y
 - D. Fernando Lacadena Azpeitia, con la calificación de Independiente.

- La ratificación del Consejero D. Rufino Pérez Fernández con la calificación de Ejecutivo.

Las reelecciones y ratificación de estos Consejeros han sido acordadas en la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada el 30 de junio de 2021.

Desde el 31 de diciembre de 2021 hasta la fecha de formulación del presente Informe no ha habido cambios en la composición del Consejo.

El perfil completo de todos los integrantes del Consejo de NH Hotel Group y de sus comisiones es público y se puede consultar en el apartado de Gobierno Corporativo de la web corporativa de la Compañía.

Política de Selección de Candidatos a Consejero

- **Objetivos y Proceso de la Selección de Candidatos**

El 22 de diciembre de 2020, el Consejo de Administración aprobó, previo Informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, modificaciones a la Política de Selección de Consejeros para su adecuación al Código de Buen Gobierno y a través de la cual se asegura que las propuestas de nombramiento de consejeros de la Sociedad se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del Consejo de Administración. Para evaluar a los candidatos que participen en el proceso de selección, el procedimiento tiene en cuenta las competencias, experiencia, profesionalidad, idoneidad, género, independencia de criterio, conocimientos, cualidades, capacidades y disponibilidad de los miembros del Consejo de Administración en cada momento, asumiendo la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo un papel relevante en este proceso.

Dicha Política trata de evitar las discriminaciones siendo la meritocracia el criterio que rige como principio de selección para encontrar los mejores candidatos para la Compañía.

- **Condiciones que deben reunir los candidatos**

Los candidatos a Consejero de la Sociedad deberán cumplir requisitos de cualificación y honorabilidad profesional y personal. En particular, han de ser personas prestigiosas, idóneas y de reconocida solvencia, competencia y experiencia profesional con cualificación, formación y disponibilidad suficiente para el cargo. Los candidatos deben de mostrar compromiso con su función, con una trayectoria personal y profesional de respeto a las leyes y a las buenas prácticas comerciales y, necesariamente, han de cumplir con los preceptos que marque la ley en todo momento para poder formar parte del Consejo de Administración. Además, deberán ser profesionales íntegros, cuya conducta y trayectoria profesional esté alineada con los principios y deberes éticos recogidos en las normas internas de la Sociedad y con la visión y valores del Grupo.

- **Promoción de la Diversidad**

NH Hotel Group tiene la convicción de que la diversidad en todas sus facetas, en todos los niveles de su equipo profesional, es un factor esencial para asegurar la competitividad de la Compañía y un elemento clave de su estrategia de Gobierno Corporativo. En el proceso de selección de candidatos se evitarán discriminaciones y, en el interés social, regirá la meritocracia como criterio principal de selección, siendo un proceso tendente a la búsqueda de los candidatos más cualificados.

No obstante, y sin menoscabo de lo anterior, cada vez que se produce una vacante en el Consejo de Administración, y se inicia el correspondiente proceso de selección deberá participar, por lo menos, una mujer como candidata. La Compañía, en la medida que sea compatible con la composición accionarial y del órgano de administración, mantiene la intención de cumplir con la Recomendación 15ª del Código de Buen Gobierno, de forma que el número de consejeras suponga al menos el 40% de los miembros del Consejo de Administración antes de que finalice 2022.

Para la consecución del mencionado objetivo, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo velará por que el procedimiento de selección no adolezca de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de Consejeras y para que se incluyan entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.

Comité de Dirección

El Comité de Dirección de NH Hotel Group se configura como el órgano que garantiza la viabilidad del negocio, buscando el crecimiento y fijando el marco estratégico de la Compañía, desarrollando el talento y liderazgo.

El Comité de Dirección se reúne con carácter semanal y está formado por los Chief Officers de las diferentes áreas:



Composición del Comité de Dirección

A 31 de diciembre de 2021

Nombre	Cargo
D. Ramón Aragonés	<i>Chief Executive Officer</i>
D. Fernando Cordova	<i>Chief People & Sustainable Business Officer</i>
D ^a Laia Lahoz	<i>Chief Assets & Development Officer</i>
D. Isidoro Martínez de la Escalera	<i>Chief Marketing & Communication Officer</i>
D. Luis Martínez Jurado	<i>Chief Financial Officer</i>
D. Rufino Pérez	<i>Chief Operations Officer & Global Transformation Leader</i>
D. Carlos Ulecia	<i>General Counsel & Chief Legal and Compliance Officer</i>
D. Fernando Vives	<i>Chief Commercial Officer</i>

Remuneración de la Alta Dirección y del Consejo

La remuneración media del Comité de Dirección en 2021 es de 336.925 euros (299.215 en 2020 y 578.427 en 2019) que incluye: salario fijo, vehículo, seguro médico, seguro de vida y seguro de accidentes. Hasta julio de 2021, el Comité de Dirección renunció al 20% de su salario fijo.

A 31 de diciembre de 2021, el Comité de Dirección está formado, a por 7 hombres y una mujer. No se desglosa la remuneración media por género por motivos de confidencialidad del dato. En 2021, al no haber mujeres, temporalmente, en el Consejo de Administración no existe comparabilidad de dato.

De acuerdo con la Política de Remuneraciones de los Consejeros, el presidente del Consejo de Administración tiene una asignación fija anual de 200.000 euros, y las presidencias de las Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, tienen una asignación fija anual de 90.000 euros. La asignación fija para un vocal es de 50.000 euros, excepto para los Consejeros Ejecutivos, que no percibirán asignación fija anual.

Por segundo año consecutivo, debido a la crisis derivada de la COVID-19, los miembros del Consejo renunciaron voluntariamente al 20% de su remuneración de enero a abril de 2021 y al 100% de la misma en mayo y junio de 2021.

La remuneración de los Consejeros Ejecutivos se incluye en las cuantías del Comité de Dirección puesto que sus funciones como consejeros no están retribuidas.

Más información sobre las *Políticas de Retribuciones del Consejo de Administración* en el *Informe Anual de Gobierno Corporativo 2021*.

ESTRUCTURA ACCIONARIAL

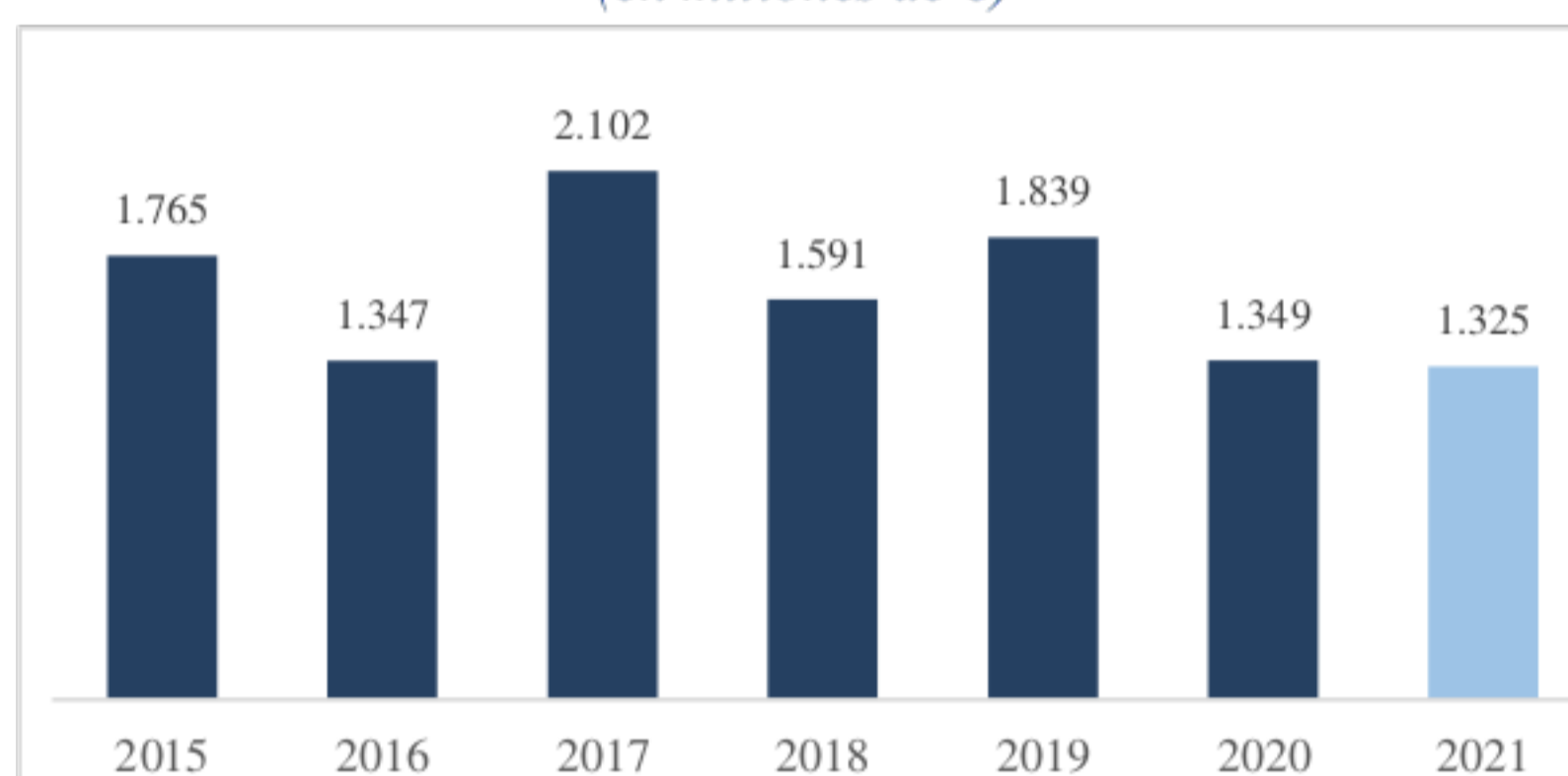
Al cierre del ejercicio 2021 el capital social de NH Hotel Group, S.A. ha sido de 871.491.340€ y ha estado representado por 435.745.670 acciones al portador de 2€ de valor nominal cada una, íntegramente suscritas y desembolsadas.

De acuerdo con las últimas notificaciones recibidas por la Sociedad y con las comunicaciones realizadas a la Comisión Nacional del Mercado de Valores antes del cierre de cada ejercicio, las participaciones accionariales más significativas a cierre de ejercicio han sido las siguientes:

	2021	2020
Minor International Public Company Limited (“MINT”) ³	94,13%	94,13%

CAPITALIZACIÓN AL CIERRE DE CADA EJERCICIO

(en millones de €)



Relación con accionistas e inversores

A lo largo de 2021, NH Hotel Group ha mantenido contacto continuo y permanente con analistas e inversores de la Compañía, con el fin de atender sus necesidades sobre la evolución general del Grupo. Este contacto con el mercado se realiza a través de reuniones individuales, asistencia a conferencias de inversores organizadas por diversas entidades financieras y peticiones de llamadas individuales.

Principales indicadores de relación con accionistas e inversores en 2021

Entidades que realizan análisis de NH Hotel Group	8
Consultas atendidas de accionistas e inversores	70
Reuniones individuales de accionistas e inversores	120
Informes de seguimiento de los analistas	48

La Compañía produce de forma periódica información financiera consistente y transparente, con el fin de permitir un seguimiento para el análisis y valoración del Grupo.

³ MINT es el accionista indirecto a través de MHG Continental Holding (Singapore) Pte Ltd.

Como empresa cotizada, NH Hotel Group publica los resultados trimestrales al mercado. En las publicaciones semestrales y anuales se realiza adicionalmente una llamada / conferencia con el mercado, con una asistencia media de 50 participantes, entre inversores y analistas.

En las publicaciones de resultados trimestrales se detallan:

- Principales KPIs y drivers de los resultados.
- Evolución por geografías.
- Evolución de costes.
- Detalle de flujo de caja y posición de deuda financiera.

Adicionalmente, desde el departamento de Relación con Inversores se mantiene un contacto permanente con el mercado a través de llamadas, viajes, conferencias de inversores... para informar a la comunidad inversora de la evolución de la Compañía.

SISTEMA DE CUMPLIMIENTO. ÉTICA Y CONDUCTA

NH Hotel Group continúa implantando medidas para fomentar y poner en valor la cultura de cumplimiento y la importancia de consolidar una cultura empresarial ética, promoviendo la conciencia entre todos los empleados sobre la relevancia no solo de cumplir con la normativa aplicable sino también de actuar éticamente y conforme a los principios y valores de la Compañía.

El fin que se persigue es que todos los empleados sean conscientes de que no sólo importa el qué sino también el cómo se hacen las cosas, habiéndose implementado para ello una serie de medidas y herramientas para trabajar en esta misión, indicándose las principales a continuación.

El Grupo NH está comprometido a cumplir con las leyes y regulaciones en los países y jurisdicciones en los que opera. Esto incluye, entre otras cuestiones, leyes y normativas sobre la salud y seguridad, discriminación, fiscalidad, privacidad de los datos, competencia, anticorrupción, prevención de blanqueo de capitales y compromiso medioambiental. Las áreas claves cubiertas por el Código abarcan:

 COMPROMISO	con las personas con los clientes por parte de los proveedores con los competidores con los accionistas con las comunidades y la sociedad con los activos, los conocimientos y los recursos del grupo respecto al mercado de valores
 OBLIGACIONES	respecto de prácticas fraudulentas o poco éticas

Código de Conducta

NH Hotel Group continúa impulsando la función de cumplimiento sobre la base fundamental de los principios y valores que contiene su Código de Conducta, el cual está traducido a diez idiomas, seis de los cuales están publicados en la web corporativa y la intranet, y se aplica en todos los países donde NH Hotel Group tiene actividad. Además, desde 2017, a través de la App “My NH” los empleados de la Compañía pueden acceder al mismo desde su dispositivo móvil. El personal de centros que operan bajo las marcas de NH Hotel Group, dispone también de una Guía Práctica y un documento de preguntas frecuentes.

El Código de Conducta tiene como objetivo determinar los principios, valores y normas que deben regir el comportamiento y la actuación de cada uno de los profesionales y directivos del Grupo, así como los miembros de los órganos de administración de las sociedades que lo integran y de los grupos de interés que interactúan con NH Hotel Group. El Código de Conducta resume la conducta profesional que se espera de los empleados de NH Hotel Group, los cuales están comprometidos a actuar con integridad, honestidad, respeto y profesionalidad en el desempeño de su actividad.

Los empleados deben realizar un curso de formación sobre el Código de Conducta con el fin de asegurar su lectura, conocimiento y entendimiento y cuya completitud queda registrada en el sistema.

El Código de Conducta es revisado periódicamente por la Oficina de Cumplimiento con el fin de adaptar y actualizar su contenido en los casos que proceda.

La función responsable del seguimiento y adaptación del Código de Conducta tiene previsto en 2022 proponer al Consejo de Administración la actualización de dicho Código, con el objetivo de actualizarlo, completarlo y adaptarlo a los nuevos requerimientos legales y a las mejores prácticas en esta materia.

Además del Código de Conducta de NH Hotel Group, existen una serie de políticas específicas que se muestran a continuación:

Política de compras	Política antifraude y corrupción
Política de viajes	Política de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo
Política de Medio Ambiente y Energía	Política de Responsabilidad social Corporativa
Política de seguridad de la información	Política de endeudamiento financiero
Política de créditos	Política de selección de consejeros
Política fiscal corporativa	Política de gestión de riesgos
Política de regalos corporativa	Política de Derechos Humanos
Política de Comunicación con accionistas e inversores	Política de subvenciones

Reglamento Interno de Conducta

Establece los estándares mínimos a respetar en relación con la compraventa de valores, información privilegiada y confidencial y su tratamiento.

Modelo de Prevención de Riesgos Penales

Describe los principios de gestión y prevención de delitos en NH Hotel Group y define la estructura y funcionamiento de los órganos de control y supervisión establecidos en la Sociedad, sistematizando los controles existentes con la finalidad de prevenir y mitigar el riesgo de la comisión de delitos en las distintas áreas de la Compañía.

La monitorización, actualización y evaluación de los controles se lleva a cabo periódicamente por parte de la Oficina de Cumplimiento a través de la herramienta SAP GRC.

Procedimiento de Conflictos de Interés

Desarrolla las reglas a seguir en aquellas situaciones en las que entren en conflicto el interés de la Sociedad o de cualquiera de las sociedades integradas en el Grupo y el interés personal directo o indirecto de los consejeros o de las personas sometidas a reglas de conflictos de interés.

Este procedimiento ha sido actualizado en el año 2021 -con el informe favorable de la Comisión de Auditoría y Control y la aprobación del Consejo de Administración- con ocasión de los cambios introducidos en el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.

Comité de Cumplimiento

Constituido en 2014, el Comité de Cumplimiento está formado por miembros del Comité de Dirección que cuentan con suficiente conocimiento de las actividades de NH Hotel Group y a la vez disponen de la autoridad, autonomía e independencia necesarias para garantizar la credibilidad y carácter vinculante de las decisiones tomadas.

Este órgano tiene la facultad de supervisar el cumplimiento de las áreas clave del Sistema de Cumplimiento: el Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, el Procedimiento de Conflictos de Interés, el Código de Conducta y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo, entre otras funciones.

El Comité de Cumplimiento supervisa la gestión realizada por la Oficina de Cumplimiento y realiza seguimiento de todos los procesos internos y políticas implantadas en la Compañía, su observancia y cumplimiento. Asimismo, tiene potestad para imponer medidas disciplinarias a los empleados en las materias que competan a su alcance.

Durante el ejercicio 2021, se han celebrado 3 reuniones del Comité de Cumplimiento.

Oficina de Cumplimiento

La Oficina de Cumplimiento, liderada por el responsable de Cumplimiento, reporta directamente al Chief Legal & Compliance Officer de NH Hotel Group y al Comité de Cumplimiento y es la encargada de la difusión y supervisión del cumplimiento del Código de Conducta, del seguimiento y supervisión periódica del Modelo de Prevención de Riesgos Penales, de la creación y

actualización de políticas corporativas así como de la monitorización de su cumplimiento y de gestionar las consultas del Código de Conducta, entre otras funciones.

Concretamente, en el ejercicio 2021 se ha actualizado la Política Corporativa de Prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo con el fin de ajustar los nuevos umbrales límites para pagos en efectivo, entre otros aspectos, como se indica más en detalle a continuación.

Asimismo, durante el año 2021, NH Hotel Group ha puesto a disposición del responsable de la Oficina de Cumplimiento los recursos necesarios para la continua formación en materia de cumplimiento.

Canal de Denuncias

NH Hotel Group tiene habilitado un canal de denuncias que permite a empleados, directivos, miembros de los órganos de Administración, proveedores, clientes o cualquier grupo de interés, notificar cualquier incumplimiento del Código de Conducta, garantizando la confidencialidad y respeto en todas las fases que conlleva, así como la no represalia. Tras la entrada en vigor el 17 de diciembre del 2021 de la nueva normativa europea relacionada con los canales de denuncia, NH Hotel Group ha decidido adaptar su protocolo interno de reporte y gestión de las denuncias a través de la implantación de una nueva plataforma externa.

El acceso y la dirección de correo electrónico del canal de denuncias están disponibles en la web de NH Hotel Group y en la intranet. El responsable de Auditoría Interna es el encargado de gestionar el Canal de Denuncias.

Además, NH Hotel Group ha definido un procedimiento de notificación y tratamiento de posibles incumplimientos y denuncias del Código de Conducta. El procedimiento recoge los principios que rigen el Canal, la descripción de las partes involucradas en la denuncia, los plazos y el procedimiento sancionador.

El responsable de Auditoría Interna es el encargado de gestionar el Canal de Denuncias, en el que se garantiza la confidencialidad y respeto en todas las fases que conlleva, así como la no represalia. Su procedimiento se especifica en detalle en el Código de Conducta.

Actualmente no hay ninguna investigación externa en curso contra NH Hotel Group relacionada con el Código de Conducta o asuntos relacionados con la corrupción.

Durante 2021 se ha informado de 47 presuntos incumplimientos del Código de Conducta recibidos; habiéndose ejecutado las medidas pertinentes para aquellos casos confirmados, y habiéndose dado respuesta a la totalidad de las 69 consultas recibidas.

Tras el análisis de las consultas y presuntos incumplimientos recibidos a través del canal de denuncias u otros mecanismos formales de la oficina de cumplimiento, ninguno de ellos ha derivado en incumplimiento de ninguna de las siguientes categorías:

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Categoría del incumplimiento	Nº incidentes	Naturaleza	Valor multas (€)		Nº a través de mecanismos de resolución	Acciones tomadas por NH
			2021	Acumulado 2017-2021		
Corrupción y Soborno	0	NA	0	0	NA	NA
Comportamiento anticompetitivo	0	NA	0	0	NA	NA
Regulaciones ambientales	0	NA	0	0	NA	NA
Derechos humanos	0	NA	0	0	NA	NA
Discriminación	0	NA	0	0	NA	NA
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a los efectos de los productos y servicios en la salud y la seguridad	0	NA	0	0	NA	NA
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a la información y el etiquetado de productos y servicios	0	NA	0	0	NA	NA
Reglamentos y/o códigos voluntarios relativos a las comunicaciones comerciales, incluida la publicidad, la promoción y el patrocinio	0	NA	0	0	NA	NA
Las quejas recibidas sobre violaciones de la privacidad de los clientes	0	NA	0	0	NA	NA
Leyes y reglamentos en el ámbito social y económico	0	NA	0	0	NA	NA

En relación con estas categorías de incumplimiento, actualmente la Compañía no tiene abierta ninguna investigación en curso, ni originada en 2021 ni en años anteriores, ni ha tenido que abrir ninguna medida disciplinaria a ningún empleado. Asimismo, tampoco ha tenido que rescindir ningún contrato con ningún socio comercial por incidentes en materia de corrupción ni ningún otro incidente de las categorías previamente mencionadas.

Actualizaciones de las Políticas en 2021

En el año 2021, se ha procedido a modificar y actualizar la Política Corporativa de Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo. Dicha actualización ha sido aprobada por el Consejo de Administración, previa revisión y validación por el Comité de Cumplimiento y la Comisión de Auditoría y Control.

Los cambios realizados han consistido fundamentalmente en dos aspectos:

- Actualización del anexo relativo a los pagos en efectivo, con el fin de ajustar los nuevos umbrales para dichos pagos y adaptarlos a la normativa de cada país y,
- la inclusión de la obligación de justificar documentalmente la procedencia de realizar pagos y/o transacciones en supuestos generalmente no permitidos, cuando éstos deriven de operaciones en el curso ordinario de los negocios y la propia actividad de la compañía.

A estos efectos, se ha empezado a trabajar en el establecimiento de un proceso corporativo interno, para reforzar el control y validación, en su caso, de este tipo de transacciones.

Difusión y formación en ética y conducta

La Compañía cuenta con una herramienta de formación online para todos los empleados de NH Hotel Group con correo personalizado, a través de la cual se ponen a su disposición cursos online sobre distintas materias, con el fin de garantizar su correcta información, comprensión y consecuente cumplimiento. Entre las que se encuentran los siguientes cursos relacionados con el área de ética y conducta:

- Código de Conducta
- Prevención de Delitos Penales
- Reglamento General de Protección de Datos
- Prevención blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Antifraude y corrupción
- Derechos Humanos

Todos los cursos de las materias citadas incluyen un examen que mide el grado de comprensión de los empleados. Asimismo, NH Hotel Group cuenta con un sistema de supervisión y control tanto para la elaboración de la información financiera (SCIIF) como para riesgos penales (MPD). Este sistema es auditado periódicamente.

Formación en *compliance* 2021

	Perímetro consolidado	Perímetro corporativo
	Online	
Formación en Código de Conducta		
Número de empleados formados	1.223	1.588
Horas de formación	1.295	1.682
Formación en Modelo de Prevención de Riesgos Penales		
Número de empleados formados	61	65
Horas de formación	183	195
Formación en Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo		
Número de empleados formados	1.260	1.579
Horas de formación	997	1.245
Formación en Antifraude		
Número de empleados formados	1.166	1.494
Horas de formación	611	784
Formación en Derechos Humanos*		
Número de empleados formados	360	360
Horas de formación	360	360

*Formación realizada hasta 31 de enero del 2022

Formación en Derechos Humanos

El respeto a los Derechos Humanos es uno de los principios en los que se basa la actividad en todos los países en los que NH Hotel Group tiene presencia. Se materializa también con el desarrollo e implantación de una Política dedicada al respeto de los Derechos Humanos que fortalece y extiende el compromiso ya establecido en el Código de Conducta de la Compañía.

Con el objetivo de difundir este compromiso y el conocimiento sobre los Derechos Humanos y sobre las acciones que NH Hotel Group lleva a cabo para respetar estos derechos, está a disposición de los Front Office y General Managers el curso online “Derechos Humanos”.

A través de este curso, la Compañía materializa a su propio compromiso, involucrando directamente a este colectivo de la Compañía y durante el próximo ejercicio se impartirá el curso al resto de empleados, compartiendo historias y prácticas que ayudan a comprender el papel crucial que desempeñan los derechos humanos en el sector hotelero.

Con esta formación, NH Hotel Group promueve el conocimiento, no solo de su Política de Derechos Humanos, sino también del proceso de debida diligencia para identificar, prevenir, mitigar e informar sobre los potenciales riesgos y consecuencias derivados de la acción diaria de los empleados, proveedores o clientes.

Iniciativas relativas a *Compliance* en 2021

Durante el 2021 se ha creado una sección específica en la newsletter interna “*Tell The World*” para difundir pequeñas píldoras de información relacionadas con el Cumplimiento a todos los empleados de la Compañía.

Con estas píldoras de información mensuales, la Compañía promueve el conocimiento y la concienciación por parte de todos los empleados de NH Hotel Group de la importancia del *Compliance* para seguir reforzando la cultura empresarial ética de la Compañía.

Tolerancia cero con la corrupción

Como se ha indicado, NH Hotel Group dispone de una Política de Antifraude y Corrupción, así como de su Política para la prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo de aplicación para todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración de NH Hotel Group. Adicionalmente, NH dispone de otros procedimientos internos, como la Política de Regalos todo lo cual contribuye a establecer controles, procesos internos y mitigar los riesgos asociados.

La Compañía realiza un seguimiento y un control continuo del cumplimiento de las políticas y procedimientos internos. En el Modelo de Prevención de Delitos se explicitan las medidas de “debida diligencia” establecidas por la Compañía, así como el procedimiento de investigación y respuesta ante la ruptura de estas, de acuerdo con la Ley en materia de responsabilidad penal de las personas jurídicas.

Como se ha indicado anteriormente, el Comité de Cumplimiento junto con la Oficina de Cumplimiento, ostenta la responsabilidad en la gestión de la prevención del delito y, por tanto, de la definición, implantación, seguimiento y supervisión del Modelo de Prevención de Delitos.

Transparencia fiscal: Beneficios e Impuestos

La Estrategia Fiscal de NH Hotel Group (disponible en nh-hoteles.es/corporate/es > Gobierno Corporativo > Políticas) fue aprobada por el Consejo de Administración el 27 de julio de 2015, considerando que uno de los ejes centrales de la estrategia empresarial de todo el Grupo debe ser evitar o minimizar los riesgos, entre los cuales se encuentran los de carácter fiscal.

La estrategia se basa en dar cumplimiento a la normativa tributaria en todas las jurisdicciones en las que NH Hotel Group esté presente, realizando una interpretación de dicha normativa que atienda fundamentalmente al espíritu y finalidad de las leyes.

NH Hotel Group S.A. se encuentra adscrito al Código de Buenas Prácticas Tributarias con la Agencia Tributaria española. El objetivo de dicho Código es promover una relación recíprocamente cooperativa entre la Agencia Tributaria y las distintas empresas que lo suscriben, relación basada en los principios de transparencia y confianza mutua, con objeto de reducir la inseguridad jurídica que pueden estar expuestas las empresas con las Administración fiscal.

Principios rectores de la Estrategia Fiscal

- Cumplimiento de la normativa tributaria en todas las localizaciones donde está presente.
- Prevención y reducción de los riesgos fiscales significativos.
- Colaboración, lealtad y buena fe con las Administraciones Tributarias.
- Información al Consejo de Administración sobre las principales implicaciones fiscales de las operaciones.

Seguimiento y control

El Consejo de Administración, a través de su Consejero Delegado y de sus Altos Directivos, impulsa el seguimiento por parte del Grupo de la aplicación de los principios y buenas prácticas tributaria.

Asimismo, el Consejo de Administración cuenta con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Control del Grupo, que supervisa la eficacia de los sistemas de gestión y control de los riesgos fiscales implantados y facilitar al Consejo periódicamente la información pertinente.

La Compañía monitoriza y hace seguimiento de su política fiscal cumpliendo con los mecanismos establecidos en la ley, en su política fiscal tributaria y en el marco de control aprobados por el Consejo.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

**Beneficios de NH Hotel Group e impuesto sobre beneficios pagados desglosado por país
(en miles de euros)**

Jurisdicción fiscal	2021		2020	
	Beneficios / (pérdidas) antes de Impuesto sobre Sociedades	Impuesto sobre Sociedades (criterio de caja)	Beneficios / (pérdidas) antes de Impuesto sobre Sociedades	Impuesto sobre Sociedades (criterio de caja)
Alemania	(21.591)	723	(105.021)	796
Argentina	(6.212)	107	(5.501)	968
Austria	(6.143)	0	(24.005)	0
Bélgica	(14.316)	525	(20.102)	72
Brasil	(271)	1	(773)	3,86
Chile	(2.070)	179	(3.824)	436
Colombia	(2.681)	(391)	(6.324)	(1.042)
Dinamarca	(1.081)	0	(1)	0
Ecuador	(283)	14	(241)	155
Estados Unidos	(7.967)	143	(6.492)	2
España	(16.652)	(2.652)	(120.933)	257
Francia	(5.438)	31	(7.367)	0
Hungría	(4.040)	0	(3.933)	2
Irlanda	(90)	3	(1.890)	0
Italia	7.051	0	(119.095)	516
Luxemburgo	(3.635)	0	(9.651)	0
México	(7.999)	61	(10.849)	342
Países Bajos	(46.096)	821	(50.097)	(10.637)
Polonia	(9)	0	(12)	0
Portugal	(4.529)	(25)	(7.534)	279
Reino Unido	(2.119)	0	(1.348)	0
República Checa	641	2	(4.012)	5
República Dominicana	(124)	0	(587)	0
Rumanía	(9)	10	(329)	12
Sudáfrica	(88)	0	(1.665)	0
Suiza	2.038	4	(3.011)	0
Uruguay	(1.544)	0	(961)	0
Total países	(145.257)	(444)	(515.555)	(7.834)

Los beneficios o pérdidas antes de impuestos y los impuestos pagados por país antes descritos se ven afectados, en algunos casos, por circunstancias como la venta de activos, salida de hoteles, amortizaciones anticipadas de activos por reposicionamiento o la situación de hiperinflación en el caso de Argentina. Por otra parte, resaltar que el impuesto de sociedades mostrado en el cuadro anterior es el correspondiente a criterio caja.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

A continuación, se indica desglose del importe neto de la cifra de negocios por país:

Importe neto de la cifra de negocios por país	
Jurisdicción fiscal	2021
España	214.252
Italia	159.542
Alemania	112.605
Países Bajos	91.066
Portugal	26.686
Bélgica	24.246
Austria	19.545
Francia	17.722
México	17.484
Colombia	13.266
Hungría	9.675
Argentina	6.421
Otros	33.974
Total países	746.484

Y el impuesto devengado durante el ejercicio:

Impuesto devengado por país	
Jurisdicción fiscal	2021
Países Bajos	12.746
México	1.912
Portugal	1.643
Irlanda	926
Colombia	791
Alemania	381
España	(1.508)
Argentina	(1.937)
Italia	(6.135)
Otros	508
Total Países	9.327

Relación con los gobiernos e influencia política

La Compañía gestiona su negocio de acuerdo con los valores corporativos, su marco ético y de conducta, además de garantizar el estricto cumplimiento de la legalidad vigente en cada país.

En relación con los gobiernos locales, siempre actúa con independencia de cualquier poder político, manteniendo la transparencia con las diferentes instituciones públicas y administrativas.

NH Hotel Group se caracteriza por una absoluta neutralidad política. La Compañía no realiza contribuciones económicas o en especie a partidos políticos o a candidatos electorales.

NH Hotel Group sí forma parte de organizaciones sectoriales o de fundaciones vinculadas al desarrollo de su actividad o al área geográfica en la que opera. A través de su presencia en estas organizaciones, la Compañía aspira a contribuir al progreso y al desarrollo de los lugares en los que está presente. *Más información disponible en el Capítulo NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles.*

Ciberseguridad

La ciberseguridad es vital en la era digital. En la actualidad, las incidencias en la seguridad de la información suponen uno de los principales riesgos a los que las empresas están expuestas. Por ello, en NH Hotel Group nos enfocamos en fortalecer los mecanismos y protocolos de seguridad informática, a través de políticas, normas, procedimientos y formación a los empleados.

En esta línea, la formación en ciberseguridad y RGPD está orientada a potenciar una cultura de seguridad de la información en la Compañía que servirá para establecer las bases de protección, tanto de nuestra información confidencial, como la de nuestros clientes, proveedores y otros grupos de interés.

La estrategia de NH Hotel Group en materia de ciberseguridad está en constante revisión en los comités que tiene el equipo de Dirección Ejecutiva que supervisa la estrategia de ciberseguridad de la empresa. Para lograr los objetivos planteados, se identifican y planifican una serie de iniciativas y medidas a implementar para mejorar las capacidades de seguridad de NH Hotel Group, así como prevenir y/o mitigar cualquier riesgo que pueda surgir.

Con motivo de la pandemia, ha crecido el teletrabajo y, por tanto, el uso de los dispositivos fuera del entorno seguro de las empresas. También ha crecido exponencialmente el volumen de ciberataques. Por ello desde NH Hotel Group se sigue trabajando en una mayor monitorización de toda la red, con nuevas herramientas más potentes y avanzadas que permiten un mayor control de posibles accesos indebidos, así como en una fuerte concienciación a sus empleados y *stakeholders*, con el fin de minimizar el riesgo de estos ciberataques.

Adicionalmente, los clientes esperan que sus datos se custodien con seguridad y se traten de forma ética. La ciberseguridad está integrada en nuestra cultura para promover comportamientos que protejan a la Compañía y la información de nuestros clientes.

Privacidad y Protección de Datos

En un sector tan competitivo como el hotelero, la experiencia del cliente es un factor crítico y diferencial para asegurar la satisfacción y fidelidad de nuestros clientes. NH Hotel Group tiene los mecanismos implantados para proteger la privacidad de los datos, sabiendo que es un aspecto clave para generar confianza.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Con motivo de la entrada en vigor de la nueva normativa en materia de protección de datos en 2018, NH Hotel Group ha continuado adecuando sus sistemas de gestión y control de los datos de carácter personal al Reglamento UE 679/2016 (RGPD) y la Ley 3/2018 (LOPDGDD). También en el ámbito de datos sensibles, como son las tarjetas de crédito, NH ha renovado una vez más su certificación *PCI compliance*, así como la adecuación de procedimientos y sistemas para cumplir con la nueva normativa PSD2. La voluntad de NH Hotel Group es tratar los datos personales de sus clientes, empleados y proveedores con las máximas garantías de respeto a su privacidad y siempre de acuerdo con las obligaciones legales aplicables.

Así, se ha llevado a cabo la actualización de los apartados de protección de datos de los avisos legales, tanto de las webs como de los documentos facilitados a los clientes. Igualmente, la Compañía ha implementado una serie de medidas que permiten hacer accesibles a los clientes estas políticas de privacidad y avisos legales en todo momento.

En el marco de esta adecuación, la Compañía ha implementado un sistema de información adicional que se encuentra a disposición de los clientes finales, para que puedan conocer cada uno de los tratamientos realizados por NH Hotel Group. Todo ello se recoge en la política de privacidad de NH Hotel Group a la que se puede acceder a través del siguiente link: nh-hotels.es/politica-privacidad.

La seguridad está integrada de forma transversal en la Compañía, cubriendo perfiles de diferentes ámbitos de la operación para garantizar una gestión efectiva del riesgo, atendiendo a la sensibilidad y criticidad de cada entorno. Asimismo, se dispone de indicadores de riesgos sobre los principales asuntos de interés en materia de seguridad, que sirven para definir e implantar los planes de acción enfocados a reducir o eliminar las amenazas identificadas.

Adicionalmente, NH Hotel Group, tiene establecido varios buzones de correo electrónico, para la gestión, por un lado, de los derechos de protección de datos que son planteados, ya sean de clientes, trabajadores y/o proveedores, cuando se recogen datos de carácter personal, así como, un buzón de correo electrónico para notificar cualquier tipo de incidencia y/o queja que tenga relación con la materia de protección de datos. En concreto, este último buzón, se refiere al específicamente creado para el Delegado de Protección de Datos. En aquellos casos en los que es recibida una incidencia de seguridad al buzón el Delegado de Protección de Datos, se inicia un proceso de valoración de la notificación, a fin de conocer si tiene alcance en la materia de protección. En caso afirmativo, el incidente es remitido a los Departamentos de NH Hotel Group que puedan estar involucrados, a fin de valorar la necesidad de realizar alguna comunicación a alguna Autoridad de Control de Protección de Datos y/o a los interesados, que se hayan podido ver involucrados en la incidencia, dejando constancia por escrito de todo este proceso.

NH Hotel Group, como entidad española, tiene establecida como Autoridad de Control en materia de protección de datos, la Agencia Española de Protección de Datos, con la que se relaciona de manera habitual, a través de la Sede Electrónica de esta entidad.

Por lo que respecta a los trabajadores de la Compañía, como usuarios de los datos de carácter confidencial que son, se realizan formaciones obligatorias en materia de protección de datos, a

fin de que puedan conocer cómo realizar el tratamiento de datos conforme a la normativa. Esta formación, se realiza al inicio de la relación con la Compañía, dejando registro de esta formación y, supervisada por el Departamento de Recursos Humanos.

Como ya se ha indicado, NH Hotel Group, cuenta con la figura del Delegado de Protección de Datos, que entre sus funciones, se encuentra no sólo para cumplir con los requerimientos de la nueva normativa, sino para garantizar, entre otras funciones, que los derechos de los clientes en materia de protección de datos son siempre tratados por la organización de acuerdo con los principios establecidos en la nueva normativa, así como ser punto de contacto de toda la Compañía, a fin de resolver cualquier duda que pueda surgir en relación con la materia de protección de datos. Finalmente, NH Hotel Group ha continuado en 2021 con el proyecto de mejora en relación con la calidad de los datos dentro de la organización.

NH Hotel Group ha integrado en su modelo de cumplimiento los controles relacionados con el cumplimiento de esta normativa. En consecuencia, los departamentos de gestión de riesgos y de IT son los responsables en última instancia de supervisar estos controles, de recibir cualquier comunicación relacionada con la privacidad de la información e informar periódicamente al Comité de Auditoría y Cumplimiento y al Consejo de Administración.

El cumplimiento del Grupo se supervisa mediante auditorías periódicas que garantizan que NH Hotel Group cumpla plenamente los requisitos definidos en la legislación sobre privacidad, con especial atención al Reglamento General de Protección de Datos (RGPD).

El mapa de riesgos de NH Hotel Group tiene un pilar denominado "cumplimiento" vinculado a Privacidad de datos (RGPD) y Seguridad de la información con distintas medidas de gestión y control como:

- Revisión y actualización periódica de la matriz de riesgos.
- Procedimientos de "Privacidad por diseño".
- Creación de la Oficina de Protección de Datos con el apoyo de asesores especializados.
- Formación de RGPD para los empleados.
- Existencia de un canal de denuncias de posibles violaciones de la seguridad relacionadas con la protección de datos.
- Existencia de un plan de recuperación en caso de catástrofe.

Además, NH Hotel Group dispone de un procedimiento de respuesta ante incidencias en los sistemas de información, que incluyen roles y responsabilidades, pasos a seguir para la restauración del funcionamiento de equipos y sistemas, tiempos de recuperación, etc.

“1.642 horas de formación en privacidad y protección de datos y un total de **1.484 empleados** formados”

Hasta la fecha, no se ha realizado ninguna apertura de procedimiento sancionador que pueda derivar en una sanción económica para la Compañía motivado por una brecha de seguridad, que tenga trascendencia en protección de datos.

PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS

El principio de respeto y protección de los Derechos Humanos está integrado en la cultura de NH Hotel Group y se aplica en las actividades desarrolladas a través de todos sus profesionales, con independencia del país o región donde lleven a cabo su actividad. La Compañía se compromete con el cumplimiento de los Derechos Humanos y trabaja para prevenir y gestionar los riesgos asociados a su vulneración. La presencia internacional de NH Hotel Group en países en los cuales la defensa de los derechos humanos necesita ser impulsada nos lleva a ser transmisores del concepto y a asegurar marcos de relación y gestión en los que su defensa quede garantizada.

Iniciativas para la Protección de los Derechos Humanos

NH Hotel Group desarrolla su actividad en un marco de compromiso con la sociedad y el entorno en el que opera, y por ello asume el contenido de los acuerdos y convenios, nacionales e internacionales, comprometiéndose a su promoción y cumplimiento. Estos compromisos evitarán, o en su caso, mitigarán las consecuencias negativas que pudieran ocasionar sobre los Derechos Humanos las propias actividades.

Los compromisos adquiridos al suscribir estos acuerdos internacionales guían la conducta de todos los empleados que integran la Compañía.

Entre estos códigos asumidos voluntariamente por la Compañía, destacan la adhesión al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact), el apoyo y contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado en 1999 por la Asamblea de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de Naciones Unidas. Este código está formado por 10 principios diseñados para guiar a los principales actores del desarrollo turístico, aspirando a ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez su impacto en el medio ambiente, el patrimonio cultural y las comunidades locales.

La Compañía rechaza cualquier actividad turística que pueda suponer agresión a los derechos humanos o a la dignidad de las personas, con especial atención a los menores de edad. Por ello, en esta línea, en septiembre de 2012, NH Hotel Group se adhirió al ECPAT (End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes) para la protección de los niños, niñas y adolescentes contra la explotación sexual en el turismo, promovido asimismo por la OMT y UNICEF.

Política de Derechos Humanos de NH Hotel Group

En 2020 el Consejo de Administración aprobó la Política de Derechos Humanos de NH Hotel Group, documento que recoge todos los planteamientos y compromisos asumidos por la Compañía en esta materia.

La Política establece nuestro compromiso de cumplir con los Derechos Humanos de acuerdo con los más altos estándares internacionales y trabaja para PROTEGER, RESPETAR y REMEDIAR (prevenir y gestionar) los riesgos asociados al incumplimiento de tales derechos.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021



La Política refuerza un modelo de gobierno sólido y responsable, que impulsa la transparencia y el rigor en la gestión en torno a un único documento corporativo de alcance global que, entre otros aspectos, permitirá no sólo gestionar mejor los riesgos allí donde NH Hotel Group está presente, sino que asegurará su conocimiento e integración en la cadena de valor. A través de esta Política, la Compañía se compromete a desarrollar un papel activo en la promoción de los Derechos Humanos y a trabajar de manera proactiva en su respeto, recogiendo en ella los compromisos ya asumidos en esta materia y garantizando el respeto a los derechos laborales de todos sus empleados, clientes, proveedores y socios, en todos los países en los que está presente, de acuerdo con la ley vigente en cada uno de ellos.

Las relaciones entre todos los grupos de interés a los que aplica la Política deben basarse siempre en el respeto a la dignidad y no discriminación de las personas. La Compañía rechaza cualquier conducta, comportamiento o acción tendente a fomentar, promover o incitar, directa o indirectamente, al odio, hostilidad, discriminación o violencia contra un grupo, por motivos racistas u otros referentes a la ideología, religión o creencias, situación familiar, pertenencia de sus miembros a una etnia, raza o nación, su origen nacional, género, orientación o identidad sexual, por razones de género, enfermedad o discapacidad.

NH Hotel Group prohíbe enérgicamente la realización de cualquier tipo de acto hostil o humillante contra las personas, el abuso de autoridad y cualquier tipo de acoso, ya sea de tipo físico o psicológico, así como cualquier otra conducta que pueda generar un entorno de trabajo intimidatorio, ofensivo u hostil para las personas. No se tolera, asimismo, ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado.

Por otro lado, la Compañía reconoce que el principio de igualdad de trato y oportunidades para los destinatarios del Código de Conducta es un principio inspirador de las políticas de Recursos Humanos y se aplica tanto a la contratación de empleados como a la formación, las oportunidades de carrera o los niveles salariales, así como los demás aspectos de la relación laboral de los empleados.

El Código de Conducta prohíbe, además, la imposición a los empleados de condiciones laborales y de seguridad que perjudiquen, supriman o restrinjan los derechos que tengan reconocidos por disposiciones legales, convenios colectivos o contrato individual. No se permite ninguna forma de tráfico ilegal de mano de obra, ni de emigración fraudulenta, y se respetará siempre la legislación de extranjería y sobre la entrada y tránsito de extranjeros.

El Código recoge explícitamente, asimismo, que no se limitará indebidamente el ejercicio de los derechos de manifestación, asociación, sindicación y negociación colectiva en el marco de las normas reguladoras de cada uno de estos derechos fundamentales, y de conformidad con las leyes y prácticas internacionales, en particular, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas y los principios que proclama la Organización Internacional del Trabajo.

Cumplimiento en materia de Derechos Humanos

Como se ha explicado anteriormente, y con el fin de garantizar el cumplimiento de la Política de Derechos Humanos, el departamento de Auditoría Interna se encarga de supervisar los principios de actuación y las normas recogidas en la Política y, por tanto, es responsable de analizar cualquier irregularidad relacionada con la misma.

NH Hotel Group tiene disponible un canal de denuncias, con el objetivo de facilitar la denuncia ante cualquier posible irregularidad, incumplimiento o comportamiento contrario a la ética, la legalidad y las normas o principios que rigen en la Compañía.

Las posibles vulneraciones de los Derechos Humanos se gestionan mediante el Departamento de Auditoría Interna, responsable de la gestión del Canal de Denuncias del Grupo (codeofconduct@nh-hotels.com).

Además, la Compañía tiene habilitado un canal de comunicación externo específico para notificar, tramitar y gestionar las denuncias de proveedores (codeofconduct@coperama.com).

El procedimiento de notificación y tratamiento de posibles incumplimientos y denuncias del Código de Conducta será administrado por el Senior Vice President de Auditoría Interna del Grupo.

Durante 2021 no se ha registrado ninguna denuncia ni incumplimiento en relación con una posible vulneración de los Derechos Humanos.

Debida diligencia de los Derechos Humanos

NH Hotel Group continua su proyecto de Gestión de Riesgos en Derechos Humanos que se ha implementado en diferentes fases:



- En la primera fase, se llevó a cabo un proceso para identificar los riesgos de derechos humanos inherentes a sus operaciones globales; y la posterior publicación de la Política que incluye el compromiso de respetar y proteger los derechos identificados en la Compañía.

- En la segunda fase, se elaboró una Guía Corporativa en Debida Diligencia para los Derechos Humanos, como herramienta de apoyo en la aplicación del Protocolo en todas las operaciones de la Compañía. Esta Guía servirá como instrumento para aumentar el control y la eficiencia de los procesos, mitigar el riesgo de dañar la reputación y favorecer el correcto posicionamiento público de la Compañía.

- En diciembre 2021 se llevó a cabo el lanzamiento de la formación en Derechos Humanos. En una primera instancia, se envió a los General Managers y Front Office Managers de la Compañía, al ser los colectivos de empleados que por su posición

necesitan estar más familiarizados con las posibles vulneraciones de los Derechos Humanos, tanto para identificar posibles situaciones de riesgo cómo para saber cómo proceder ante un incidente de esta tipología.

- Como siguiente fase, se realizará una evaluación del riesgo residual de vulneración de los Derechos Humanos en NH Hotel Group, con el fin de definir los planes de acción para mitigar cualquier incumplimiento según la realidad de cada caso. En este análisis participaran todos los hoteles del portfolio. Gracias a este *self assessment*, se dará cobertura a la totalidad de compromisos públicos adquiridos por NH Hotel Group.

Fruto de este compromiso, se monitorizarán en el mapa de riesgos de la Compañía los riesgos en materia de Derechos Humanos, para poder traccionar procesos de mitigación o resolución oportunos. Con esta iniciativa se identificarán y evaluarán las situaciones y actividades con mayor riesgo (directo o indirecto) de impactar de forma negativa sobre estos derechos.

GESTIÓN DE RIESGOS

La gestión de riesgos forma parte de la cultura de NH Hotel Group y se integra de forma transversal en las operaciones de la Compañía.

Gobierno de la Gestión de Riesgos

El Consejo de Administración de la Compañía es el órgano responsable de la supervisión del sistema de gestión de riesgos, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Reglamento del Consejo de Administración.

Tal y como se regula en el artículo 25 b) Apartado 3 del Reglamento del Consejo de Administración de la Sociedad, la Comisión de Auditoría y Control apoya al Consejo de Administración en la supervisión de la eficacia del control interno, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los riesgos fiscales. En este sentido, como en años anteriores, en 2021, la Comisión de Auditoría y Control ha supervisado y validado la actualización del Mapa de Riesgos y la correcta implantación de los planes de acción que contribuyen a mitigar total o parcialmente los principales riesgos.

Por otra parte, el Comité de Dirección de la Compañía tiene, entre sus funciones, la gestión y control de los riesgos en función de la tolerancia al riesgo, la asignación de la responsabilidad de los principales riesgos, el seguimiento periódico de la evolución de estos, la identificación de acciones de mitigación, así como la definición de planes de respuesta. A estos efectos, el Comité Ejecutivo de Riesgos, formado por miembros del Comité de Dirección y Altos Ejecutivos, presta apoyo al Comité de Dirección en dicha supervisión, así como en la promoción de la cultura de riesgos en la Compañía. Para ello, la Compañía dispone de un manual interno de gestión de riesgos, actualizado en 2021, que detalla los principios, procesos y controles en vigor.

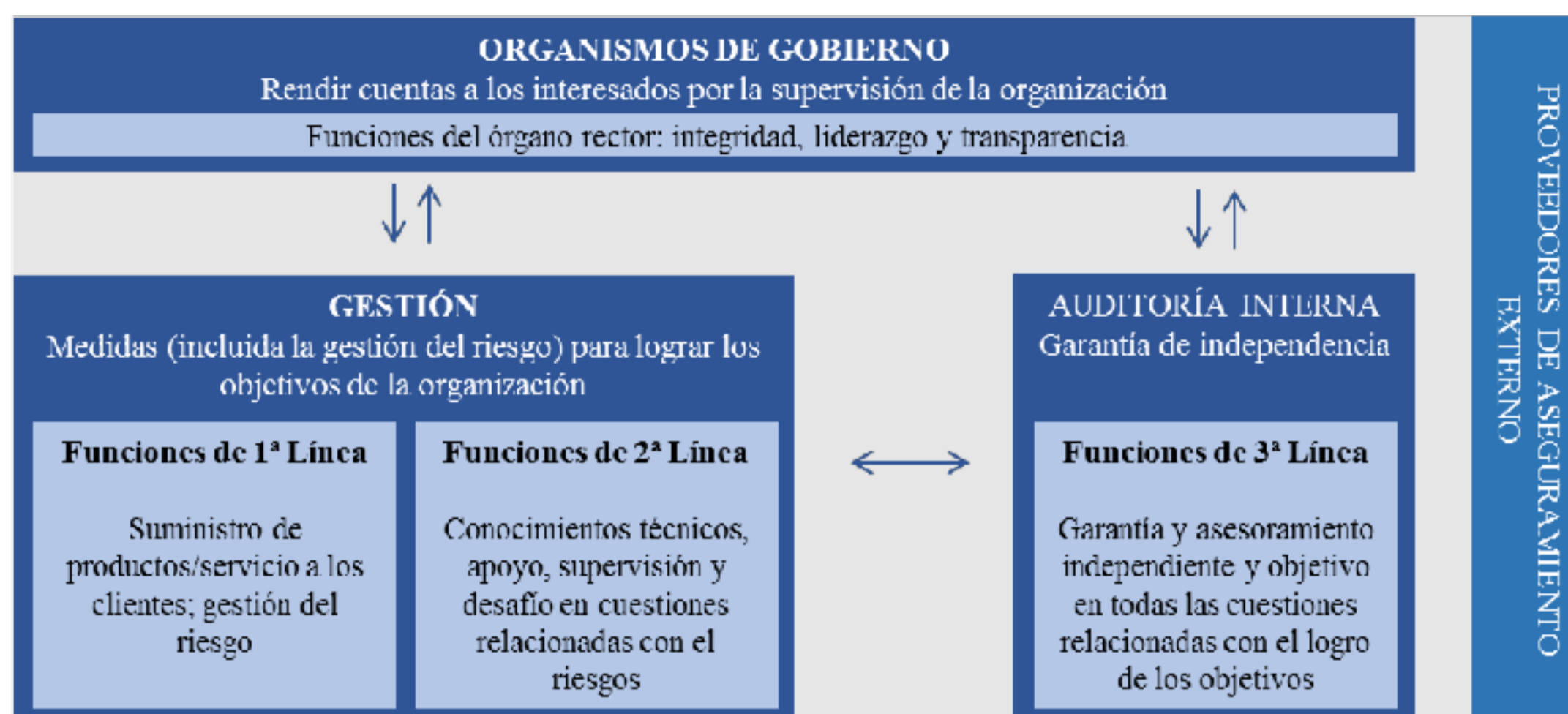
La función de Gestión de Riesgos, integrada en el departamento de Auditoría Interna, se encarga de velar por el correcto funcionamiento del sistema de control y gestión de riesgos en la Compañía y su vinculación a los objetivos estratégicos.

Para garantizar que no existen conflictos de independencia y que el sistema de control y gestión de riesgos de NH funciona tal y como está previsto en la Política Corporativa de Gestión de Riesgos, un tercero independiente revisa periódicamente su funcionamiento.

Además, como garantía de independencia, la función de Gestión de Riesgos es independiente de las Unidades de Negocio y, al igual que el departamento de Auditoría Interna, mantiene una dependencia funcional de la Comisión de Auditoría y Control.

En línea con lo anterior, NH Hotel Group sigue el modelo de las Tres Líneas actualizado en Julio 2020 por el Institute of Internal Auditors (IIA) a nivel mundial.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021



- Primera línea: realizada por las funciones (hoteles, unidades de negocio y corporativas) propietarias de los riesgos y de su gestión (Operaciones, Comercial, Marketing, Sustainable Business, etc.).
- Segunda línea: realizada por las funciones encargadas de la supervisión de los riesgos (Gestión de Riesgos, Cumplimiento, Protección de Datos, Control Interno, etc.)
- Tercera línea: a cargo de la función de auditoría interna que proporciona un aseguramiento independiente.

La Política Corporativa de Gestión de Riesgos de NH Hotel Group (aprobada en 2015 por el Consejo de Administración), así como el manual interno de riesgos que la desarrolla, tiene como objetivo definir los principios básicos y el marco general de actuación para la identificación y control de riesgos de toda naturaleza que puedan afectar a las sociedades sobre las que NH Hotel Group tiene un control efectivo, así como asegurar el alineamiento con la estrategia de la Compañía.

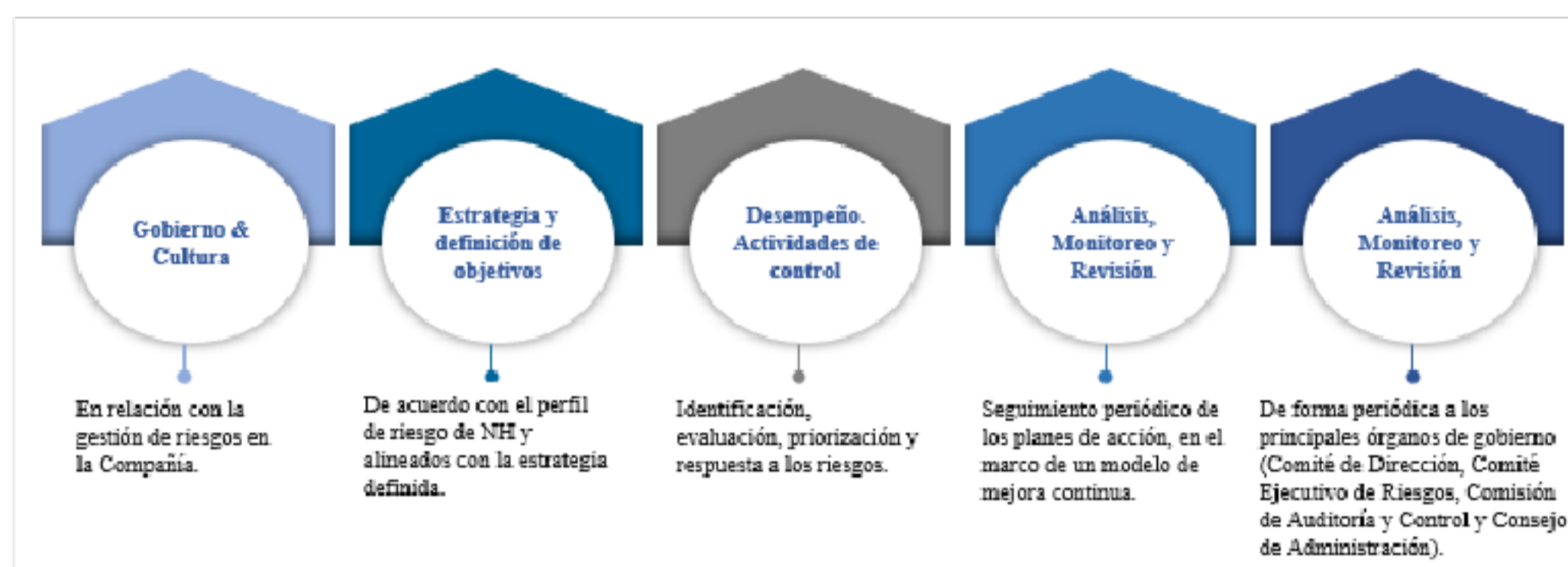
Modelo de gestión de riesgos

El modelo de gestión de riesgos de NH Hotel Group, que se encuentra desplegado tanto en la sede Corporativa del Grupo como en las Unidades de Negocio, tiene por objeto la identificación de aquellos eventos que puedan afectar negativamente a la consecución de los objetivos del Plan Estratégico de la Compañía, obteniendo el máximo nivel de garantía para los accionistas y grupos de interés y protegiendo los ingresos del grupo, así como su reputación, en el corto, medio y largo plazo.

El modelo establecido para la gestión de riesgos está basado en el marco integrado de Gestión de Riesgos Empresariales COSO ERM 2017 (Enterprise Risk Management), y comprende un conjunto de metodologías, procedimientos y herramientas de soporte que permiten a NH Hotel Group:

- Adoptar un adecuado gobierno en relación con la gestión de riesgos en la Compañía, así como promover una cultura de gestión de riesgos apropiada.
- Asegurar que los objetivos que se definen en la Compañía están alineados con su estrategia y su perfil de riesgo.

- Identificar, evaluar y priorizar los riesgos más relevantes que pudieran afectar a la consecución de los objetivos estratégicos. Identificar medidas de mitigación de dichos riesgos, así como establecer planes de acción en función de la tolerancia al riesgo de la Compañía.
- Seguir periódicamente los planes de acción establecidos para los riesgos principales, en el marco de un modelo de mejora continua.
- Reportar periódicamente el estatus de los riesgos principales y sus planes de acción a los principales órganos de gobierno de la Compañía.



Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización

El Mapa de Riesgos del Grupo es actualizado con carácter anual y aprobado por el Consejo de Administración, previa revisión y validación por parte de la Comisión de Auditoría y Control. En 2021, la Compañía ha actualizado su Mapa de Riesgos mediante un proceso en el que 28 Altos Ejecutivos de todos los Departamentos Corporativos y Unidades de Negocio identificaron y evaluaron los principales riesgos a los que se enfrenta la Compañía. Dicho Mapa fue aprobado por el Consejo de Administración en su reunión del 28 de julio de 2021.

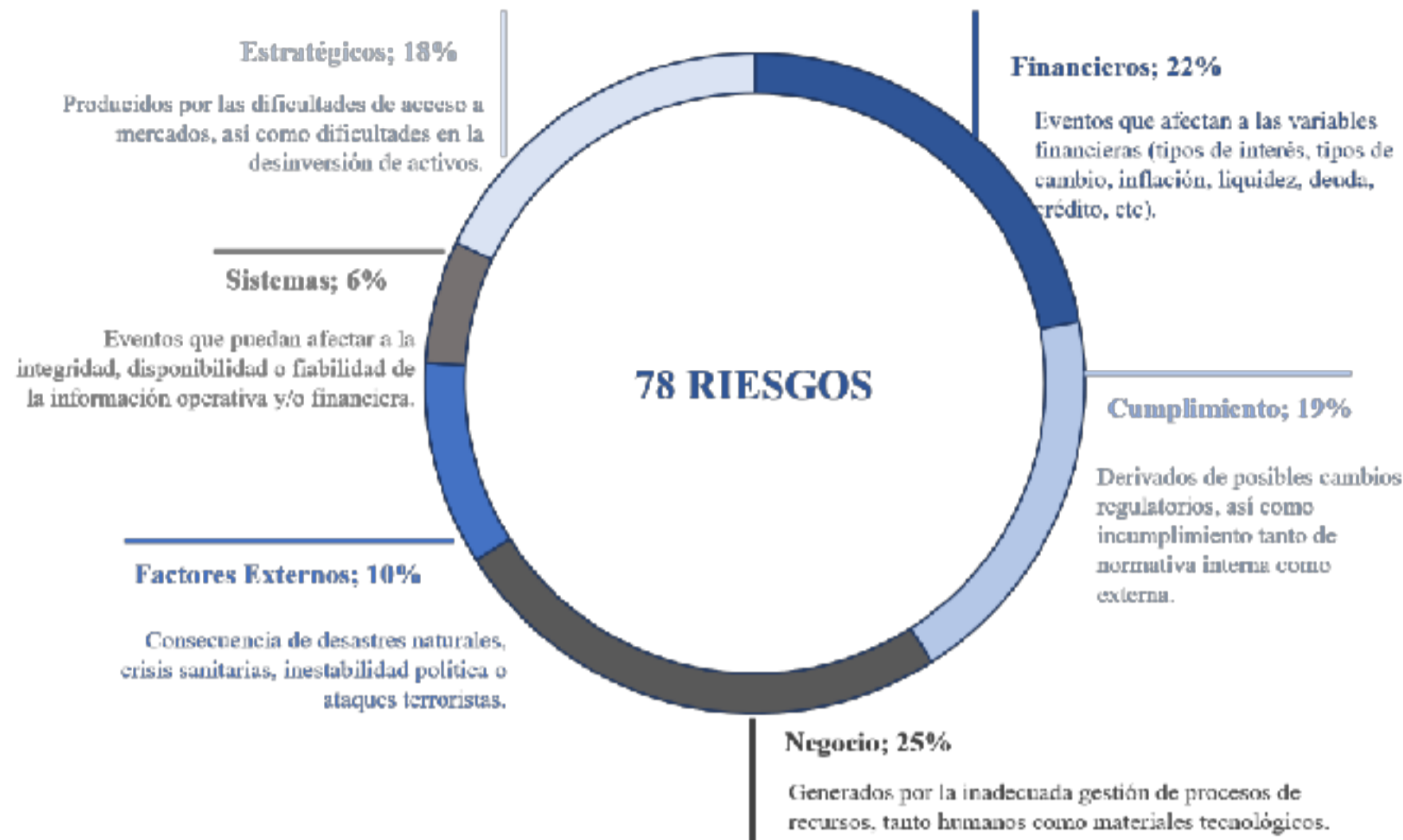
Para los principales riesgos del Mapa de Riesgos, la Comisión de Auditoría y Control recibe periódicamente el estado de implantación de los planes de acción acordados previamente.

De forma adicional, cada uno de los principales riesgos del Mapa de Riesgos de la Compañía es asignado a un gestor de riesgos (“*Risk Owner*”), que a su vez es miembro del Comité de Dirección.

Anualmente, con motivo de la actualización del Mapa de Riesgos, la función de Gestión de Riesgos se encarga de reevaluar el catálogo de riesgos, tanto financieros como no financieros. El catálogo definitivo es validado con los Altos Ejecutivos que participan en el proceso, así como con los órganos que participan en su validación (Comité de Dirección, Comité Ejecutivo de Riesgos y Comisión de Auditoría y Control) y aprobación (Consejo de Administración). Además, durante el año, los gestores de riesgos pueden reportar/sugerir un nuevo riesgo a la Oficina de Riesgos si lo consideran necesario.

A continuación, se muestran las seis categorías de riesgos en las que se clasifican los riesgos a los que está expuesto NH Hotel Group:

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021**

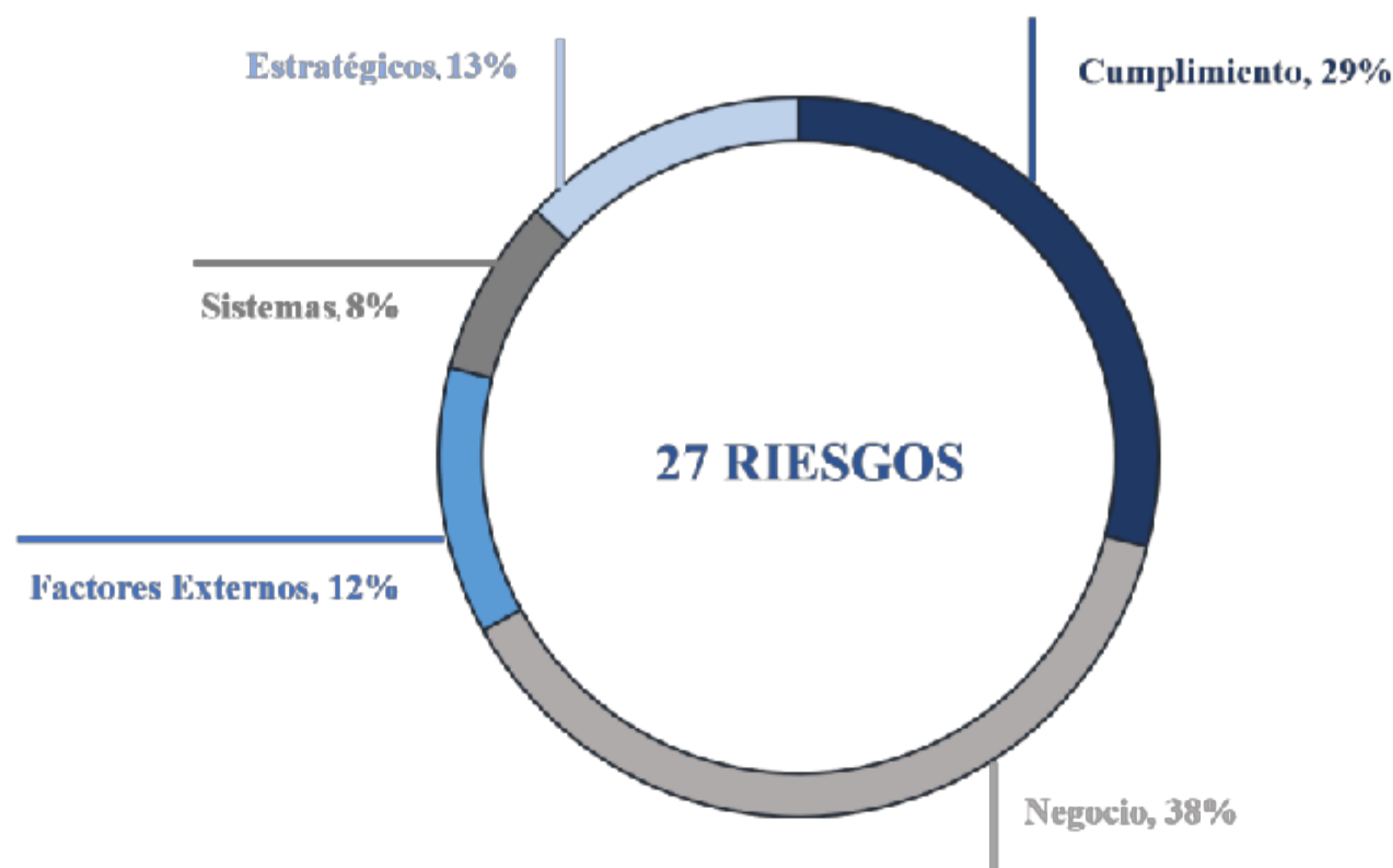


En línea con la metodología COSO, NH Hotel Group utiliza los conceptos de riesgo inherente y residual. Se entiende como riesgo inherente el nivel de riesgo existente sin tener en cuenta el efecto de mitigación de los controles implantados en la Compañía. Sin embargo, el riesgo residual sí tiene en cuenta el efecto de estos controles mitigantes, por lo que se conoce como el nivel de riesgo que persiste tras aplicar todas las medidas de control que existen en NH.

Riesgos ESG

De los 78 riesgos de los que consta el catálogo de riesgos de la Compañía, se ha llevado a cabo un análisis para identificar aquellos relacionados con criterios ESG (Environmental, Social and Governance).

Así, se ha determinado que 27 de 78 riesgos, un 35% del total de riesgos, tienen que ver con criterios Sociales, Ambientales y de Gobierno Corporativo. La mayor parte de ellos se encuentra en las categorías de riesgos “Negocio” y “Cumplimiento”.



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Factores de riesgo y medidas de control y gestión

Tendencia del riesgo (TR)	
↑	Aumento
↔	Estable
↓	Descenso

Categoría	Evento de riesgo	Descripción del riesgo	TR	Medidas de control y gestión
Negocio	Legislación laboral/convenios colectivos	Nueva legislación en materia laboral o cambios en las condiciones de los convenios colectivos, así como las diferentes interpretaciones que se puedan realizar de la legislación podrían tener un impacto significativo y afectar a las condiciones financieras y a los resultados del negocio.	↑	Presencia en asociaciones del sector turismo. Presencia en comités de expertos del sector. Relaciones institucionales con diversos organismos. Presencia de personal especializado de RRHH en la negociación de convenios colectivos. Colaboración con consultores especializados en RRHH.
Estratégicos	Canales de distribución (internos y externos) y maximización de ADR (<i>Average Daily Rate</i>)	Las agencias de viaje <i>online</i> (“OTAs” en inglés) y los distribuidores continúan ganando cuota de mercado y NH debe poner en marcha medidas para contrarrestarlo incrementando las ventas por canales directos (Hotel, Web, Central de Reservas) o renegociando las comisiones de las OTAs. La pérdida del control sobre el precio de los canales directos frente a otros canales de distribución también debe ser considerado dada la liberalización de herramientas y tecnologías de <i>scraping/crawling</i> en distribución y precio. Por último, es necesario asegurar que los proyectos relativos a la fijación de precios no se demoren para que NH pueda maximizar el ADR (<i>Average Daily Rate</i>) neto. También se debe considerar la capacidad para negociar condiciones comerciales.	↑	Existencia de un Comité de <i>Revenue Management</i> . Proceso optimizado de presupuestación. Análisis periódico de resultados vs presupuesto y definición de planes de acción. Proceso de control sobre las comisiones de intermediarios. Política corporativa de comisiones. Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar las ventas por canales directos (Hotel, Web, Central de Reservas). Programa de fidelización NH Rewards. Análisis de la competitividad de precios (paridad de precios vs agencias de viaje <i>online</i> (“OTAs” en inglés) y distribuidores). Herramientas tecnológicas para mejorar la fijación de precios y la gestión de ingresos. Cálculo optimizado del ADR neto empleando técnicas de Inteligencia de Negocio (<i>Business Intelligence</i>). Estrategia de diversificación de OTAs y renegociación de costes de intermediación. Análisis periódico de resultados de los competidores por mercado usando informes externos.
	Dependencia del segmento urbano y de negocios	Cualquier cambio en los patrones en este segmento afectará a la Compañía con posibilidad limitada de mitigar el efecto con otros segmentos.	↑	Existencia de un Comité de Expansión. Asistencia periódica a conferencias de inversión en el sector hotelero. Organización de encuentros periódicos con posibles inversores en desarrollo de proyectos hoteleros.
	Incapacidad para encontrar crecimiento adicional	Incapacidad de encontrar vías de crecimiento adicionales que permitan un crecimiento sostenible y resiliente que garantice el futuro de la Compañía. NH debe ser capaz de desarrollar y ejecutar un Plan de Expansión/Crecimiento adecuado para contrarrestar la reacción de los competidores y garantizar un crecimiento continuo.	↔	Existencia de un proceso documentado sobre expansión (contratos de alquiler y gestión). Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar el crecimiento de la Compañía por área geográfica, tipo de contrato, marcas, segmentos, etc. Puesta en marcha de la Oficina de Integración con Minor International (principal accionista). Aprovechamiento de Minor para desarrollar las marcas de NH en Oriente Medio y la región de Asia-Pacífico.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Categoría	Evento de riesgo	Descripción del riesgo	TR	Medidas de control y gestión
Cumplimiento	Privacidad de datos (RGPD)	Posibles incumplimientos del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), unido a la incertidumbre relativa al comportamiento y a la actitud del regulador ante potenciales brechas de privacidad, podrían comprometer los objetivos de la Compañía. Además, los costes y riesgos derivados de una inadecuada gestión y protección de los datos se incrementan a medida que las Compañías se enfrentan a brechas de seguridad cada vez más avanzadas.	↑	Revisión y actualización periódica de la matriz de actividades de tratamiento de datos para cada sociedad del Grupo NH. Procedimientos de “privacidad desde el diseño”. Creación de la Oficina de Protección de Datos apoyada por asesores especializados. Formación online de RGPD para todos los empleados. Existencia de un canal específico para comunicar posibles brechas de seguridad relacionadas con protección de datos. Existencia de un Plan de Recuperación de Desastres.
Financieros	Cambios en los estándares contables	Nuevas normas y regulaciones contables (p.ej. IFRS16, IAS29), así como interpretaciones variadas de las normativas contables en vigor podrían tener un impacto significativo en los estados financieros de la Compañía.	↔	Gestión de contratos a través de una herramienta informática de gestión de contratos que cubre la normativa IFRS16 en vigor. Asesoramiento especializado en nuevas normativas. Asistencia periódica a conferencias sobre cambios en normativas contables impartidas por asesores especializados (firmas de auditoría externa). Evaluación interna de los posibles impactos de las nuevas regulaciones contables. Cursos de formación sobre nuevas normativas contables para el personal interno correspondiente.
	Efectos adversos del tipo de cambio	NH opera en países sujetos a la fluctuación de los tipos de cambio (México, Colombia o Argentina) por lo que los resultados financieros podrían verse impactados.	↔	Monitorización periódica del impacto del tipo de cambio de las principales monedas locales. Planes específicos de repatriación de caja en moneda local a moneda fuerte (p.ej. USD). Estrategias específicas de gestión del efecto de tipo de cambio por país (p.ej. dolarización de ingresos), priorizando la cobertura natural (compras en la misma moneda que los ingresos).
	Efectos adversos de la tasa de inflación	NH opera en países como México, Colombia o Argentina en los que los resultados pueden verse impactados debido a las fluctuaciones de la tasa de inflación. Además, algunas de estas economías son hiperinflacionarias por lo que los costes operativos más relevantes (p.ej. rentas y salarios) podrían verse afectados negativamente (por ejemplo, el alquiler y los salarios)	↑	Seguimiento periódico de las negociaciones de convenios colectivos. Análisis y revisión de las principales fuentes de coste operativo (limpieza de pisos, restauración, energía, agua, etc.). Monitorización de la correcta aplicación de la normativa IAS29 debido a la hiperinflación en Argentina.
	Riesgo de tipos de interés	El 60% de la deuda financiera del Grupo está expuesta a la fluctuación de los tipos de interés (el 40% tiene tipos de interés fijos). La subida de los tipos de interés aumentará los gastos financieros del Grupo, lo que repercutirá en los resultados y los flujos de caja. Como estimación, un aumento de los tipos de interés de 25 puntos básicos supondría un incremento de los gastos financieros de unos 1,6 millones de euros. Además, la subida de los tipos de interés podría aumentar el coste de refinanciación de la deuda actual al vencimiento	NEW	Assessment of interest rate hedging instruments and reasonability of the economic / commercial terms.
	Reducción de las facilidades de crédito disponibles debido a la concentración en el sistema bancario	Dificultades para aumentar los instrumentos financieros como las garantías bancarias y los instrumentos de WK (confirming) para acomodar el tamaño actual y las futuras oportunidades de crecimiento	NEW	Diálogo continuo con bancos e instituciones financieras para identificar nuevos socios y encontrar el mejor esquema de financiación para NH. Diálogo continuo con los actuales prestamistas bancarios para aumentar este tipo de facilidades (en algunos casos se requiere una reducción de otras líneas de crédito ya que el límite de exposición es difícil de aumentar). Analizar nuevas soluciones del mercado de capitales a corto plazo (es decir, papel comercial). Se deben identificar nuevas entidades financieras locales a nivel nacional, ya que la mayoría de los prestamistas actuales no están dispuestos a aumentar su exposición. El posicionamiento de la compañía en ESG podrá ayudar a diversificar los productos de financiación.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Categoría	Evento de riesgo	Descripción del riesgo	TR	Medidas de control y gestión
Factores externos	Cambio de ciclo económico	La contracción de la economía global (o niveles bajos de crecimiento económico) podrían afectar negativamente a los ingresos y a la rentabilidad de NH, así como ralentizar el crecimiento futuro de la Compañía.	↑	Definición de un Plan Estratégico Comercial orientado a la diversificación y fortalecimiento de segmentos. Proyectos de optimización operativa y eficiencia. Estrategia de Reposicionamiento de Activos.
	Riesgos geopolíticos (terrorismo e inestabilidad política)	NH opera en países en los que existe riesgo de sufrir ataques terroristas. Esto podría provocar una reducción en las ventas debido al “efecto pánico” en el turismo. Podría impactar en los patrones de viaje/turismo a las áreas afectadas y suponer un incremento en los costes de primas de seguros y en seguridad. La ocurrencia de un atentado terrorista podría ocasionar daños en una o más propiedades de NH cuyo valor no se encuentra totalmente cubierto por la póliza de seguros en vigor. NH también opera en ciertos países sujetos a inestabilidad o incertidumbre política que podría afectar a las decisiones de negocio o a los resultados financieros (p. ej. Brexit, España/Cataluña, Italia, México, etc.). Esto también incluye el posible impacto de la Ley Helms-Burton sobre posibles demandas contra NH in tribunales de EE. UU. (Cuba, Sotocaribe, etc.).	↔	Existencia de un protocolo de comunicación en caso de crisis. Existencia de un Plan de Continuidad de Negocio y de un Plan de Recuperación de Desastres. Análisis trimestral de la situación económica y geopolítica en las regiones en las que opera NH y evaluación del impacto en las operaciones de la Compañía. Existencia de un Comité Ejecutivo de Riesgos. Proceso documentado de Gestión de Riesgos y Seguros.
Factores externos (cont.)	Nuevos competidores en el sector turismo	El uso y la popularidad de los proveedores de economía colaborativa, por ejemplo, Airbnb, ha crecido enormemente en los últimos años. Estas compañías compiten contra los proveedores tradicionales de alojamiento como hoteles u hostales y podrían impactar en la demanda de clientes hacia estos alojamientos tradicionales o incluso forzar a los modelos de alojamiento tradicionales a modificar su modelo de negocio o su estructura de costes para competir de manera efectiva. También se debe considerar la incertidumbre en el comportamiento y la actitud del regulador hacia estos nuevos modelos de alojamiento. Por otra parte, NH se encuentra sujeta a una intensa competición por parte de otras cadenas hoteleras, así como por operadores hoteleros especialistas o independientes. El incremento de la oferta hotelera en algunas de las principales ciudades en las que opera NH, así como la creación de nuevos modelos de negocio o el reposicionamiento de hoteles son ejemplos de iniciativas por parte de los competidores. Por último, grandes concentraciones de mercado debido a fusiones y adquisiciones podrían amenazar la cuota de mercado de NH.	↑	Presencia en asociaciones locales y/o nacionales del sector turismo. Presencia en comités de expertos del sector. Relaciones institucionales con diversos organismos. Proyectos piloto con herramientas tecnológicas para monitorizar los resultados de los proveedores de economía colaborativa en las principales ubicaciones urbanas en las que tiene presencia la Compañía. Iniciativas operativas orientadas a atraer familias a los alojamientos de NH e iniciativas especiales lanzadas para facilitar y aumentar la experiencia de los clientes corporativos (por ejemplo, el sitio web de NH Pro)
Sistemas	Ciberataques	El número de ciberataques continúa incrementándose de manera significativa a medida que los ataques se vuelven más sofisticados y los métodos de ataque se diversifican. El daño derivado de estos incidentes puede resultar en pérdidas financieras o en pérdida de propiedad intelectual, lo cual hace necesario reforzar las actuales estrategias de mitigación de ciber riesgos. Los ciberataques podrían ocasionar una pérdida de información sensible de negocio o de clientes (incluyendo datos de tarjetas de crédito), interrupciones de negocio, litigios derivados de interrupción de sistemas, así como otros costes y responsabilidades.	↔	Existencia de una Política de Seguridad corporativa. Pruebas periódicas de intrusión para detectar vulnerabilidades en los sistemas y comunicaciones. Medidas de seguridad perimetral. Análisis periódico de malware, virus, etc. Campañas de concienciación en ciberseguridad. Formación online de ciberseguridad para todos los empleados (obligatoria). Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información basado en estándares internacionales. Auditoría anual por parte de un externo del cumplimiento de la normativa PCI-DSS.
	Incapacidad para estar al día en tecnología	Las operaciones actuales de NH y su infraestructura tecnológica podrían no ser capaz de cumplir con las expectativas de rendimiento en relación con la calidad, operativa de negocio, coste e innovación tan bien como nuestros competidores,	↔	Existencia de controles periódicos para monitorizar el rendimiento de las plataformas tecnológicas de NH. Análisis recurrente para garantizar que las versiones de los sistemas se mantienen actualizadas.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Categoría	Evento de riesgo	Descripción del riesgo	TR	Medidas de control y gestión
		<p>especialmente aquellos competidores que han “nacido en la era digital” y con una estructura de costes reducida para sus operaciones, o incluso competidores con una larga trayectoria y con unas operaciones superiores.</p> <p>Por ello, NH necesita mantenerse actualizado en cuanto a desarrollos tecnológicos necesarios para soportar adecuadamente sus operaciones y su negocio y competir de manera efectiva.</p> <p>Por último, también se debe tener en cuenta la incapacidad de los sistemas y procesos de NH para cumplir con las demandas y la velocidad de crecimiento de la Compañía, así como la dificultad de disponer de los recursos necesarios para afrontarlo.</p>		<p>Asistencia a eventos y reuniones con proveedores y consultores especializados para estar al tanto de novedades tecnológicas.</p> <p>Análisis de requerimientos de negocio y tecnológicos y coordinación entre departamentos en proyectos de integración de hoteles en el portfolio.</p> <p>Análisis de rendimiento del proceso de reservas de clientes en la Web de NH y en la aplicación móvil.</p> <p>Revisión recurrente del tiempo de carga de la Web de NH en dispositivos móviles y de sobremesa.</p> <p>Iniciativa FastPass, combinación de tres innovadores servicios: Check-in Online, Choose Your Room y Check-out Online.</p> <p>Existencia de un Plan de Evolución Digital (DER).</p>
	Caídas de SAP/Web	<p>NH se encuentra en la actualidad operando con sistemas SAP tanto en el back-office como en el front-office. Si se produce una caída en SAP, NH podría no ser capaz de facturar a sus clientes o NH podría detener la actividad del departamento de administración. Además, los ingresos de NH dependen del éxito y la disponibilidad de la Web.</p>	↔	<p>Existencia de un proceso documentado que detalla las tareas y acciones a realizar a nivel operativo en caso de caídas (planificadas o no planificadas) del sistema para mitigar el impacto en la operación.</p> <p>Las medidas ya detalladas anteriormente para el riesgo de ciberataques (pruebas de intrusión, seguridad perimetral, análisis de malware y virus, etc.).</p>

Riesgos emergentes y nuevos desafíos

Los riesgos emergentes son riesgos que se prevé que tengan un impacto significativo en las operaciones y, por tanto, en los resultados financieros de la Compañía en el futuro a largo plazo (de 3 a 5 o más años), si bien puede ser que en algunos casos ya hayan comenzado a impactar al negocio de NH Hotel Group en la actualidad.

Por ello, durante el proceso periódico de supervisión y monitorización de riesgos en el Comité Ejecutivo de Riesgos y en la Comisión de Auditoría y Control, así como durante el proceso anual de identificación y evaluación de riesgos, la Compañía cuenta con los mecanismos adecuados para garantizar que los riesgos emergentes y nuevos desafíos son tomados en consideración y se les da una respuesta apropiada. El resultado último de este análisis se plasma en el Mapa de Riesgos Corporativo que es presentado anualmente al Consejo de Administración para su aprobación.

De forma adicional, los gestores de riesgos pueden informar en cualquier momento acerca de riesgos emergentes o nuevos riesgos que se detecten para que la Oficina de Riesgos proceda a su análisis y consideración.

A continuación, se describen los riesgos emergentes más relevantes que la Compañía ya ha detectado y en cuyo seguimiento y análisis, evaluación de impacto y mitigación está trabajando:

Riesgos emergentes considerados en 2021

Riesgos relacionados con patrones sociales de comportamiento | Economía colaborativa, preferencias cambiantes de los clientes, cambios demográficos

Ante los cambios en los comportamientos de los consumidores (con un cambio hacia opciones de autoservicio e intercambios de apartamento y casa) y la llegada en el mercado de nuevos jugadores cuyas ofertas y modelos de negocio alteran los códigos de la industria hotelera; NH Hotel Group necesita ampliar su oferta para diversificar las oportunidades propuestas a los viajeros y satisfacer mejor sus expectativas, mientras atrae nuevos huéspedes. Si el Grupo no detecta nuevos comportamientos de los consumidores y no responde rápidamente ofreciendo experiencias adecuadas a sus huéspedes, la cuota de mercado y el nivel de actividad se podrían ver afectados negativamente, con un impacto negativo tanto en ingresos como en beneficios.

El Grupo responde a estos cambios adaptando sus productos y servicios a las nuevas generaciones y nuevos negocios. El Grupo dispone de un Comité de Innovación dedicado a explorar nuevos negocios y oportunidades de innovación para fortalecer la experiencia del Grupo a la hora de ofrecer soluciones disruptivas específicas a los huéspedes y preparar el crecimiento a futuro.

Para aprovechar el creciente atractivo del mercado de marcas distintivas con una fuerte personalidad, que ofrecen un excelente entorno de trabajo para los nómadas urbanos y un lugar de encuentro ideal, el Grupo también ha optado por redoblar sus esfuerzos para expandir su marca nhow en uno de los segmentos de más rápido crecimiento de industria hotelera, denominada "estilo de vida".

Riesgos tecnológicos | Ciberataques, seguridad de la información, innovación tecnológica

Los negocios del Grupo se basan en una variedad de procesos y aplicaciones que apoyan tanto a los empleados como a los clientes cuando reservan sus estancias. Algunos de estos procesos y aplicaciones dependen de complejos sistemas de información e infraestructura de TI para la recolección, procesamiento y almacenamiento de cantidades crecientes de datos operativos y estratégicos que son esenciales para apoyar el proceso de creación de valor. Estos datos, que son recopilados, almacenados y procesados directamente por el Grupo o por proveedores de servicios externos, pueden sufrir daño accidentales o maliciosos. Los sistemas del Grupo podrían llegar a sufrir directamente o indirectamente las consecuencias de virus, denegación de servicio u otros ataques, fallas técnicas de hardware o software, sabotaje, intrusión o piratería que afecte negativamente la disponibilidad e integridad de los datos y la confidencialidad de los mismos. Estas amenazas también pueden originarse internamente debido a intenciones maliciosas, errores o derivadas de la posible obsolescencia de las infraestructuras. Cual sea el origen, cualquier alteración, robo, divulgación o indisponibilidad de los datos del Grupo podrían tener un impacto negativo en la consecución de sus objetivos estratégicos.

Garantizar la seguridad, protección y disponibilidad de los datos estratégicos es una prioridad para la Compañía. El Departamento de Seguridad de los Sistemas de Información tiene la tarea de proteger toda la infraestructura, los sistemas y las aplicaciones de TI necesarios para la Operaciones del grupo. Su función consiste en:

- i) prevenir intrusiones, virus y ataques mediante la administración de todo el hardware de seguridad de los sistemas dedicados y software y realizando pruebas de intrusión,
- ii) la realización de campañas de sensibilización y formación para los empleados (por ejemplo, alertar sobre los riesgos de phishing).

En el ámbito de los medios de pagos, cada año la Compañía renueva la certificación PCI DSS, factor clave en la prevención de riesgos que afecten a los datos bancarios de los huéspedes.

Adicionalmente, NH Hotel Group dispone de un plan de continuidad del negocio para garantizar la continuidad de las operaciones y preservar la confidencialidad de los datos.

Riesgos relacionados con el cambio climático | Desastres naturales, fenómenos meteorológicos extremos, regulatorios

En la mayoría de los países donde NH opera, el Grupo está expuesto al riesgo de eventos naturales extremos (como terremotos, inundaciones, nevadas y ciclones) cuya frecuencia y / o gravedad pueden verse amplificadas por el cambio climático.

La ocurrencia de tal evento podría tener un impacto directo e indirecto en los huéspedes y empleados, pero también en los negocios y activos del Grupo, afectando negativamente a su actividad y comprometiendo su situación financiera.

Proteger a los huéspedes y empleados es una prioridad para el Grupo. Por esta razón, las medidas de protección permanentes o temporales son implementadas tan pronto como se identifiquen estos riesgos, como evacuar hoteles de acuerdo con los procedimientos del Grupo. Para los riesgos sísmicos en particular, los simulacros son realizados periódicamente por los equipos en los países identificados (por ejemplo, México), para que puedan responder eficazmente en caso de un terremoto.

Además, los cambios regulatorios como el Green Deal y el paquete de medidas *Fit for 55* de la Unión Europea para adaptar la legislación europea a sus objetivos climáticos, tendrá un impacto para la

Compañía tanto en términos de inversiones como de renovación de hoteles o adquisición de nuevos hoteles.

Conscientes de los efectos del cambio climático, y con el fin de gestionar los costes operativos de manera más eficiente, el Grupo está tomando medidas para limitar las emisiones de carbono generadas por sus operaciones y toda su cadena de valor. Más información sobre la estrategia climática de NH Hotel Group en el apartado NH ROOM4 Planet.

Ciertos riesgos geopolíticos | Terrorismo, cambio de ciclo económico, inestabilidad política y, en menor medida, el Brexit

La evolución de la situación geopolítica expone al Grupo al riesgo de ataques terroristas, entre otros, en los países donde NH opera. La ocurrencia de tales eventos podría tener un impacto directo o indirecto en huéspedes, empleados, negocios y activos, y afectar negativamente a la consecución de los objetivos estratégicos de la Compañía. Además, actos de terrorismo, agitación política o estallido de guerra afectarían al turismo y al negocio del Grupo (al provocar una caída en números de huéspedes, cierres de hoteles y proyectos de desarrollo abandonados) en las regiones en cuestión, además de amenazar la seguridad de los empleados.

Proteger a los huéspedes y empleados es una prioridad para el Grupo. Para protegerlos de manera efectiva contra las principales amenazas identificadas, el Grupo ha desarrollado una estrategia de seguridad y protección alineada con la severidad de los riesgos estimados. La estrategia se basa en una organización, un sistema de monitoreo y seguridad y medidas de seguridad que evolucionan de acuerdo con la evolución de cada situación. Estas medidas están diseñadas para garantizar la seguridad de los empleados, invitados y activos, a la par que asegurar la continuidad de las operaciones. En caso de alerta, el sistema interno de gestión de crisis se activa inmediatamente para garantizar la seguridad de nuestros clientes y empleados. Los daños a la propiedad son cubiertos por el programa de seguros del Grupo.

Riesgos derivados de factores externos | Pandemias, huelgas tanto internas (personal de hotel) como externas (p.ej. controladores aéreos)

Las operaciones del Grupo pueden verse afectadas por la ocurrencia de epidemias en sus regiones de acogida o epidemias mundiales. En los últimos 24 meses, NH Hotel Group ha sufrido, como todas las compañías hoteleras del mundo, las consecuencias de la pandemia del COVID-19 que ha provocado una caída de la tasa de ocupación de los hoteles y de los eventos debido a las restricciones sanitarias en todos los países. Los ingresos se han visto negativamente afectados a pesar de que el grupo dispone de planes de contingencia y de continuidad del negocio que mitigan parcialmente la caída de ingresos a la vez que contribuyen a garantizar la salud y seguridad de sus clientes y empleados.

NH ROOM4 SUSTAINABLE BUSINESS

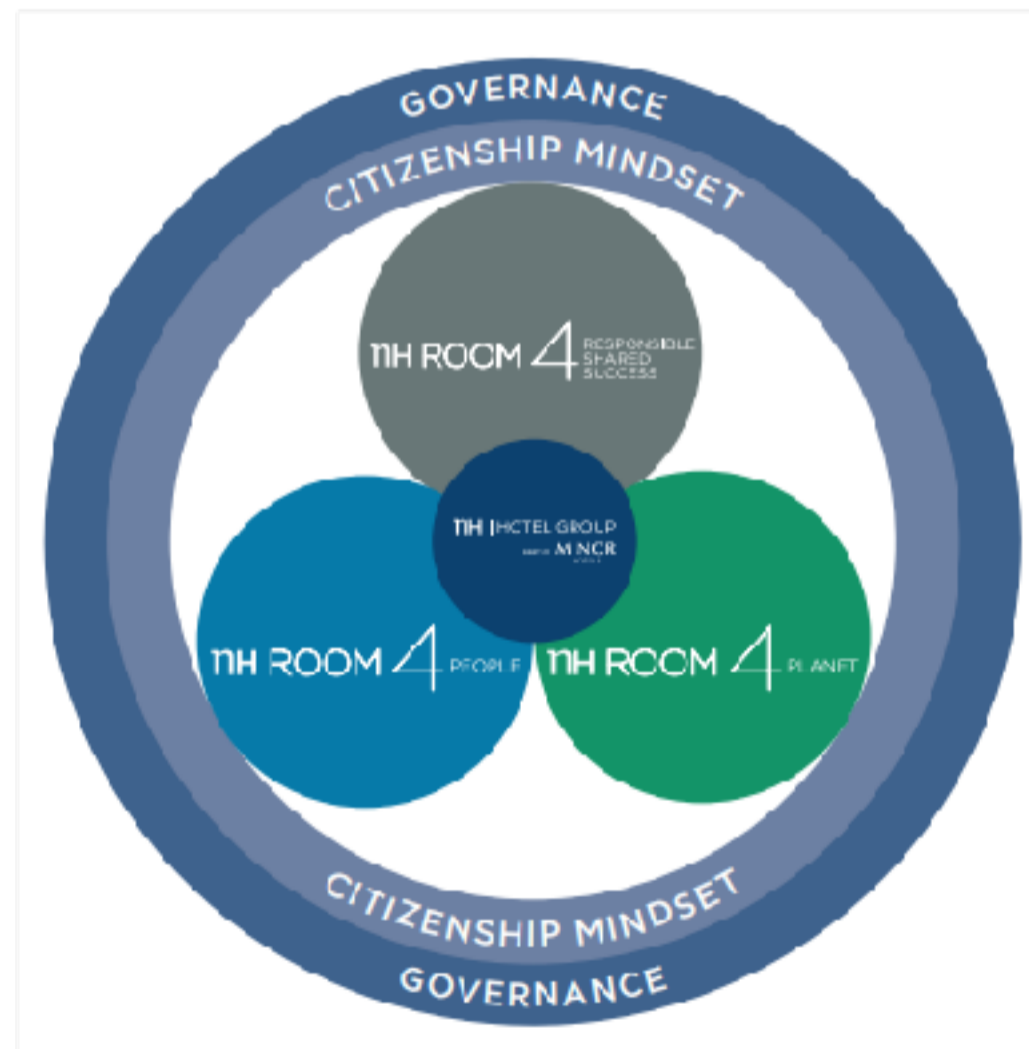
NH Hotel Group desempeña su actividad hotelera con la ambición de liderar el comportamiento responsable, creando valor compartido a nivel económico, social y medioambiental allí donde está presente. Con esta filosofía, en 2021 la Compañía ha dado continuidad a su estrategia, en el que uno de los pilares es **NH ROOM4 Sustainable Business**, parte clave de la estrategia global de la Compañía.

La visión estratégica de **NH ROOM4 Sustainable Business** a su vez se fundamenta en tres palancas de gestión fundamentales: **NH ROOM4 People**, **NH ROOM4 Planet** y **NH ROOM4 Responsible Shared Success**, todos ellos enmarcados bajo una misma premisa de **principios sostenibles y éticos, cultura responsable y espíritu de ciudadanía**.

Convencida de que avanza en la dirección correcta para lograr los próximos retos que se fije en materia de sostenibilidad, la Compañía se encuentra alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que puede contribuir, por lo que se compromete a continuar creando valor a largo plazo y a nivel global, en el marco de la Agenda 2030.

MODELO NH ROOM4 Sustainable Business

Para NH hotel Group, la estrategia está basada en “NH ROOM4 a better world”. En esta línea, la gestión de la responsabilidad corporativa de la Compañía, **NH ROOM4 Sustainable Business**, se tracciona a través de sus tres líneas de acción: **NH ROOM4 People**, **NH ROOM4 Planet** y **NH ROOM4 Responsible Shared Success**:



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021



NH Hotel Group promueve el desarrollo profesional interno y crea proyectos sociales en las comunidades donde está presente.



NH Hotel Group está comprometida con el medio ambiente y lo evidencia a través de productos sostenibles, la reducción de consumo y la lucha contra el cambio climático.



Hotel Group transmite los derechos humanos, éticos y empresariales en su forma de trabajar en toda su cadena de valor: clientes, propietarios y proveedores, promoviendo alianzas responsables.

GOVERNANCE

CITIZENSHIP MINDSET

Gobierno de la Estrategia Sostenible

Estructura organizacional con enfoque de Negocio Sostenible, para asegurar la implementación de la estrategia.

Accountability

Reporting en sostenibilidad y negocio sostenible como oportunidad para la mejora y monitorización continuas y la demanda de transparencia.

Corporate Governance & Compliance

Con el objetivo de transmitir los principios éticos y de Negocio responsable y el compromiso con los Derechos Humanos que guían la forma de trabajar de NH Hotel Group.

En su día a día, **cada empleado** puede hacer las cosas de forma más sostenible y bajo un espíritu de ciudadanía.

Activación de un **estilo de comunicación fluido** y del reconocimiento al compromiso responsable y sostenible de los empleados.

El **voluntariado** es la llave para desplegar el compromiso de *Sustainable Business* con los empleados. Sin su participación, ninguna iniciativa tendría el impacto deseado. NH Hotel Group está formada por apasionados por el servicio, y esa es su fortaleza.



Empleados

Promoción de la igualdad de oportunidades para ser reconocidos como una empresa líder en diversidad.

Comunidad

Empleo joven – Inversión en apoyo formativo y de carrera para jóvenes, especialmente aquellos en situación desfavorecida.

Hoteles con corazón – Continuar utilizando el potencial de NH Hotel Group como cadena hotelera para hospedar a niños hospitalizados y sus familias.

Cambio Climático

Lucha contra el Cambio Climático como núcleo de la planificación estratégica a nivel de negocio y de la gestión de riesgos de NH Hotel Group.

Energía y agua

Incrementar y mejorar la producción con energía verde con instalaciones in situ, fuentes de energía renovable y optimización del agua.

Residuos y economía circular

Trabajo con proveedores para crear oportunidades y sinergias en economía circular.

Clientes

Proporcionar una experiencia única y una oferta innovadora, e involucrar a los clientes en los proyectos sostenibles y responsables de NH Hotel Group.

Proveedores

Establecer un diálogo efectivo con proveedores para desarrollar soluciones innovadoras y sostenibles. Continuar incrementando los criterios sociales y medioambientales en la selección de *partners*.

Alianzas

Promover alianzas a largo plazo con todo tipo de organizaciones: otras empresas, administraciones públicas, organizaciones sin ánimo de lucro, organismos multilaterales...

NH Hotel Group, reconocida como una de las Compañías del sector más sostenibles del mundo

En 2021, NH Hotel Group ha participado por tercera vez en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2021 realizada por la agencia de inversión sostenible S&P Global. La evaluación genera un ranking mundial en desempeño sostenible de compañías de diferentes sectores.

La Compañía se ha situado en tercera posición del ranking, destacando como uno de los líderes más sostenibles del sector, con respecto a las Compañías pertenecientes al Dow Jones Sustainability Index. Este resultado consolida a NH Hotel Group como una de las empresas referentes en sostenibilidad de la industria a nivel mundial y avala la solidez de NH Hotel Group en el desempeño social, medioambiental y económico.

NH Hotel Group, que ha tenido un excelente desempeño en términos de sostenibilidad en los últimos años, continuará construyendo un Negocio Responsable, siendo este uno de los pilares de la estrategia de la Compañía.

Presencia de NH Hotel Group en índices y rankings de sostenibilidad



NH Hotel Group ha conseguido el tercer lugar entre las empresas hoteleras más sostenibles del mundo, consolidándose así, como una de las empresas referentes en sostenibilidad de la industria a nivel mundial, tras ser evaluada por tercer año por S&P Global, la agencia de inversión sostenible que evalúa a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index.

Los compromisos en este campo y la mejora que ha demostrado la Compañía durante este año le han llevado a recibir el reconocimiento Bronze Class en el Sustainability Yearbook 2022 de S&P Global.



Desde 2013, NH Hotel Group pertenece al índice FTSE4GOOD y renueva su presencia año tras año, gracias a la gestión responsable del negocio y las mejoras implementadas. El índice fue creado por la Bolsa de Londres para ayudar a inversores a integrar factores medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) en la toma de decisiones.



NH Hotel Group ha sido incluida por tercera vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2022, siendo la única hotelera española de entre las 380 empresas incluidas en el índice.

La Compañía ha obtenido sus mejores resultados en el pilar de la igualdad salarial y paridad, gracias a sus políticas de compensación basada en la igualdad de género y en la lucha en contra de la brecha salarial. Esto ha permitido confirmar aspectos ya conocidos como la presencia positiva de mujeres en todos los niveles de responsabilidad de la Compañía.



Carbon Disclosure Project reconoce el trabajo de las principales Compañías globales en la lucha contra el cambio climático. En el último informe publicado en diciembre 2021, NH Hotel Group obtuvo una calificación B en su ranking anual. Con esta puntuación, NH Hotel Group ve una vez más reconocida su visión pionera de ubicar la sostenibilidad como un valor estratégico de la corporación, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

El análisis de materialidad es clave en el proceso de gestión de la Responsabilidad Corporativa en NH Hotel Group, tanto para el reporte como para la definición de la estrategia, iniciativas y establecimiento del diálogo con los grupos de interés.

Los objetivos de la actualización del análisis de materialidad son los siguientes:

- Dar cumplimiento a los requisitos de la directiva de información no financiera.
- Determinar los aspectos relevantes para orientar la estrategia de Responsabilidad Corporativa de la Compañía.
- Dar respuesta a los requisitos de Global Reporting Initiative para el reporte de sostenibilidad.
- Identificar las expectativas de los grupos de interés como base para la gestión de la reputación.

En 2021 NH Hotel Group ha actualizado dicho análisis para definir los contenidos del presente Informe y priorizar los temas relevantes, partiendo del Estudio de Materialidad de 2020. El proceso consta de las siguientes fases:

Actualización de asuntos relevantes

Los asuntos materiales se identifican a partir de un análisis de fuentes internas y externas, que permite dibujar un listado preliminar de temas relevantes para NH Hotel Group y para sus grupos de interés.

El desarrollo del análisis de materialidad nos ha permitido identificar los asuntos más relevantes para cada uno de nuestros grupos de interés, definiendo los ámbitos o aspectos esenciales para la elaboración del presente informe, cuya cobertura permite evaluar el desempeño de la Compañía en estos ámbitos. En cuanto a la calidad de la información, buscamos siempre transmitir un equilibrio, reflejando tanto aspectos positivos como negativos de nuestro desempeño, a lo largo del ejercicio 2021, en los ámbitos de materialidad clave identificados. Por ello, hacemos pública la presente información de forma precisa, detallada, clara, comprensible y fiable, ofreciendo a nuestros grupos de interés la evolución temporal de los asuntos materiales para su conocimiento y comparabilidad con otras empresas o industrias.

Para la actualización de este año, se han identificado 25 asuntos materiales en base a un análisis del contexto actual, criterios ESG, análisis de tendencias globales, los estándares del Global Reporting Initiative (GRI) y la propia Agenda 2030 de Naciones Unidas. Como novedad, y en línea con las circunstancias actuales en las que se encuentra la Compañía, se ha incluido un análisis de tendencias que muestran el impacto de los asuntos en el corto, medio y largo plazo.

Estrategia y prioridades para NH Hotel Group

- Estrategia de Compañía.
- Estrategia *Sustainable Business*.
- Materialidad de NH Hotel Group 2020.
- Estado de Información No Financiera – Memoria Sustainable Business 2020.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS	– ODS en los que NH Hotel Group tiene impacto directo e indirecto y sus metas específicas.
Prescriptores y tendencias en el sector	– Objetivos clave en sostenibilidad definidos por la Sustainable Hospitality Alliance (SHA) – SASB’s Materiality Map ® – The Sustainability Yearbook 2021 de S&P Global. – Ranking Carbon Disclosure Project (CDP) – Cambio Climático

Posteriormente, se lleva a cabo una revisión semántica de los temas con el objetivo de vincular temas, conceptos o ámbitos afines entre sí, e integrarlos en términos propios del enfoque de negocio de NH Hotel Group y del sector hotelero. Los temas se han agrupado por los diferentes pilares de la Estrategia *Sustainable Business*.

Pilares Sustainable Business	Temas relevantes NH Hotel Group 2021
Governance	1 Crecimiento financiero sostenible.
	2 Entorno regulatorio.
	3 Plan de recuperación.
	4 Gobierno corporativo, ética empresarial y transparencia.
	5 Ciberseguridad y protección de datos.
	6 Protección de los Derechos Humanos y laborales.
	7 Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes.
	8 Innovación y tecnología.
	9 Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés.
NH ROOM4 People	10 Talento, formación y desarrollo profesional.
	11 Cultura de igualdad, diversidad e inclusión.
	12 Compromiso y participación de los empleados.
	13 Seguridad, salud y bienestar.
	14 Voluntariado corporativo.
	15 Impacto positivo en la comunidad y cultura local.
	16 Promoción del empleo joven.
NH ROOM4 Planet	17 Lucha contra el Cambio Climático.
	18 Gestión responsable de los recursos naturales y la biodiversidad
	19 Servicios sostenibles de hostelería.
	20 Gestión de residuos y economía circular.
NH ROOM4 Responsible Shared Success	21 Alianzas sostenibles.
	22 Cadena de suministro responsable y local
	23 Experiencias únicas para el cliente.
	24 Calidad del servicio y satisfacción.
	25 Fomento de la sostenibilidad entre los clientes.

Priorización

Los temas materiales se priorizan según dos variables:

- **Impacto en el negocio.** Peso de cada tema en la actividad empresarial de NH Hotel Group, teniendo en cuenta la estrategia, las tendencias del sector, los prescriptores sectoriales y en sostenibilidad, y la valoración de las diferentes áreas de la Compañía que tienen relación con grupos de interés, como Comunicación y RSC, Recursos Humanos, Medioambiente o Compras. Como se indicaba anteriormente, este año se ha añadido una variable adicional indicando la relevancia futura -mayor, igual, menor relevancia- de cada uno de los asuntos en los próximos cinco años.
- **Impacto en los grupos de interés.** Peso de cada tema entre los diferentes grupos de interés a partir de la información disponible de NH Hotel Group, las tendencias y preocupaciones sociales, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas –ODS–, y la conversación en medios de comunicación sobre dichos temas.

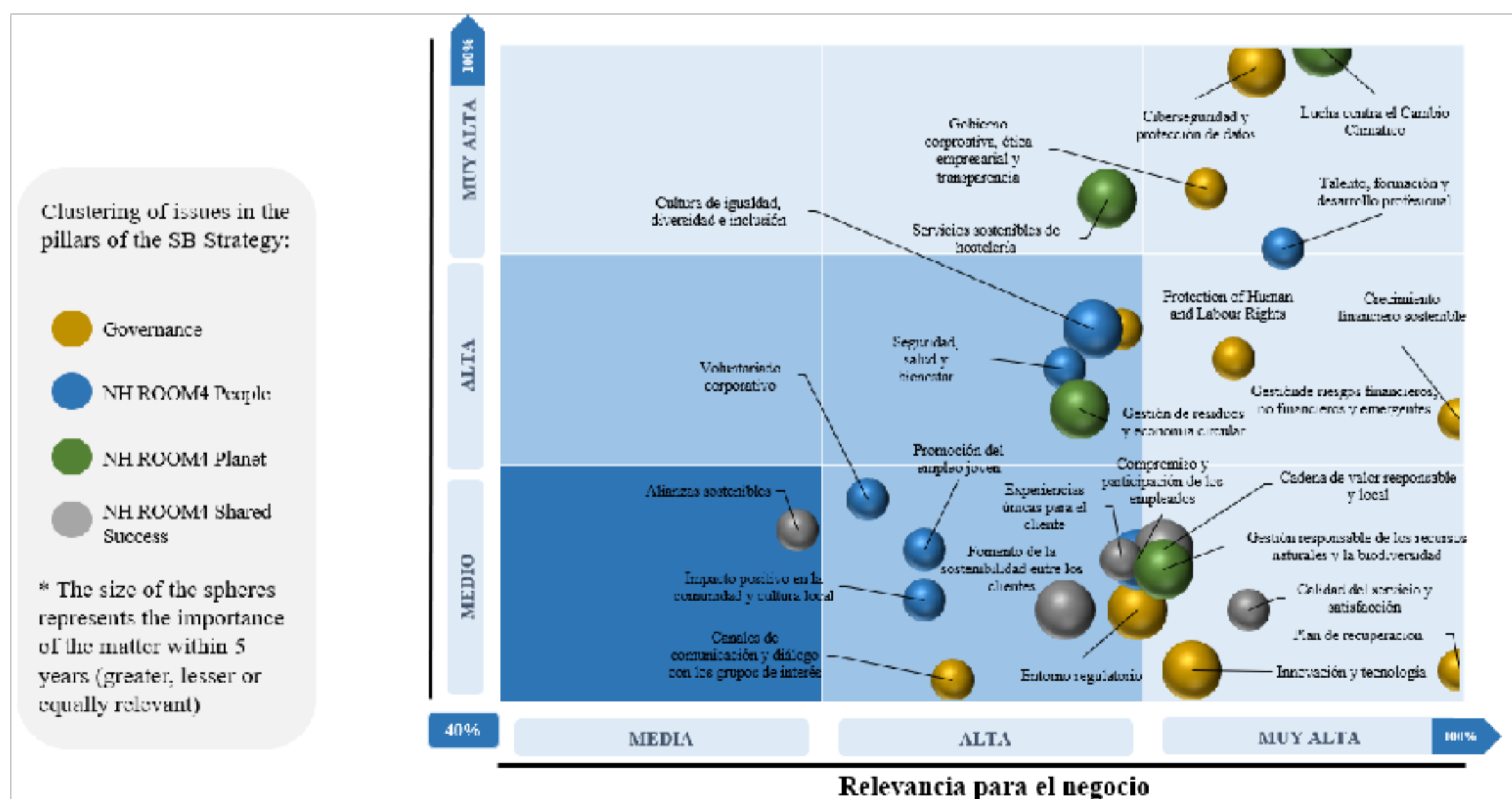
Validación y Matriz de Materialidad

La priorización es validada internamente por el Área de Sustainable Business de NH Hotel Group, con el objetivo de contrastar la relevancia de los asuntos materiales y su peso en relación con los objetivos de negocio.

El análisis de los resultados ha tenido en cuenta una ponderación tanto interna como externa. Con dicha priorización se elabora la Matriz de Materialidad para el Estado de Información No Financiera – Memoria Sustainable Business 2021, según los dos ejes de relevancia:

- Impacto en el negocio.
- Impacto para los grupos de interés externos.








Como se ha indicado anteriormente, este año se ha añadido una tercera variable de referencia, indicando si cada asunto tendrá mayor o menor relevancia en los próximos 5 años.



NH HOTEL GROUP Y LA AGENDA 2030

Con el propósito de enfocar el modelo de negocio a un modelo hotelero comprometido con el desarrollo sostenible, a través de la Estrategia *Sustainable Business* NH Hotel Group genera valor para los distintos stakeholders en los lugares en los que está presente. En este contexto, la Compañía tiene impacto y capacidad de influencia en un total de 12 Objetivos de Desarrollo Sostenible y apoya el objetivo del Acuerdo de París de luchar contra el cambio climático.

NH Hotel Group ha realizado un análisis de la contribución de la agenda a los ODS, que a su vez nos ha permitido identificar qué objetivos son más relevantes para la Compañía, tanto por su actividad, compromisos y su foco estratégico, como por diferentes factores externos contemplados.

Pilar de la Estrategia Sustainable Business	ODS relacionados	Principales indicadores en 2021
NH ROOM4 People	 	<ul style="list-style-type: none"> Protocolo <i>Feel Safe At NH</i> Condiciones de trabajo a distancia “Modelo Híbrido” Programa WITH YOU como apoyo al bienestar de los team members 372.611 mil € inversión en formación 74.759 horas de formación a empleados 8,5 horas de formación por empleado
		<ul style="list-style-type: none"> Presencia en el índice Bloomberg de Igualdad de Género 51% del total de plantilla son mujeres 44% de mujeres en puestos directivos
		<ul style="list-style-type: none"> 295,9 M€ Volumen de compras* Sueldos y salarios: 191,7 M€ Cargas sociales: 48,8 M€
		<ul style="list-style-type: none"> 344 hoteles con modificaciones para la accesibilidad. 85 empleados con discapacidad Más de 790 horas en voluntariado social 55 proyectos sociales. Más de 6.422 beneficiarios Más de 600 voluntarios
		<ul style="list-style-type: none"> -33% reducción de extracción de agua**
NH ROOM4 Planet		<ul style="list-style-type: none"> El 62% de la electricidad consumida anualmente proviene de fuentes de energía renovables 100% de electricidad verde en los hoteles del Sur de Europa

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Pilar de la Estrategia Sustainable Business	ODS relacionados	Principales indicadores en 2021
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ 161 hoteles certificados ▪ 48 hoteles con puntos de recarga instalados para coches eléctricos. ▪ 26 hoteles con servicio de alquiler de bicicletas.
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Política de Compras Responsables ▪ 1.756 proveedores han firmado el Código de Conducta. ▪ 83% Volumen de compras a proveedores locales ▪ 67% compras a proveedores homologados
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecimiento de objetivos aprobados por SBTi (Science Based Targets) ▪ 14 millones de amenities eliminados al año. ▪ -6% reducción de huella de carbono** ▪ -0,13% reducción de consumo energético** ▪ 1,6 M€ ejecutados para proyectos de eficiencia energética.
NH ROOM4 Responsible Shared Success		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adhesión al Pacto Mundial ▪ Presencia en índice FTSE4Good
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lanzamiento del Marco Básico de Sostenibilidad junto con otras cadenas hoteleras. ▪ Colaboración con 99 fundaciones y ONGs.

*Excluidos los gastos por arrendamientos pagados, comisiones y rappels por ventas y suministros, entre otros.

**Reducción con respecto a 2019 en términos absolutos. La atípica operativa de los hoteles durante la mayor parte del año, hace que las reducciones no reflejen el desempeño real de los datos ambientales.

NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CLIENTES



NH Hotel Group proporciona un servicio excelente y una oferta innovadora, e invita a sus clientes a participar e involucrarse en los compromisos éticos, sociales y medioambientales. En su compromiso con la sostenibilidad, NH Hotel Group busca integrar y hacer partícipes a los clientes de sus iniciativas de Sustainable Business, ya sea generando oportunidades para una contribución social o promoviendo comportamientos responsables con el medio ambiente.

FEEL SAFE AT NH

En NH Hotel Group queremos que nuestros clientes continúen disfrutando de nuestros hoteles y viviendo experiencias inolvidables. Por eso, creamos Feel Safe At NH, un conjunto de medidas certificadas por expertos en seguridad, que se han implementado en todos nuestros hoteles para que nuestros clientes, empleados y proveedores puedan seguir disfrutando de todos nuestros destinos, sin ninguna preocupación.

Con el fin de preservar la seguridad de clientes, empleados y partners, la Compañía puso en marcha distintas iniciativas y llevó a cabo la adecuación de cerca de 700 estándares, rediseñando completamente el ciclo experiencial del cliente.

Feel Safe at NH revisa toda la operativa de la Compañía y concentra todas las iniciativas bajo 10 líneas de actuación, que dan respuesta a las necesidades de los viajeros en la nueva realidad social provocada por COVID-19. Desde los procesos de limpieza e higienización de cada espacio del hotel, hasta nuevas soluciones digitales, procesos y protocolos para la gestión de la restauración, normativas de distanciamiento social, o el control de la purificación del aire y el agua, el plan de medidas ha incluido todos los aspectos que permitan la reapertura de hoteles con las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados.

Cada una de las propiedades de la Compañía tiene designado un experto en el nuevo proceso operativo Feel Safe at NH y es el responsable de liderar la implementación de este, así como de las formaciones de empleados. Por último, es responsable también de controlar el uso ecológico y responsable de los materiales de protección.

Experiencia NH

Como estrategia de Compañía, NH Hotel Group ha identificado la necesidad de apostar por el valor intrínseco de cada una de sus marcas. Por ello, se busca perseguir una máxima eficiencia en las inversiones mediáticas y mejorar la experiencia con el desarrollo de herramientas de análisis de Inteligencia de Cliente, la identificación de los “momentos de la verdad” y el apoyo a una experiencia en continuo rediseño e implementación, así como de la monitorización de su aceptación. En los últimos años, como consecuencia de la nueva estrategia de negocio de la Compañía, se han asentado las bases de calidad que caracterizan a NH Hotel Group.

Destaca a lo largo de este ejercicio el avance de la digitalización con foco tanto en la mejora de la eficiencia de procesos internos, como en la experiencia de cliente, así como en ofrecer soluciones tecnológicas a procesos existentes (que permitan al cliente reducir

las interacciones físicas con el personal del hotel si así lo desea), a la vez que contribuimos al compromiso de la compañía en materia de sostenibilidad.

Principales iniciativas en 2021

Instant Booking Tool	<p>Este proyecto permite reservas instantáneas de salas de reunión hasta 20 personas.</p> <p>De cara al cliente es un proceso de reserva ágil y transparente. Por otro lado, y de cara a procesos internos eliminamos la gestión de este tipo de reservas de la GEM. La reserva se hace en la web y genera un booking file directamente en TMS.</p> <p>Tenemos actualmente un piloto LIVE (NHC Berlin Friedrichstrasse) y estaremos trabajando en un rollout durante el primer trimestre del 2022.</p>
Duetto autopilot	<p>Duetto es un sistema novedoso que ayuda a gestionar el beneficio. En base al <i>pickup/forecast</i> /datos históricos, lleva a cabo unas recomendaciones de precio, con el fin de optimizar los ingresos.</p> <p>Gracias a autopilot, las recomendaciones se lanzan automáticamente a TMS y a los canales conectados 3 veces al día. De este modo se optimizan ingresos, el <i>workload</i> de los <i>revenue managers</i> y se mejora el <i>time to market</i>.</p>
Mobile Guest Service	<p>La digitalización de la información y servicios del hotel en una PWA (Aplicación Web Progresiva) accesible desde cualquier dispositivo del cliente (móvil, Tablet, PC) ofreciendo a los clientes la posibilidad de tener toda la información del hotel en sus manos: desde las instalaciones del hotel y horarios, a la posibilidad de pedir room service, reservar mesa en el restaurante, solicitar amenities extra, etc.</p> <p>Una iniciativa que genera beneficios en cuanto a sostenibilidad al digitalizar toda la información. Este servicio está actualmente disponible en más de 317 de los hoteles, en 25 países diferentes.</p>

Otras experiencias a destacar:

- **FASTPASS:** iniciativa cuyo objetivo principal ha sido ofrecer a los clientes la posibilidad de realizar tres innovadores servicios como el Check-in online, Choose Your Room y Check-out online, que ponen en manos del cliente todo el control sobre su estancia.

El valor añadido ha sido la inclusión de la funcionalidad “Choose your Room” donde se le da al cliente la opción de elegir su propia habitación explorando el plan arquitectónico del hotel, sin duda mejorando la experiencia de los clientes.

Asimismo, las funcionalidades de check in online y check out online nos permiten digitalizar ambos procesos, reduciendo el uso de papel y haciendo que nuestros huéspedes puedan realizar ambas interacciones cómodamente desde su smartphone.

La hoja de ruta relativa a **FASTPASS** para 2022 pivota sobre dos grandes palancas: por un lado, incrementar el volumen de uso de este servicio y, por tanto, continuar con el objetivo de reducción de consumo de papel (incorporando reservas realizadas a través de terceros, creando nuevos canales para que el cliente pueda acceder a estos servicios...), por otro lado, mejorar

la experiencia del usuario (ofreciendo la posibilidad de elevar la categoría de su habitación, reserva de otros servicios o integrando nuevos métodos de pago). Además de ello, a futuro está prevista la integración dentro de fastpass de la llave digital (que permitirá al huésped abrir la puerta de su habitación con su teléfono móvil) para lo que en 2022 se analizará la solución de mobile key óptima para este desarrollo.

- **Tablets in Reception:** Con el fin de continuar a la vanguardia de la innovación y ofrecer los mejores servicios a sus clientes, NH Hotel Group presenta Smart Tablet in Reception, una nueva propuesta que reduce elementos físicos de contacto y tiempos de permanencia en la recepción de los hoteles, mejorando así la experiencia del cliente al digitalizar todas las fases de los procesos durante el check-in y check-out. Se han redefinido los procesos de registro y salida de nuestros clientes con un enfoque claro a la mejora de estos touchpoints, tanto a nivel operativo, como experiencial.

Este proyecto permite a nuestros huéspedes realizar los procesos de check in y check out a través de una tablet conectada a nuestro PMS, de manera que:

- Se facilita la revisión de los datos de su reserva, datos de contacto o facturación sin necesidad de imprimir papel y corrigiendo posibles errores en el mismo momento.
- Posibilidad de actualizar la política de GPRD y NH Rewards desde la propia tablet.
- Firmar la ficha de registro y de policía (si aplica) desde este dispositivo (firma digital).
- Digitalizar los procesos de check in y check out.

Con *Tablets in Reception* logramos los siguientes objetivos:

- Mejorar la experiencia del cliente.
- Conseguir unos procesos paper free.
- Mejorar la calidad de nuestro CRM y mejorar la captación de NH Rewards.
- Digitalizar el proceso de almacenamiento de datos de cliente (GDPR/Policía).
- Mejorar la eficiencia de estos procesos.

Durante el ejercicio 2021 se ha realizado una primera implementación del proyecto con el fin de detectar e implementar mejoras en el proceso. Tras ello, para 2022 se ha definido una fase de despliegue que nos permitirá avanzar en la consolidación de los objetivos definidos, además de continuar mejorando la usabilidad del mismo. Adicionalmente, está prevista la realización de un piloto que permita dar movilidad a este proceso, pudiendo realizar los procesos de check in o check out en diferentes espacios del hotel.

- **Pet friendly:** una experiencia completa para los clientes que viajan con sus mascotas. Esta nueva promesa operacional para mascotas ofrece a nuestros huéspedes la certeza de que viajar a un hotel NH con su mascota es posible y cómodo, lo cual es especialmente relevante en la actualidad dado el creciente número de personas que deciden viajar con su mascota. Ofrecemos una política de mascotas homogeneizada a nivel mundial, convirtiendo nuestra cadena de hoteles en una *pet-friendly*.
- **Room Office:** Se ofrece la posibilidad de alquilar una de nuestras amplias y cómodas habitaciones para usarla como oficina. Proporcionando un espacio tranquilo, con todo el equipamiento necesario: escritorio, silla de oficina, wifi, baño privado, televisión, y

posibilidad de contratar servicios adicionales tales como bebida, almuerzo o cualquier otro servicio de F&B. Dentro de esta propuesta, también se ofrecen los espacios habituales del hotel para mantener reuniones o sesiones de trabajo tales como las salas.

- **City Connection:** una iniciativa que permite a nuestros huéspedes acceder a todos los demás lobbies de nuestros hoteles dentro de la ciudad y disfrutar de algunos de nuestros servicios y áreas comunes, dando un valor añadido principalmente a nuestros huéspedes de ocio. El objetivo es mejorar la experiencia de viaje al alojarse en NH, ofreciendo a nuestros huéspedes la posibilidad de tener un lugar de confort por toda la ciudad (descansar, usar la conexión wifi, tomar una copa, dejar el equipaje...), pudiendo entrar a disfrutar de cualquier servicio en cualquier NH de esa ciudad.
- **PressReader:** enmarcado en los objetivos de reducción de consumo de papel y mejora de la experiencia de nuestros huéspedes, contamos con *PressReader*, plataforma digital que ofrece a nuestros clientes acceso ilimitado a periódicos y revistas nacionales e internacionales durante su estancia, sustituyendo la prensa física por una alternativa digital.

SMART SPACES

Smart Spaces es la nueva propuesta B2B de NH Hotel Group. Espacios exclusivos para trabajar y organizar pequeñas reuniones de negocios en localizaciones únicas, principalmente lobbies de los hoteles y salas de reuniones, con todas las comodidades y servicios de los hoteles de categoría media y alta de la compañía.

Smart Spaces permite trabajar todo el día relajadamente en un ambiente seguro y exclusivo, organizando la reunión con un paquete exclusivo de servicios, entre ellos, Wi-Fi ilimitado, guardarropa en la recepción, con impresora láser, 2 botellas de agua de cortesía o monitor HD con webcam.

Esta propuesta de valor permite que los huéspedes puedan trabajar cómodamente desde nuestros hoteles, optimizando desplazamientos, viajes y gastos.

En el marco de esta iniciativa y profundizando en las nuevas tendencias laborales que han surgido en los últimos años, NH Hotel Group afianzó también el concepto de “*NH Room Office*” en la Unidad de Negocio de América, concretamente en el NH Collection Bogotá Teleport Royal como piloto. Meses después y tras el éxito de esta innovadora propuesta, la Compañía ha extendido ‘*NH Room Office*’ a otros países de América y Europa.

Videollamadas, preparación de presentaciones o impartir cursos de formación online... trabajar desde casa no es la mejor solución para todas las tareas. Por eso la Compañía ofrece la posibilidad de alquilar una tranquila habitación de hotel con un agradable espacio de trabajo, a partir de media jornada. Este nuevo concepto permite a los clientes trabajar con todo el equipo necesario y preservar la distancia sin tener que estar en un centro de negocios o ir a la oficina.

EXTENDED STAYS

Consiste en un paquete de estancia ampliada que garantiza la mejor oferta para utilizar todas las instalaciones de nuestros hoteles, para estancias de a partir de 7 noches. Este tipo de propuesta de

valor está diseñada para viajeros que necesitan o prefieren quedarse en un destino y hotel para proyectos de larga duración, ahorrando en gastos de desplazamientos recurrentes a larga distancia.

FULL BUYOUT

Se trata de una propuesta de NH Hotel Group que permite reservar un hotel completo o solo una parte del mismo para uso personal de una empresa o huésped. Un servicio totalmente personalizado que garantizará privacidad, seguridad y, sobre todo, una experiencia memorable.

OUTDOOR SPACES

Espacios espectaculares y zonas para eventos al aire libre donde los clientes recuperarán la energía y disfrutarán con las vistas, tanto si es una actividad corporativa como si se trata de una sesión creativa en equipo, una recepción o un acto social. Desde terrazas con vistas a la montaña, a enclaves urbanos o al mar hasta azoteas, jardines y piscinas para encontrar el lugar perfecto en el que organizar una reunión o evento, respetando las medidas de seguridad requeridas en los últimos tiempos por las autoridades sanitarias.

NH+ BUSINESS PROGRAM

NH+ Business Program es un programa creado para apoyar a las empresas con beneficios exclusivos, un programa que apoya la recuperación de los negocios afectados por los años de pandemia. Cuantas más pernoctaciones se realicen con la compañía, más ventajas se obtendrán. Entre otras, con NH+ se podrán disfrutar, dependiendo de la categoría y reservando a través de la web profesional de NH (NHPRO.com), de hasta un 25% de descuento en alojamientos en los hoteles del grupo, descuentos en sus *parkings*, servicio de *Wi-Fi premium*, *late check-out* o *early check-in*.

NH PRO

La plataforma online NHPRO.com es un único espacio digital exclusivo para viajeros de negocio, que tiene como objetivo simplificar y facilitar las tareas administrativas de los profesionales y dotarles de nuevas funcionalidades para desarrollar su negocio. Permite, entre otros, consultar información sobre la oferta de NH Hotel Group para segmento B2B, acceder a tarifas especiales, gestionar reservas de viajes o planificar eventos. El lanzamiento de esta herramienta se enmarca dentro de las iniciativas de digitalización acelerada de la propuesta de valor de NH para que nuestros clientes puedan ahorrar tiempo y recursos.

Innovación gastronómica

NH Hotel Group tiene una firme apuesta por la alta gastronomía, la innovación y las aplicación de las últimas tendencias del sector, por lo que el proceso de innovación y desarrollo de estándares gastronómicos exclusivos ha sido una constante en la Compañía, pero durante el año 2021 y debido al impacto que ha tenido en el área de F&B el COVID-19, se han focalizado las actuaciones de innovación en la aplicación de acciones y estándares que ayuden a proteger a nuestros huéspedes, incrementar la seguridad alimentaria, mejorar la sostenibilidad y apoyar a colectivos dañados por la pandemia.

Las normativas locales de actuación frente al virus han delimitado los tipos de servicios disponibles en cada región o país, por lo que se han adecuado los estándares tradicionales de la compañía a estas regulaciones, así como a las recomendaciones de la OMS, realizando en estas adaptaciones diversos procesos innovadores que permitan a NH mantener la diferenciación,

mejorar la experiencia del cliente en servicios limitados y la aplicación de nuevas técnicas o servicios.

Se han mantenido los procesos en los que se aplican propuestas innovadoras dentro del entorno COVID-19, que se pusieron en marcha el año pasado y se han mantenido durante este ejercicio:

- F&B Mobile Guest Service, desarrollando una aplicación APP en el móvil a través de la cual el cliente puede ver todos los servicios disponibles, realizar pedidos o reservar su mesa en nuestros restaurantes.
- The Box, adaptación del servicio de desayuno en habitación, con una presentación atractiva y ampliadas garantías higiénicas.
- Breakfast NH, adaptación del famoso desayuno de NH a las nuevas normas requeridas y para las que se han desarrollado 3 modelos de servicios (A la carta, Servicio de Buffet asistido o Buffet Mono-packed), que se adaptan a cada normativa local manteniendo los valores tradicionales de nuestros desayunos en calidez, uso de producto local, variedad y de alimentación saludable.
- Meetings & Events, adaptación de toda la oferta gastronómica a los nuevos requerimientos para garantizar la seguridad e higiene en nuestros eventos.
- Servicio Take away, creación de un nuevo servicio adaptado a las circunstancias de movilidad, para almuerzos y cenas durante periodos de restricciones en restaurantes.
- Menús de Empresa y Particulares Delivery, con entrega en oficinas y domicilios en fechas especiales.

Cabe destacar que durante el año 2021 y debido a los daños producidos por la pandemia, NH Hotel Group se ha comprometido en F&B a mejorar la sostenibilidad y apoyar a colectivos especialmente impactados por la COVID-19. Algunos ejemplos de las nuevas acciones realizadas han sido:

- Mejora de la sostenibilidad en F&B a través de un nuevo proceso que incrementa la eficiencia en la gestión de los recursos y aprovechamiento de los excedentes de producción en cocinas. Para ello, se ha comenzado a colaborar con diversas start-ups de comida que reutilizan estos excedentes dando salida al producto no consumido en el hotel.

NH Hotel Group mantiene una oferta gastronómica excepcional ofrecida por chefs galardonados con 8 estrellas Michelin, que en algunos casos han adaptado sus servicios al entorno COVID-19 con nuevas propuestas:

- Dabiz Muñoz, 3 estrellas Michelin con DiverXO en NH Collection Eurobuilding. Durante 2021 Goxo, un nuevo concepto del chef, ha debutado en NH Collection Barcelona Constanza.
- Paco Roncero, 2 estrellas Michelin con Paco Roncero Restaurante. Durante este año ha reinventado su concepto del Taller creando un espacio conceptual único en el que se elevan la gastronomía multisensorial y la sostenibilidad (Paco Roncero Taller).
- Chris Naylor, 1 estrella Michelin con Vermeer en NH Collection Barbizon Palace, creación del servicio Delivery para estrella Michelin en Holanda.
- Randy Karman, 1 estrella Michelin, con White Room en NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky.
- Marcos Morán (1 Estrella Michelin) chef asesor en Hispania Brussels, NH Collection Grand Sablon.

EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE CALIDAD EN 2021

Una parte esencial en el proceso de mejora continua de la experiencia del cliente es la monitorización de la calidad percibida y de los planes de acción. Un ejemplo destacado de herramienta de medición es el Quality Focus Online, que permite monitorizar las reseñas de clientes a través de canales internos y de los canales online.

Entre las principales mejoras de la herramienta en 2021, se han hecho mejoras internas de usabilidad, mejorando el contenido de alguna de las pestañas para ayudar a visualizar a la vez datos globales de NPS (Net Promoter score) y de competencia de todos los hoteles. Además, conociendo la importancia que en los últimos años está alcanzando Google, se ha incluido la opción de responder al apartado de Preguntas y Respuestas directamente desde la herramienta, lo cual nos facilita dar respuesta a todos los clientes y mejorar nuestra presencia en Google maps.

Así mismo para mantener los altos niveles de exigencia de la Compañía en calidad y satisfacción del cliente y seguir manteniendo las máximas garantías de seguridad para clientes y empleados, este año se ha seguido usando el check list de control creado en el 2020, para que por medio de los Health & Safety Managers, personas designadas en el Feel Safe at NH plan como los responsables de verificar y gestionar dicho plan en cada hotel de cada Unidad de Negocio de NH Hotel Group, realicen los chequeos correspondientes en cada centro e identifiquen áreas de mejora para poner en marcha las acciones correctoras necesarias.

Para dichos controles, al igual que para las visitas de calidad de Experiencia de cliente que durante este año han vuelto a retomar los equipos de calidad locales, se recurre a la ya existente herramienta de calidad, la app móvil denominada Iristrace.

Con la intención de entender cada día mejor a sus huéspedes, se continúa utilizando los servicios de Trust You como herramienta de análisis semántico que permite tener una mayor visibilidad de lo que opinan los clientes sobre NH Hotel Group, y que ha ayudado un año más a identificar las principales áreas de mejora, tanto en servicio como en producto.

Principales indicadores de calidad

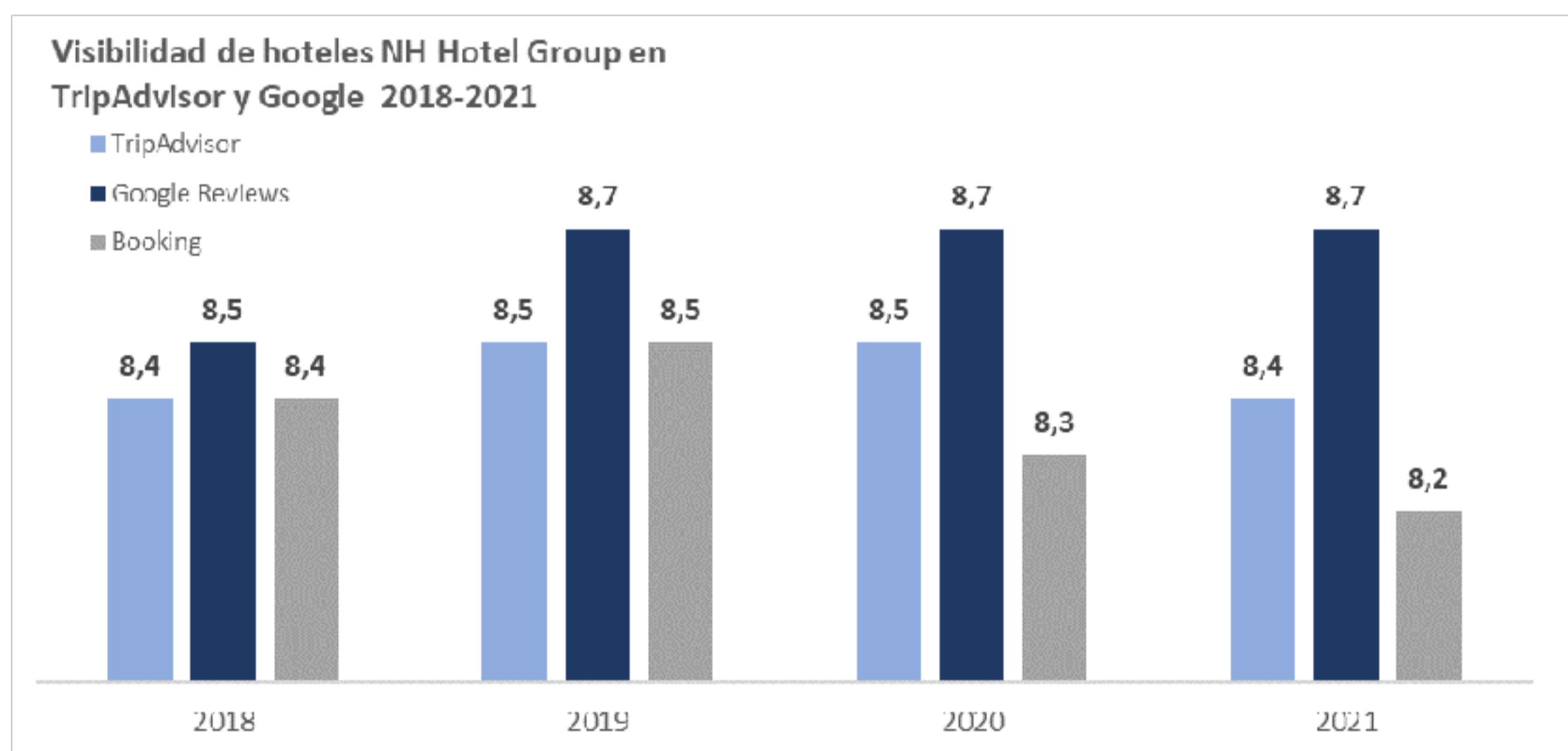
	2021	2020	Variación (en %)
Valoración encuesta NH Hotel Group (escala 1 a 10)			
General	8,6	8,7	-1,1
Servicio	9,1	9,2	-1,1
Nº de Valoraciones Encuesta NH*	84.218	62.920	33,8
Valoración on line (escala 1 a 10)			
General	8,3	8,4	-1,2
Servicio	8,9	8,9	0,2
Nº de Valoraciones Encuestas on line	312.562	268.878	16,2

Impactos en la visibilidad y percepción de Calidad

Como novedad durante este año 2021, NH Hotel Group ha desarrollado una herramienta interna que trata de predecir cuáles son las áreas que más impactan en la experiencia de cliente, basándose en las diferentes valoraciones de las subcategorías (habitación, limpieza, alimentos y bebidas...) con las que nos ha puntuado en la encuesta de satisfacción interna.

La idea surgió con el objetivo de crear patrones predictivos que además pudieran generar porcentajes de influencia de cada una de las subcategorías evaluadas. Estos porcentajes de influencia, además, permiten a los hoteles priorizar qué subcategoría importa más al cliente a la hora de determinar la nota global de un hotel, priorizando dichas subcategorías en sus planes de acción operativos.

La percepción global de la calidad de la compañía ha decrecido $-0,1$ puntos respecto al año anterior, siguiendo afectada por la crisis sanitaria y las constantes restricciones por país. El año 2021 se cerró con una bajada de la nota global hasta el 8,4 ($-0,1$ vs 2020). En relación a la nota global de valoraciones online, ésta ha caído hasta el 8,3 ($-0,1$ respecto al mismo periodo año anterior). El año 2021 ha supuesto un ligero descenso en la nota de Booking y de TripAdvisor, con una bajada de $-0,1$ respectivamente respecto al año anterior.



Respecto al dato por marca, el impacto también está en línea con las notas globales, teniendo en sus marcas principales notas de 8,3 NH Hotels (igual que 2020) y NH Collection 8,6 ($-0,2$ vs 2020). La marca nhow ha mostrado una evolución positiva cerrando el año con 8,6 ($+0,1$ vs año 2020).

Herramientas del Centro Único de Atención al Cliente

El Centro Único de Atención al Cliente (CUAT) da soporte a los hoteles y a los clientes. Agrupa las áreas de *Customer Care*, NH Rewards y VIP Desk y ha continuado consolidando su recorrido durante 2021, ampliando su capacidad de respuesta y mejorando el nivel de servicio.

Módulo de SAP: TMS4 Customer Care	Se trata de un módulo que permite el registro de cualquier interacción con el cliente desde el momento de la recepción de la reclamación. El cliente puede gestionar su reclamación desde una multitud de canales: correo electrónico, teléfono, web, hoteles, redes sociales... Los tipos de contacto se dividen entre comentarios o sugerencias, quejas, felicitaciones, peticiones, reclamaciones o incidencias técnicas.
Quality Focus	Semanalmente se realiza la extracción de las encuestas de satisfacción recibidas, identificándose las que se gestionarán desde <i>Customer Care</i> . Dependiendo del tipo de reclamación recibida, el tipo de respuesta varía entre la interacción directa con el cliente, vía correo electrónico o teléfono; o el correo automático con respuesta estandarizada, para aquellos comentarios neutros y positivos.
Zendesk	Se trata de una herramienta que permite recibir los comentarios privados de los clientes a través de Redes Sociales (Facebook, Twitter) y se contesta al cliente a través de la misma plataforma o en algunos casos, le indicamos al cliente que nos envíe todos los comentarios a la dirección de e-mail de Atención al Cliente si es preciso pedir más datos para tramitar su consulta, queja o cualquier otro comentario.

En 2021, el área de Customer Care ha gestionado un total de 24.025 contactos desde el Centro Único de Atención al Cliente (ya sean felicitaciones, peticiones, sugerencias, quejas...); lo que supone un incremento de 13.851 contactos más con respecto a 2020.

Cabe destacar que en 2021 NH Hotel Group ha tenido una situación muy compleja a consecuencia de la COVID-19, que ha llevado a la Compañía al cierre parcial/total de muchos hoteles y la gestión de muchas más reclamaciones e incidencias, pero también la reapertura de muchos hoteles gradualmente. Adicionalmente, las distintas cuarentenas establecidas no han permitido viajar a muchos clientes y todas las restricciones que todavía están vigentes en algunos países han limitado mucho el desplazamiento de las personas.

Durante este ejercicio ha habido un aumento considerable de contactos, promovido en muchos casos debido a la imposibilidad de movilidad mencionada anteriormente y a la solicitud por parte del cliente de modificación en la caducidad de sus puntos NH Rewards.

A la hora de gestionar las reclamaciones, éstas se resuelven mediante una carta de disculpas, la respuesta por parte del hotel o del departamento jurídico. En ocasiones, se ha llevado a cabo una compensación –en forma de bono descuento, carga de puntos de NH Rewards, upgrade gratuito de habitación, etc. Las respuestas a los clientes se han respondido dentro del tiempo establecido en su gran mayoría, excepto en algunas ocasiones donde se han registrado picos de emails (con referencia a cancelaciones/modificaciones por causa de fuerza mayor, reembolsos o simplemente para pedir informaciones) que han tenido un impacto en los plazos de respuesta. Sin embargo, la Compañía continúa poniendo el foco en el cliente y su satisfacción.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Adicionalmente a las herramientas de reclamación previamente citadas, existen en la Compañía hojas oficiales de reclamaciones, de acuerdo con la legislación vigente de cada país.

Contactos recibidos por el área de Customer Care*

	2021		2020**	
	Número	% sobre el total	Número	% sobre el total
Reclamaciones directas (SAP)				
Comentarios/Sugerencias	420	2,2%	524	6,1%
Felicitaciones	16	0,1%	26	0,3%
Incidencias técnicas	397	2,1%	4	-
Quejas	3.811	19,8%	955	11,2%
Reclamaciones	978	5,1%	2.199	25,8%
Solicitudes	13.666	70,9%	4.822	56,5%
Total	19.288		8.530	
Contactos de la encuesta al cliente (Quality Focus)				
Comentarios/Sugerencias	392	8,3%	704	14,5%
Felicitaciones	1	0,0%	27	0,6%
Incidencias técnicas	1	0,0%	-	-
Quejas	12	0,3%	549	11,3%
Reclamaciones	203	4,3%	60	1,2%
Solicitudes	130	2,7%	304	6,3%
Mailing – respuesta automática	3.998	84,4%	3.219	66,2%
Total contactados por Encuestas a Clientes	4.737		4.863	
Total contactos Customer Care	24.025		13.393	
Total Quejas	3.823		1.504	

*El alcance de estos datos incluye hoteles en propiedad, alquiler y gestión, ya que muchas de las reclamaciones y quejas recibidas no se pueden asignar a un hotel.

**Se han recalculado los totales del FY20 por un nuevo criterio de consolidación.

Reclamaciones recibidas por resolución aportada

Medida de resolución	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo***	
	2021	2020	2021	2020
Respuesta a sugerencia/solicitud/comentarios	8.044	3.996	9.173	5.400
Puntos NH Rewards	847	1.282	963	1.381
Carta de disculpas	717	1.329	822	1.513
Respuesta desde el hotel	332	714	418	869
Reembolso	48	551	52	620
Bono de descuento	191	163	208	203
Carta de agradecimiento	13	10	13	13
Upgrade gratuito	6	9	6	9
Noche gratuita	1	5	1	5
Desayuno gratuito	1	3	1	3
Respuesta desde departamento legal	1	1	1	1
Otros	42	44	47	56
Error*	20	39	30	48
Ninguna**	25	12	27	13
Total	10.288	8.158	11.762	10.134

*Duplicidades.

**Incidencias técnicas – resolución aportada desde IT.

***Incluye comentarios sobre políticas internas, reservas y otros servicios dependientes de HQ, no dependientes de ningún hotel.

COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

En su compromiso con la sostenibilidad, NH Hotel Group busca integrar y hacer partícipes a los clientes de sus iniciativas sostenibles, ya sea generando oportunidades para una contribución social o promoviendo comportamientos responsables con el medio ambiente.

El contacto directo con los clientes es clave para ofrecerles una oferta personalizada y hacer que su experiencia en NH sea cada vez mejor. En 2021, se han enviado más de 92,4 millones de emails a clientes.

Cliente responsable

NH Hotel Group busca integrar y hacer partícipes a los clientes de sus iniciativas sostenibles, ya sea generando oportunidades para una contribución social o promoviendo comportamientos responsables con el medio ambiente.

Para dar respuesta tanto a los desafíos planteados por la situación de pandemia, como a la rápida digitalización de la sociedad y necesidad de ahorro en el uso de material impreso tipo papelería, los huéspedes son invitados vía códigos QR a usar la App digital Mobile Guest Service, para informarse sobre los servicios del hotel, comunicar sus necesidades al personal del hotel o realizar reservas en restaurantes del hotel durante su estancia.

NH Hotel Group ha ampliado a la mayoría de sus hoteles su iniciativa “Green Stay”, un nuevo servicio que se aplica hoteles de las unidades de negocio del sur y el norte de Europa. A través de esta iniciativa, la Compañía ofrece a los clientes que se alojan más de una noche, la opción de no usar el servicio de limpieza de la habitación, contribuyendo al ahorro de agua, energía y otros recursos. Como recompensa a sus clientes, el hotel les ofrece un bono con una bebida de cortesía por cada día que participan en esta iniciativa.

Igualmente, se han actualizado e incluido códigos QR en los materiales de comunicación de las habitaciones y baños referentes a uso de toallas y artículos de uso personal adicionales, apostando a la vez por el ahorro energético y además fomentar una comunicación digital, más rápida, transparente y eficaz.

Los hoteles siguen impulsando en las zonas de F&B la recuperación del corcho, material sostenible y reciclable, vía expositores y mobiliario específico para que tanto los empleados como los huéspedes puedan contribuir a esta acción desarrollada en el marco Cork2Cork. Más información en el Capítulo NH ROOM4 Planet.

Mejora en los canales directos de venta

A lo largo del 2021, el crecimiento del negocio generado a través de la página web de NH Hotel Group, se sigue consolidando y se obtuvieron unos resultados extraordinarios, con crecimientos año sobre año superiores al 50%. Asimismo, si comparamos con el año 2019, (tratando de aislar

el impacto de la COVID-19), los meses de julio a noviembre, hasta experimentaron cierto crecimiento, debido a la disminución de las restricciones.

El efecto de la pandemia en el 2021 así como las restricciones de movilidad y regulaciones relacionadas con los viajes emitidas por cada país han tenido un efecto importante en los patrones de viaje, tanto del segmento B2C como en el segmento B2B, afectando a todas las regiones, canales, segmentos, marcas y dominios. El segmento B2B ha experimentado cierta aceleración después del verano que se vio posteriormente afectado con la llegada de Ómicron. En contrapartida, el segmento B2C ha ganado peso y se ha observado una recuperación del canal directo web más dinámica que la experimentada por los canales intermediados. Todo ello ha supuesto que se alcanzara un máximo histórico en cuanto a la contribución del canal web sobre las ventas totales de NH Hotel Group, equivalente al 15,96%, superando la contribución del 2020 en 2,13pp y del 2019 en 4,38pp. Destacar también la importancia del canal web, donde a cierre de año representa más del 26% de las ventas totales de la Compañía sobre el segmento B2C.

NH Hotel Group se apoya en canales directos e indirectos para la comercialización de sus productos. Dentro de los canales directos están los hoteles, el “Call Center” y la web. Ésta última ha ayudado en el 2021 a la comercialización de sus productos a través de 37 sites y microsites, utilizando 17 idiomas y/o localizaciones idiomáticas.

Nuestro espíritu, aparte de innovar, es el poder adaptar y personalizar las experiencias de los millones de clientes que nos visitan a través de la web y la app. Esta personalización, combinada con la aplicación sistemática de técnicas para la mejora de la conversión y usabilidad, con más de 200 experimentos activos durante el 2021, han permitido, incluso en un año tan particular como este, obtener mejoras de conversión web incluso de doble dígito en ciertos periodos.

Programa NH Rewards – Global Hotel Alliance

NH Rewards cuenta con más de 10 millones de miembros y constituye una de las propuestas de recompensas más completas a nivel global.

A través de sus cuatro categorías (Blue, Silver, Gold y Platinum), el programa de la Compañía reconoce y premia la lealtad de sus clientes habituales en cada estancia con beneficios que van desde la obtención de puntos -equivalentes a euros- redimibles, sin restricciones de fechas, por noches gratuitas o servicios extras en el hotel. Además, NH Rewards siempre ofrece flexibilidad para pagar con puntos y efectivo, condiciones de precio especiales, privilegios exclusivos al reservar en la web...así como una serie de servicios diferenciales que enriquecen la experiencia en los hoteles de todas las marcas de NH Hotel Group.

NH Rewards constituye una importante palanca comercial, ya que los titulares contribuyen en un 32% del total de noches de la Compañía, y han sido los clientes fidelizados y recurrentes los que, durante el periodo de pandemia más han contribuido a la recuperación del volumen de reservas. El incentivo de obtener puntos extra estimula a reservar en canales directos, hasta el punto de que el 70% de las reservas de la web de NH son realizadas por titulares NH Rewards, cuyo gasto y frecuencia de visitas es asimismo superior a la de los huéspedes no fidelizados.

Durante 2021 NH Hotel Group anunció que se une a Global Hotel Alliance (GHA), operador del galardonado programa de fidelización de hoteles multimarca Discovery. Como parte del acuerdo, NH Rewards participará en el programa GHA Discovery de GHA en 2022, uniéndose así en uno de los diez programas de fidelización más grandes del sector hotelero.

App NH Hotel Group

La app de NH Hotel Group y su enfoque van más allá de ser una herramienta de servicio básico para los clientes.

En línea con el espíritu innovador de la Compañía, se utiliza la app móvil como herramienta diferencial clave, y a su vez, como laboratorio, para luego catapultar nuevos conceptos de manera masiva y multi-dispositivo, como el servicio *FASTPASS* anteriormente mencionado.

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

NH Hotel Group ha seguido implantando los protocolos de higienización y limpieza en sus hoteles, establecidos en el Plan de Contingencia “**Feel Safe at NH**” en línea con las indicaciones de la Organización Mundial de la Salud, siguiendo las regulaciones locales e inspirándose en prácticas médicas. Recordemos que estos protocolos fueron revisados y validados por SGS (*Société Générale de Surveillance*), líder mundial en servicios de inspección, verificación y certificación.

En esta línea, NH Hotel Group sigue manteniendo su compromiso para garantizar la seguridad e higiene alimentaria a nivel global, en cada uno de sus hoteles y centros de restauración. Así, la Compañía vela por que en todos los procedimientos de elaboración y servicios gastronómicos se cumplan con las normativas internacionales en materia de Análisis de riesgos y control de puntos críticos en *Food&Beverage* (HACCP). Por último, las cocinas y los aparatos de cocina son higienizados siguiendo protocolos hospitalarios, asegurando así en todo momento una correcta desinfección y descontaminación. Para ello, NH Hotel Group tiene suscrito un acuerdo internacional con una empresa externa especializada en Seguridad e Higiene alimentaria (Diversey), que audita, verifica y garantiza el cumplimiento de dichas normas, así como los registros legales obligatorios, análisis en laboratorio de alimentos, formación continua a los equipos en materia de salud e higiene alimentaria y manuales de higiene específicos por centro.

Estos procesos son auditados de manera continua en todos los restaurantes y cocinas de NH Hotel Group. Así, todos los hoteles pasan controles periódicos de salubridad de alimentos por parte de Diversey y cualquier fallo que un proveedor cometa implica que, sin entrar en consecuencia penales, deba corregirlo o atenerse a la automática rescisión del contrato con NH Hotel Group.

Medidas para la Salud y Seguridad de los clientes

Prevención frente a la legionelosis	De acuerdo a la normativa local, se realizan limpiezas, registros, analíticas, etc.
Análisis de potabilidad del agua sanitaria para consumo humano	Realización de analíticas anuales en diferentes puntos de consumo y acumulación del hotel.
Pruebas de Calidad de Aire Interior (CAI)	En algunos hoteles se llevan a cabo pruebas de Calidad de Aire Interior.
Mantenimiento de los aparatos elevadores	Todos los aparatos elevadores reciben un mantenimiento mensual y cada dos años son sometidos a inspecciones legales por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las instalaciones de protección contra incendios	Las instalaciones de protección contra incendios reciben un mantenimiento trimestral, además de las inspecciones legales periódicas por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las salas de calderas e instalaciones de climatización	Las salas de calderas e instalaciones de climatización reciben un mantenimiento mensual.
Mantenimiento de las instalaciones de baja tensión	Estas instalaciones reciben un mantenimiento anual, además de la realización, cada cinco años, de las inspecciones legales correspondientes por parte de una entidad autorizada.
Mantenimiento de las instalaciones de alta tensión	Estas instalaciones reciben un mantenimiento anual, además de la realización, cada tres años, de las inspecciones legales correspondientes por parte de una entidad autorizada.
Limpieza de las campanas de cocina, conductos y ventiladores de extracción	De forma anual, se procede a la limpieza de todas las campanas de cocina, conductos extractores y ventiladores de extracción para evitar posibles incendios en las cocinas de los hoteles.
Sistemas de extinción automática en cocinas	Se han instalado sistemas de extinción automática en las cocinas de los hoteles.
Contratos de desinfección, desinsectación y desratización (DDD) y de control de plagas	Realización de procedimientos de desinfección, desinsectación y desratización y de control de plagas evitar y prevenir posibles infecciones o plagas en los hoteles.
Mantenimiento de puertas automáticas	El mantenimiento de las puertas automáticas garantiza su funcionamiento en un posible caso de evacuación para evitar golpes y atrapamientos accidentales.
Cortinas de luz en puertas de ascensores	Incorporación de cortinas de luz en puertas de ascensores para evitar golpes al acceder a estos.
Feel Safe at NH	<p>En NH Hotel Group se han implementado las siguientes medidas para que los clientes puedan disfrutar de una estancia cómoda y segura y operar al más alto nivel posible de responsabilidad y rendimiento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Certificados de inspección sanitaria. ▪ Servicios digitales avanzados. ▪ Protocolos de limpieza y desinfección mejorados. ▪ Servicio de alimentos y bebidas adaptado a la situación actual. ▪ Normas de distanciamiento de seguridad. ▪ Equipo de protección personal y protocolos. ▪ Protocolos de purificación de agua y calidad del aire. ▪ Servicio de asesoramiento. ▪ Protocolos de salud y seguridad para los empleados. ▪ Gerente de Salud y Seguridad del Hotel.

Hoteles cada día más accesibles

Fruto del compromiso de NH Hotel Group con la diversidad, inclusión y accesibilidad de los clientes en sus instalaciones, existen 344 hoteles, repartidos por todas las Unidades de Negocio que cuentan con elementos adaptados a necesidades especiales. NH Hotel Group sigue trabajando para que la accesibilidad llegue a todos los hoteles de la Compañía.

“El 99% de los hoteles cuentan con algún elemento de accesibilidad”

Adicionalmente, NH Hotel Group apuesta por la integración laboral de personas con discapacidad a través de compras responsables a Centros Especiales de Empleo como proveedores de servicios de lavandería. La cuota alcanzada por las compras a Centros Especiales de Empleo alcanzó en 2021 el 6,2%. (Estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group).

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	301	301	0,0	344	349	-1,4
Nº de hoteles con ascensores accesibles	253	256	-1,2	287	299	-4,0
Nº de hoteles con parking para personas con discapacidad	210	207	1,4	240	246	-2,4
Nº de hoteles con zonas comunes adaptadas para personas con discapacidad física	276	276	0,0	311	320	-2,8
Nº de habitaciones adaptadas para personas con discapacidad física	745	837	-11,0	835	933	-11,0

NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: CADENA DE VALOR RESPONSABLE



La relación de NH Hotel Group con sus proveedores se basa en la comunicación y en la transparencia para promover el desarrollo de soluciones innovadoras y sostenibles. Asimismo, estas colaboraciones construyen el camino para cumplir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible fijados por el Grupo para la creación de trabajo decente y crecimiento económico (ODS 8) y para el consumo y producción responsable (ODS 12).

295,9 M€ VOLUMEN DE COMPRAS ANUAL (GASTO + INVERSIÓN) EN 2021 <i>+12% con respecto a 2020</i>	240 M€ VOLUMEN TOTAL OPEX EN 2021 <i>+22% con respecto a 2020</i>
--	---

Volumen de compras por Unidad de Negocio (CapEx + OpEx) * (en millones de euros)

	2021	2020	Variación (en %)
BU América	14,5	15,5	-6,5
BUNE	124	106,9	16,0
BUSE	157,4	142,3	10,6
Total	295,9	264,7	11,8

*Excluidos los gastos por arrendamientos pagados, comisiones y rappels por ventas y suministros, entre otros.

Volumen de compras por tipo de servicio (en millones de euros)

	2021	2020	Variación (en %)
F&B (Alimentos y Bebidas)	51,2	39,4	29,9
OSE (Gastos operativos)	188,9	156,9	20,4
CapEx (Obras)	55,8	68,4	-18,4

Desde el principio de esta pandemia mundial, la gestión estratégica de las compras ha dejado de priorizar exclusivamente la eficacia en la negociación del precio, frente a otros factores. Esta crisis ha llevado a NH Hotel Group a realizar un análisis continuo de los proveedores actuales, comprobando la trazabilidad de sus productos y de sus componentes, y exigiendo su flexibilidad de producción, para asegurarse el suministro, así como la sostenibilidad de sus productos.

A todos los proveedores de NH Hotel Group, tanto homologados como no homologados, se les exige acatar las medidas de seguridad y desinfección excepcionales anti-COVID-19 para la entrega de mercancía y prestación de servicios en nuestros hoteles.

Política de Compras

NH Hotel Group tiene una Política de Compras formal y obligatoria, que marca las directrices a seguir por parte de los distintos departamentos, ya sean Corporativos o de Unidad de Negocio, en situaciones que afecten o puedan afectar a las contrataciones externas de la Compañía.

La Política de Compras contribuye a reforzar:

- El compromiso de garantizar transparencia, honestidad y ética en la función de compras.
- La necesidad de llevar a cabo procesos de contratación profesionales para optimizar los resultados.
- La necesidad de alineación con las directrices de control interno, así como actualización y comunicación en tiempo y forma a todos los empleados de la Compañía.

Tal y como se recoge en la Política de Compras de NH Hotel Group, todos los servicios o productos englobados en categorías susceptibles de ser licitadas por Coperama, forman parte del Perímetro de Compras. Dentro del volumen de compras total de OpEx, el Perímetro de Compras alcanza el 94% de los hoteles de perímetro consolidado de NH Hotel Group.

El Perímetro de Compras es revisado periódicamente por NH Hotel Group y Coperama con el fin de que éste esté adaptado en todo momento a las necesidades de la Compañía.

En el área de OPEX:

224,6 M€
VOLUMEN TOTAL
PERÍMETRO DE COMPRAS

151,1 M€
VOLUMEN DE COMPRAS
HOMOLOGADAS DEL
PERÍMETRO DE COMPRAS

67.3%
COMPRA HOMOLOGADA
DE PERÍMETRO DE
COMPRAS

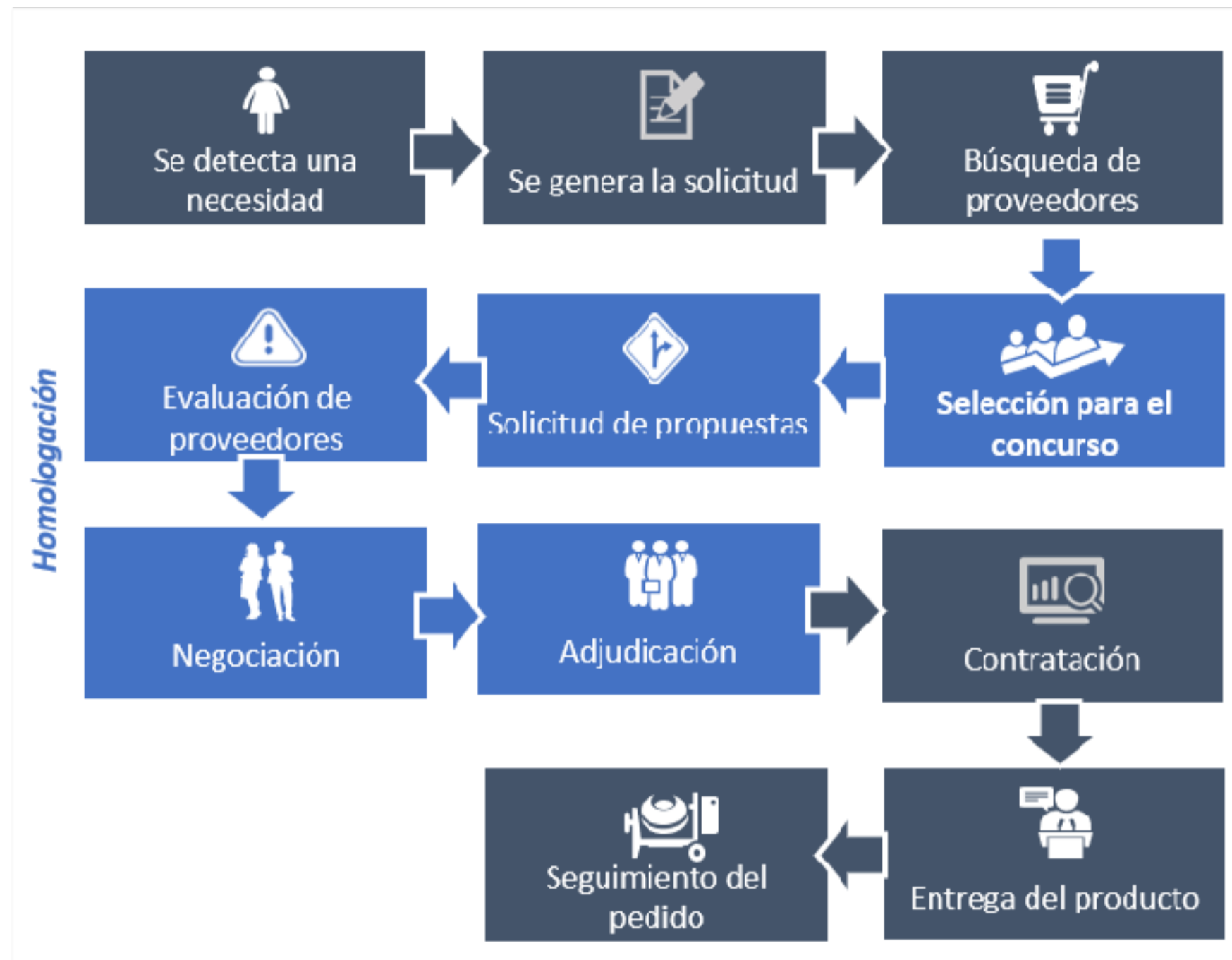
Homologación de proveedores

La selección de proveedores, así como la relación de trabajo con estos se basa en la transparencia, honestidad y ética con el claro objetivo de poder garantizar una excelente prestación de servicios, eficiente y de calidad.

Desde 2010, los diferentes departamentos de Compras de la Compañía progresivamente han pasado a convertirse en las diferentes Coperamas (empresas 100% pertenecientes a NH Hotel Group). Su función consiste en la búsqueda, cualificación y homologación de proveedores, así como la negociación y licitación de los bienes y servicios necesarios para el correcto funcionamiento de la gestión hotelera. Cada Coperama local da servicio a las Regiones de las Unidades de Negocio de NH Hotel Group que tiene asignadas, Coperama Holding proporciona servicio a nivel corporativo al Grupo en todas sus localizaciones.

1. Licitación

La gestión de proveedores comienza cuando se detecta una necesidad hasta que finalmente se realiza la prestación del servicio:



Antes de comenzar el proceso de compra por parte de los hoteles y oficinas se realiza una homologación que permite generar una base de datos de proveedores que han sido evaluados y que cumplen los requisitos de NH Hotel Group en materias tanto económicas y de calidad, como de ESG.

A través de las licitaciones, Coperama busca al proveedor más eficiente en calidad, precio y servicio. Las fases de las licitaciones son:

- RFP (*Request For Proposal*): pliego de condiciones.
- RFI (*Request For Information*): solicitud de información técnica y fase eliminatoria.
- RFQ (*Request For Quotation*): solicitud de cotización económica.

NH Hotel Group utiliza su Plataforma de Negociación Electrónica para la gestión de las licitaciones. Esta herramienta permite, a través de su RFI, evaluar y analizar la situación legal, financiera, ambiental, operacional y sociolaboral de aquellos proveedores que se presentan a los concursos. De esta forma, se reducen los posibles riesgos que puedan generar los proveedores en futuras operaciones con la Compañía. En esta parte de la licitación, los proveedores han de aceptar tanto el Código de Conducta del Grupo como el Código de Conducta de Proveedores de Coperama, que incluye compromisos ambientales y laborales.

Con la finalidad de asegurar una operación responsable y conseguir relaciones a largo plazo con los proveedores, Coperama ha actualizado su RFI, ampliando los criterios ESG en su proceso de compras responsables, aumentando el peso de la puntuación en las preguntas referentes a Sostenibilidad, y priorizando así a los proveedores que cuenten con

criterios sostenibles. Este cuestionario forma parte de la evaluación global para el proceso de validación.

Existen algunos criterios en la RFI que, de no ser aceptados o implementados por los proveedores, resultaría su descalificación del concurso de forma automática. Uno de estos criterios es, la firma tanto el Código de Conducta del Grupo, así como el Código de Conducta de Coperama, por los que se rige NH Hotel Group.

Durante todo el proceso se pone especial foco en la sostenibilidad, para intentar mitigar los posibles impactos negativos en el medioambiente, mientras atenúamos los riesgos inherentes a la operativa de nuestra cadena de suministro.

Aunque en la actualidad NH Hotel Group no realiza auditorías sociales y ambientales a sus proveedores, trabaja de manera continua para alinear los criterios ESG con la gestión sostenible de la cadena de suministro. Para asegurar un aprovisionamiento responsable, la Compañía ha desarrollado una serie de procedimientos que ayudan a reforzar este compromiso.

2. Contrato

El proveedor ganador de la licitación firmará el Contrato de Homologación de Coperama, que contiene entre otros documentos, el Código de Conducta de Proveedores de Coperama y el Código de Conducta de NH Hotel Group. La firma de este contrato le otorga al proveedor el estatus de Proveedor Homologado.

Adicionalmente, y como parte del Contrato de Homologación, se aplica el SLA (Service Level Agreement) que parametriza el nivel de servicio y penaliza cualquier desviación en el servicio ofertado por el proveedor.

El incumplimiento por parte del proveedor de alguna de las cláusulas del Contrato de Homologación, así como de alguno de sus términos o anexos (ej. Código de Conducta de NH Hotel Group o el Código de Conducta de Proveedores de Coperama) dará paso a una rescisión automática de este, dando lugar a la posibilidad de emprender acciones legales contra el proveedor.

1.756

Proveedores Homologados
con Código de Conducta firmado vigentes
actualmente

169 nuevos proveedores
con el Código de Conducta firmado en 2021

Durante 2021, se han adherido al Código de Conducta de NH Hotel Group y al de Coperama un total de 169 nuevos proveedores a nivel global. De esta forma, en 2021 el número de proveedores activos con códigos firmados ha alcanzado un total de 1.756, frente los 1.816 del año pasado, un 3% menos.

Gestión de proveedores

NH Hotel Group está focalizando sus esfuerzos en lograr una gestión sostenible en toda la cadena de suministro. El Modelo de Gestión de Proveedores tiene como objetivo disponer de los mejores proveedores a través de procedimientos de negocio que garanticen la transparencia y la igualdad de condiciones para los diferentes ofertantes. La Compañía ofrece un modelo con enfoque ganador para todas las partes con un compromiso de relación a largo plazo.

En esta línea, NH Hotel Group fomenta la compra homologada en la mayoría de sus hoteles, identificando desde el propio hotel la necesidad de productos necesarios. Así, Coperama tiene la labor de aprobar y homologar a los potenciales proveedores. En conjunción con nuestros objetivos de aprovisionamiento responsable, continuaremos identificando productos de alta calidad que sean ambientalmente aceptables y socialmente responsables. Estos esfuerzos contribuirán al desarrollo de productos responsables en todas las geografías donde estamos presentes y en el futuro.

Los hoteles que consolidan poseen distintos indicadores de seguimiento para controlar las compras a proveedores homologados dentro del Perímetro de Compras.

Durante 2021, no se han cumplido los objetivos en todas las Unidades de Negocio a causa de la pandemia mundial y la necesidad de los hoteles de adaptarse a las necesidades actuales.

67% COMPRA HOMOLOGADA (OpEx+ CapEx)	91% OBJETIVO DE COMPRA HOMOLOGADA EN 2021
83% DEL VOLUMEN DE LAS COMPRAS EN 2021 CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES	
95% DEL VOLUMEN COMPRAS SE CONCENTRA EN LAS UNIDADES DE NEGOCIO EUROPEAS	
10.256 PROVEEDORES TOTALES* <i>*Contabilizados los proveedores con facturación durante 2021..</i>	9.215 PROVEEDORES LOCALES** <i>**En NH Hotel Group se entiende como proveedor local, aquel proveedor cuya central está en el mismo país en el que se encuentra su sede fiscal y como internacional cuando se encuentra en un país distinto.</i>

Número de proveedores por Unidad de Negocio*

	2021	2020	Variación (en %)
BU América	1.901	2.266	-16,1
BUNE	3.991	4.442	-10,2
BUSE	4.492	4.647	-3,3
Total	10.384	11.355	-8,6

*La suma del número de proveedores difiere del número de proveedores totales, ya que un mismo proveedor puede servir a más de una Unidad de Negocio.

Otras cifras relevantes de cadena de valor responsable (en €)

	2021
Volumen total de compra homologada (OpEx) a nivel global	154.077.689
Volumen total de compra homologada (CapEx) a nivel global	12.939.599

Gestión de riesgos en la cadena de suministro: Proveedores Críticos



NH Hotel Group trabaja para extender la sostenibilidad a una cadena de suministro en permanente mejora, con la innovación siempre presente, formada por los mejores socios y proveedores. El proceso de gestión de la cadena de suministro se basa en la valoración de los factores de riesgo intrínsecos a la externalización de un servicio o al suministro de un producto.

Para llevar a cabo la gestión, NH Hotel Group tiene identificados a sus proveedores críticos como aquellos que puedan afectar a la Compañía a nivel reputacional (o generen un riesgo operativo y/o legal) o por tener un volumen significativo de facturación o por disponer de productos especialmente diseñados para la Compañía. De acuerdo con la definición anterior, las categorías críticas para NH Hotel Group serían la subcontratación de servicios de limpieza, servicios de seguridad, lavandería, amenities y textiles, pertenecientes estos últimos al Tier 2.

La selección de estos proveedores debe llevarse a cabo mediante los más altos estándares de calidad, los cuales serán establecidos por el documento RFP, con preguntas técnicas. Para esta evaluación inicial se exige adjuntar documentación específica que acredite la veracidad de la información facilitada. Esta primera evaluación se complementa con un filtro intrínseco a la licitación que es el del cumplimiento de los requisitos técnicos que aparecen en la misma.

Como novedad, durante 2021 se ha elaborado un Cuestionario de Autoevaluación de Proveedores (*SAQ: Self Assessment Questionnaire*). Los principales proveedores de NH Hotel Group, deberán contestar anualmente este cuestionario con criterios ESG, debiendo los proveedores de aportar información adicional a considerar. En base a los resultados, la Compañía implementará ajustes y mejoras que considere necesarias. Este análisis, permitirá a NH Hotel Group focalizar sus avances en la disminución de emisiones de Scope 3, por lo que está trabajando en línea con sus proveedores para reducir su compromiso del 20% de cara al 2030.

Adicionalmente, se aplica el SLA. Los servicios de los proveedores son controlados por los hoteles o departamentos, que son los usuarios finales de estos. En caso de queja, se avisa a Coperama, que, dependiendo de la severidad del error, exige la corrección inmediata de éste o directamente rescinde el contrato con el proveedor. Durante 2021, no se ha dado este caso en ninguna de las Unidades de Negocio.

NH ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS: ALIANZAS SOSTENIBLES



NH Hotel Group promueve las alianzas y colaboraciones estratégicas en sostenibilidad. La Compañía es consciente de la importancia de la colaboración entre instituciones para cumplir la agenda de desarrollo sostenible. Por eso, la Compañía establece alianzas sobre la base de principios, valores y objetivos comunes con diferentes organizaciones, ya sean de ámbito público o privado y a nivel mundial, regional, nacional y local.

Diálogo con grupos de interés

La Compañía considera grupos de interés a aquellos individuos o grupos sociales que se ven afectados por las actuaciones presentes o futuras de la Compañía. Esta definición incluye tanto a los grupos de interés que forman parte de la cadena de valor de la Compañía: accionistas, empleados, inversores, clientes y proveedores, considerados como socios en el desarrollo de los negocios; como a los externos: administraciones, gobiernos, medios de comunicación, sector empresarial, sindicatos y sociedad en general, comenzando por las comunidades locales en las que la Compañía desarrolla sus actividades.

La opinión y las necesidades de los *stakeholders* son de gran relevancia para NH Hotel Group ya que se aúnan esfuerzos para alcanzar objetivos comunes. En este sentido, es clave una comunicación bidireccional clara y continua con todos ellos.

NH Hotel Group mantiene un diálogo constante y fluido con sus grupos de interés, implicándose en las comunidades locales, a través de múltiples canales y formatos, con el objetivo de mantener a la Compañía actualizada sobre las nuevas demandas y necesidades, así como de responder mejor a las inquietudes y opiniones de los grupos de interés.

Grupo de interés	Mecanismos de diálogo y participación
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de satisfacción - Redes sociales - Programa de fidelización NH Rewards - Campañas o vídeos corporativos - Acciones de publicidad - E-mail para reclamaciones, quejas y sugerencias - Webinars
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> - Encuestas de satisfacción / clima - Comunicación interna: Newsletters, Town Halls, charlas, intranet, MyNH App, Comunicados varios. - Time For You (TFY) - Estado de Información No Financiera
Comunidad y entidades sin ánimo de lucro	<ul style="list-style-type: none"> - Organización y participación en distintos foros, reuniones, conferencias, jornadas, etc. - Publicidad y medios de comunicación - Reuniones periódicas y comunicación directa con distintas organizaciones sociales - Plataforma interna de comunicación

Grupo de interés	Mecanismos de diálogo y participación
	<ul style="list-style-type: none"> - Acciones de voluntariado - Estado de Información No Financiera
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> - Comunicación directa y reuniones presenciales - Publicidad y medios de comunicación - Plataforma de homologación para proveedores con criterios de RSC - Estado de Información No Financiera
Accionistas e inversores	<ul style="list-style-type: none"> - Junta General de Accionistas - Newsletters - Proxy Advisors - Roadshows - Página web - Estado de Información No Financiera
Administración Pública	<ul style="list-style-type: none"> - Relaciones institucionales - Asociaciones sectoriales - Acuerdos y licitaciones

Relación con asociaciones

Además del impacto positivo propio de su actividad, dando servicio a las ciudades y sus turistas, NH Hotel Group contribuye con la comunidad formando parte de asociaciones, cámaras de comercio o fundaciones que promuevan las inquietudes e impulsen proyectos para obtener objetivos conjuntos.

Asociaciones destacadas en 2021

Durante este año, y con el objetivo de impulsar un posicionamiento institucional de liderazgo, útil y adecuado al contexto actual, NH Hotel Group ha continuado con la estrategia de establecer y mantener sólidas relaciones con asociaciones cuyos objetivos principales están alineados con los de la Compañía y que promuevan y defiendan un desarrollo empresarial responsable y de oportunidades, un turismo sostenible y la formación continua de profesionales, entre otros.

Por su relevancia, destacan la adhesión de NH Hotel Group al Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Organización Mundial del Turismo, Exceltur y la CEOE.

Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact)



Desde 2006, NH Hotel Group está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, considerando sus 10 principios y los Objetivos de Desarrollo Sostenible como marco de referencia para el diseño de la estrategia y gestión de la Responsabilidad Corporativa de la Compañía.

Organización Mundial Del Turismo



Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos, abogando por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente

y a la sostenibilidad ambiental. Hasta nuestra salida en septiembre 2021, NH formó parte del Grupo de Trabajo de Apoyo a los ODS.

Confederación Española de Organizaciones Empresariales



Fundada en 1977, La Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) integra con carácter voluntario a dos millones de empresas y autónomos de todos los sectores de actividad, que se vinculan a CEOE a través de más de 4.500 asociaciones de base. Destaca por apostar siempre por el diálogo y la negociación con los interlocutores sociales, representando los intereses de sus miembros.

NH Hotel Group colabora en las comisiones de Desarrollo Sostenible y Transición Ecológica y Responsabilidad Social Empresarial de la organización.

EXCELTUR



Esta asociación es el resultado del compromiso personal de un muy significativo grupo de líderes y máximos responsables de las principales empresas turísticas españolas, que en enero de 2002 se unieron para

integrarse desinteresadamente en esta asociación, animados por su firme convicción de impulsar dos grandes objetivos-ejes de actuación:

- Potenciar un mayor reconocimiento socioeconómico de lo que aporta y representa el turismo como principal sector de la economía española.
- Y propiciar los mayores niveles de competitividad que consoliden un liderazgo y crecimiento rentable y sostenible de la actividad turística en España, dados los crecientes e importantes retos y oportunidades de futuro que se nos avecinan.

Sustainable Hospitality Alliance



Sustainable Hospitality Alliance, anteriormente International Tourism Partnership (ITP) es una plataforma mundial que reúne a los actores líderes internacionales del sector turístico y que tiene como objetivo compartir e implementar prácticas que garanticen un comportamiento

sostenible en la gestión turística. El acuerdo en estos ámbitos tiene la finalidad de complementar los objetivos individuales de las Compañías con la creencia de que sólo a través de la colaboración se puede conseguir el impacto más significativo en estos temas responsables, que son los más urgentes a los que se enfrenta la industria en la actualidad. Hasta 2020 NH Hotel Group ha formado parte de esta plataforma, y confía en poder retomar su adhesión en los próximos años.

La Compañía forma parte de diferentes asociaciones para estar informada en todo momento y conseguir los objetivos marcados. NH forma parte además de 27 asociaciones profesionales de ámbitos clave para el desempeño sostenible de su actividad (auditoría, marketing, comunicación, dirección de hoteles...) cuyo objetivo fundamental es favorecer el desarrollo de valores como la innovación, la formación continuada y las relaciones entre miembros de esa profesión concreta.

Marco Básico de Sostenibilidad



NH Hotel Group junto con otras hoteleras lanzaron una iniciativa para establecer una definición común de sostenibilidad hotelera para dar impulso a los viajes y el turismo responsables.

El Marco Básico de Sostenibilidad ofrecerá un punto de partida común para la sostenibilidad de los hoteles, que resulte accesible a todos los actores del sector de la industria hotelera en todo el mundo, sin importar que formen parte de un gran grupo internacional o que sean hoteles independientes. Ofrecer esta base de entendimiento común a todos los hoteles de todo el mundo, con acciones que tienen una repercusión positiva en el planeta y las personas, generará un verdadero cambio al estimular la demanda de viajes responsables.

En los próximos meses, los grupos hoteleros unidos a esta iniciativa trabajarán en estrecha coordinación con el World Travel & Tourism Council, la Sustainable Hospitality Alliance y los principales grupos de interés, para ultimar unas acciones de sostenibilidad esenciales que tengan una repercusión positiva demostrable, y colaborarán para compartir las herramientas y las prácticas idóneas con los otros miembros y con la industria en general, a fin de asegurar que todos los hoteles emprenden la evolución hacia los objetivos del Acuerdo de París de la COP21.

Contribución de NH Hotel Group a asociaciones durante el 2021

Contribución a asociaciones en 2021 (en €)

	2021	2020
Asociaciones sectoriales	198.342	82.782
Fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro	39.051	6.819
Cámaras de comercio y asociaciones empresariales	68.388	3.938
Asociaciones culturales	9.055	21.990
Asociaciones relacionadas con el medio ambiente	31.104	1.000
Total	345.940	116.528

Como resultado de los estrictos planes de contingencia implementados en 2020 para proteger la sostenibilidad de la Compañía ante la crisis de la COVID-19, la inversión en cuotas de membresía y asociaciones se redujo drásticamente. Sin embargo, a lo largo de 2021, NH ha hecho un esfuerzo por reconstruir estas relaciones y renovar de manera responsable las membresías siempre que sea posible. Esta reactivación, acometida siguiendo los principios éticos de la empresa, explica la notable diferencia entre las cuotas de afiliación 2020 y 2021.

Durante el ejercicio 2021, NH Hotel Group realizó una aportación total de 345.940 €, distribuidos entre asociaciones sectoriales, culturales, sociales, relacionadas con el medio ambiente, y cámaras de comercio.

La participación en todas ellas responde a dos objetivos clave del Grupo en este sentido: promover el turismo sostenible y las oportunidades de negocio responsable tanto a nivel local como internacional.

Desde NH Hotel Group promovemos y fomentamos un turismo sostenible alineado con los valores de Compañía, de ahí que colaboremos con distintas asociaciones para avanzar en este propósito. En esta línea, cabe destacar la participación de la Compañía en la Organización Mundial del Turismo y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

En relación al segundo objetivo clave, destaca la adhesión de NH Hotel Group a más de 25 asociaciones hoteleras de ámbito regional y a cerca de 20 Cámaras de Comercio ubicadas

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

principalmente en América Latina, donde su actividad a nivel local es un valor fundamental a la hora de apoyar la promoción de una actividad turística y empresarial sólida y solvente en la ciudad en la que se ubican. Debido a la tipología de nuestra actividad, somos conscientes de la gran labor que podemos llevar a cabo con nuestros jóvenes en este campo, brindándoles oportunidades para trabajar en el sector y promoviendo el empleo estable.

Principales áreas de interés para NH Hotel Group	2021
Turismo sostenible	45.291€
Promoción de las relaciones locales e internacionales y las oportunidades de negocio responsables	300.648 €

NH ROOM4 PEOPLE: EMPLEADOS



*“Nuestros empleados: embajadores de nuestros valores,
posibilitan los logros de la Compañía”*

NH Hotel Group cuida de sus empleados y busca su compromiso e involucración con el negocio sostenible de la Compañía, de modo que esté integrado en sus actividades diarias. Todo ello a través de una comunicación fluida y reconociendo su compromiso responsable.

Dentro de la estrategia de negocio de NH Hotel Group, la cultura corporativa es clave. La Compañía considera el capital humano como su principal activo, y entiende que, para construir una cultura corporativa de liderazgo, es imprescindible gestionar la atracción y desarrollo de talento, así como sostener su motivación y su orgullo de pertenecer a NH Hotel Group.

En 2021, en un contexto especialmente sensible en cuanto a las circunstancias sanitarias y económicas, la Compañía puso el foco en tres aspectos fundamentales dentro de la gestión de los *team members*:

- Conectar con ellos, manteniéndolos informados sobre la realidad de compañía en cada momento y garantizando una comunicación bidireccional a través de los Managers.
- Cuidar y garantizar su seguridad, salud y su bienestar.
- Dar respuesta como *business partner* a las demandas del negocio.

En esta línea, los líderes de las diferentes áreas trabajaron con sus equipos en la adaptación a las diferentes circunstancias surgidas durante 2021, entre las que destaca la transición a la reincorporación presencial, gestionando su ánimo, compromiso y desempeño, tratando de dar respuesta a las diferentes realidades personales y profesionales.

Durante el 2021 la Compañía tuvo que llevar a cabo un ajuste de plantilla a nivel global, adaptado a la realidad de cada país y operación del negocio, siempre con la máxima de proteger en la medida de lo posible el empleo a largo plazo, y ajustando los costes de personal a la realidad de Compañía. Los procesos de salida fueron comunicados individualmente, tratando de escuchar de forma activa a cada empleado, respetando y valorando el trabajo realizado durante el periodo de tiempo de pertenencia a NH Hotel Group. Del mismo modo, el departamento de Recursos Humanos llevó a cabo un “*reboarding*” de los empleados que se quedaban en la Compañía, fomentando la escucha activa y la empatía en estos difíciles momentos, trabajando para favorecer una buena adaptación a esta nueva realidad.

Incluso en este contexto tan desfavorable, NH Hotel Group ha mantenido su cultura corporativa y el compromiso con sus valores, en línea con su estrategia de People, y desde la convicción de que la coherencia es clave para sostener la credibilidad y confianza de sus *team members*, el mayor activo para la Compañía.

Con este marco de trabajo, durante este ejercicio NH Hotel Group continuó con la iniciativa “*With You*”, para cuidar de sus empleados en momentos tan complejos. Esta iniciativa es un proyecto de *engagement* interno diseñado para dar a los equipos herramientas, consejos y recursos formativos

con los que reforzar aquellas competencias clave durante esta etapa, no sólo a nivel profesional sino también para mejorar su bienestar personal. Bajo *“With You”*, y entre otras acciones, los empleados de NH han recibido contenidos orientados a gestionar el estrés, han accedido a kioscos digitales sin coste, han tenido a su alcance clases de idiomas y han podido recoger material de oficina para mejorar su experiencia de trabajo en remoto.

Cabe destacar que en 2021 la Compañía ha retomado procesos muy relevantes dentro de la estrategia de People y que habían quedado paralizados por la pandemia, como la MBO y el Time For You - *Mid year Review*, así como calibraciones de talento o programas de reconocimiento y formación, todos ellos adaptados a la nueva realidad de la Compañía.

Con todo ello, NH Hotel Group ha seguido cuidando de sus equipos y dándoles herramientas para gestionar lo mejor posible la tensión e incertidumbre que la pandemia ha traído durante 2021, focalizándose en identificar, desarrollar y retener el talento, y seguirá reforzando el compromiso, creando entornos de trabajo óptimos para maximizar la contribución de sus empleados.

Estrategia de People

Este año ha estado todavía muy marcado por la crisis del COVID-19 y, en consecuencia, el Plan Estratégico de Recursos Humanos de la Compañía ha debido adaptarse por completo a la realidad del negocio y de los empleados.

Dentro de estas circunstancias, NH Hotel Group mantuvo, a lo largo del año, el foco en sus pilares estratégicos, asegurando así que sigue sosteniendo su visión de largo plazo, pero adaptando las iniciativas lanzadas para darles sentido y utilidad dentro del contexto individual, social y de compañía tan complejo que ha supuesto la pandemia.

LIDERAZGO GLOBAL Y GESTIÓN DEL TALENTO	MÁXIMO RENDIMIENTO	MEJOR LUGAR PARA TRABAJAR
Continuar impulsando y transmitiendo el liderazgo dentro de NH Hotel Group, enfocando los esfuerzos y la inversión en el talento interno que tenga el potencial para marcar la diferencia en la estrategia de la Compañía y convertirse en modelos de nuestra cultura.	Siendo reconocidos como equipo modelo de alto rendimiento en la que se anima a todos los empleados a desarrollarse y dar lo mejor de sí mismos, y en la que se diferencia, reconozca y recompense el alto desempeño.	Haciendo de nuestros empleados los mejores embajadores de marca, sustentado en su alto nivel de compromiso, e incrementar el reconocimiento de NH Hotel Group como una de las mejores empresas para trabajar.
TRANSFORMACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS		

Buscar, evaluar y aprovechar las oportunidades para evolucionar y desarrollar nuestro entorno de trabajo para hacerlo cada vez más ágil, conectado y productivo, y para adquirir habilidades analíticas predictivas avanzadas. Todo ello con políticas y procesos claros, cumpliendo las promesas de manera proactiva, apoyando, desarrollando e implementando el modelo operacional de NH Hotel Group, y controlando el coste de personal y partidas presupuestarias relacionadas.

A continuación, se destacan los principales proyectos desarrollados dentro de cada pilar estratégico:

Líneas de trabajo estratégicas de Recursos Humanos en 2021

Liderazgo global y gestión de talento

Soporte a los managers en la gestión de sus equipos en circunstancias extraordinarias:

- Comunicación de medidas laborales,
- Gestión de conversaciones difíciles,
- Liderazgo de equipos en tiempos desafiantes.

Reanudación del proceso de gestión de Talento, mejorando el modelo y actualizando las matrices de talento en colectivos críticos.

Construcción de mapas de riesgos en términos de Talento.

Seguimiento de planes de desarrollo y sucesión de posiciones clave.

Reanudación de los programas de desarrollo interno (Becoming a GM, Becoming a HoD)

Máximo rendimiento

Plan de contingencia en términos de costes de personal, ajustándolos a la realidad del negocio.

Seguimiento y control de los costes de personal; optimización de las herramientas laborales puestas en marcha por parte de cada Gobierno.

Promoción de conversaciones de feedback, retomando el proceso interno de evaluación de desempeño (TFY)

Despliegue de formaciones en nuevas herramientas para equipos clave (Business Intelligence, Revenue Management, Brand Center).

Diseño y adaptación de itinerarios formativos para empleados de nuevas marcas en el portfolio NH (Anantara)

Mejor lugar para trabajar

Iniciativas para sostener el *engagement* y el sentido de pertenencia a NH Hotel Group de todos los empleados.

Lanzamiento de contenidos formativos y acceso a plataformas de aprendizaje, para potenciar el autodesarrollo de todos los empleados.

Relanzamiento de las newsletters de Comunicación Interna (Tell the World) y generación de espacios virtuales de información sobre la realidad y resultados de la compañía.

Lanzamiento de programas de *reboarding* para apoyar la reapertura tanto de hoteles como de oficinas centrales.

Definición de principios rectores para el trabajo híbrido dentro de NH Hotel Group.

Relanzamiento de programas de reconocimiento interno (Memorable Dates).

Nuestro capital humano

Toda la información relativa a empleados corresponde a datos de plantilla media, obtenidos de FTEs (Full Time Equivalentents) para todo tipo de empleados (exceptuando Outside Labour, Extra Labour y Trainees) considerando hoteles en propiedad, alquiler, gestión, recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

Durante 2021, NH Hotel Group tenía 10.071 empleados, ubicados en 29 países, donde el 51% son mujeres y el 49% hombres.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Empleados por Unidad de Negocio

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Oficinas Centrales y CRO	408	518	-21,1	408	518	-21,1
BU América	1.372	1.596	-14,0	1.665	2.006	-17,0
BUNE	4.056	4.408	-8,0	4.431	4.896	-9,5
BUSE	4.235	4.591	-7,8	5.080	5.430	-6,5
Total	10.071	11.112	-9,4	11.584	12.850	-9,9

Durante 2021, el número de empleados ha disminuido casi un 10%, fruto de las no renovaciones de contratos temporales, y la disminución de contrataciones nuevas, así como salidas tanto voluntarias como no voluntarias, motivadas por la bajada en la operación.

Desglose de empleados por país

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Alemania	1.708	1.923	-11,2	1.708	1.923	-11,2
Argentina	345	340	1,5	429	423	1,4
Austria	230	261	-11,9	230	261	-11,9
Bélgica	505	570	-11,4	505	570	-11,4
Chile	127	149	-14,8	139	163	-14,7
Colombia	369	468	-21,2	369	468	-21,2
Cuba	0	0	0,0	0	1	-100,0
Dinamarca	24	0	NA	24	0	NA
Ecuador	47	54	-13,0	47	54	-13,0
Eslovaquia	0	0	0,0	45	55	-18,2
España	2.948	3.291	-10,4	3.063	3.411	-10,2
Estados Unidos	45	12	275,0	45	12	275,0
Francia	132	131	0,8	132	131	0,8
Holanda	1.229	1.406	-12,6	1.395	1.624	-14,1
Hungría	56	27	107,4	56	27	107,4
Italia	1.178	1.164	1,2	1.181	1.165	1,4
Irlanda	118	69	71,0	118	69	71,0
Luxemburgo	36	37	-2,7	36	37	-2,7
México	458	553	-17,2	654	867	-24,6
Portugal	340	511	-33,5	1.067	1.229	-13,2
Reino Unido	19	25	-24,0	40	52	-23,1
República Checa	52	0	NA	187	166	12,7
Rumanía	19	29	-34,5	27	51	-47,1
Suiza	60	62	-3,2	60	62	-3,2
Uruguay	28	31	-9,7	28	31	-9,7
Total	10.071	11.112	-9,4	11.584	12.850	-9,9

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Desglose de empleados por género

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Mujeres	5.123	5.689	-9,9	5.875	6.551	-10,3
Hombres	4.948	5.423	-8,8	5.709	6.299	-9,4
Total	10.071	11.112	-9,4	11.584	12.850	-9,9

Desglose de empleados por edad

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Menores de 25 años	721	1.011	-28,7	826	1.185	-30,3
Entre 25 y 40 años	4.120	4.905	-16,0	4.787	5.695	-15,9
Mayores de 40 años	5.230	5.196	0,7	5.970	5.970	0,0
Total	10.071	11.112	-9,4	11.584	12.850	-9,9

Desglose de empleados por categoría profesional

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
SERVICIOS CENTRALES						
Top Management	83	93	-10,8	85	93	-8,6
Middle Management	386	472	-18,2	408	472	-13,6
Staff	797	1.091	-26,9	860	1.091	-21,2
Total	1.266	1.656	-23,6	1.352	1.656	-18,4
HOTEL						
Top Management	282	289	-2,4	310	320	-3,1
Middle Management	1.411	1.445	-2,4	1.585	1.634	-3,0
Staff	7.113	7.722	-7,9	8.336	9.240	-9,8
Total	8.805	9.456	-6,9	10.231	11.194	-8,6
TOTAL						
Top Management	365	382	-4,5	395	413	-6,6
Middle Management	1.797	1.917	-6,3	1.993	2.106	-5,4
Staff	7.909	8.813	-10,3	9.196	10.331	-11,0
Total	10.071	11.112	-9,4	11.584	12.850	-9,9

Las categorías por las que se desglosa toda la información son las siguientes:

• **Top Management:**

- SSCC/Oficinas Corporativas: Chief Officer, Senior Vice President, Vice President, Senior Director y Director Regional.
- Hotel: Director y Deputy.

• **Middle Management:**

- SSCC/Oficinas Corporativas: Director y Manager.
- Hotel: Jefes de departamento.

• **Staff:**

- SSCC/Oficinas Corporativas: Executive, Staff y Assistant.
- Hotel: Resto de posiciones de hotel.

Creación de empleo de calidad y retención del talento

La apuesta de NH Hotel Group por la estabilidad laboral se pone de manifiesto gracias al alto porcentaje de empleados con contrato indefinido. La Compañía fomenta la estabilidad laboral, especialmente de mujeres y en colectivos menores de 40 años. Así, en 2021, el 91% del promedio de los contratos de mujeres son indefinidos (+4% vs. 2020) y el 90% del promedio de los empleados entre 25 y 40 años tienen contrato indefinido (+5% vs. 2020)

El promedio de contratos se ha calculado dividiendo el total de días de contrato por categoría de cada empleado entre el total de días de año.

Promedio anual de modalidades de contratos

Perímetro consolidado

	2021	2020	Variación (en %)
Contratos temporales	1.033	1.585	-34,8
Contratos indefinidos	9.532	10.192	-6,5
Total	10.565	11.777	-10,3
Contratos a tiempo parcial	1.237	1.342	-7,8
Contratos parciales indefinidos	1.070	1.096	-2,3
Contratos parciales temporales	167	246	-32,1

Mujeres

Contratos temporales	512	796	-35,7
Contratos indefinidos	4.959	5.345	-7,2
Total	5.471	6.140	-10,9
Contratos a tiempo parcial	890	958	-7,1

Hombres

Contratos temporales	521	789	-33,9
Contratos indefinidos	4.573	4.848	-5,7
Total	5.094	5.637	-9,6
Contratos a tiempo parcial	347	384	-9,6

Los contratos parciales son un tipo de contrato tanto para la modalidad contractual temporal como indefinida.

Los empleados jubilados a tiempo parcial se considera una modalidad de contratos temporales.

Promedio anual de modalidades de contrato por edad

Perímetro consolidado

	2021			2020		
	< 25 años	25 - 40 años	> 40 años	< 25 años	25 - 40 años	> 40 años
Promedio anual contratos temporales	364	438	231	549	740	296
Promedio anual contratos indefinidos	422	3.818	5.291	585	4.342	5.265
Total	787	4.256	5.522	1.134	5.082	5.561
Promedio anual de contratos a tiempo parcial	134	379	724	176	424	741

Promedio anual de modalidades de contrato por categoría profesional

Perímetro consolidado

	2021			2020		
	Top Management	Middle Management	Staff	Top Management	Middle Management	Staff
Promedio anual contratos temporales	2	35	997	4	54	1.527
Promedio anual contratos indefinidos	379	1.774	7.379	398	1.885	7.909
Total	381	1.809	8.375	402	1.939	9.436
Promedio anual de contratos a tiempo parcial	7	56	1.175	7	62	1.274

Número de contratos

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Contratos indefinidos						
Jornada Parcial	739	726	1,8	764	754	1,3
Jornada Completa	8.410	8.968	-6,2	9.600	10.262	-6,5
Total	9.149	9.694	-5,6	10.364	11.016	-5,9
Contratos temporales						
Jornada Parcial	80	126	-36,5	88	140	-37,1
Jornada Completa	842	1.282	-34,3	1.132	1.683	-32,7
Total	922	1.408	-34,5	1.219	1.823	-33,1

En 2021 se han realizado 2.936 nuevas contrataciones, de las cuales el 66% son empleados menores de 35 años y el 53% son mujeres.

Cultura de diversidad, igualdad e inclusión

NH Hotel Group entiende la diversidad como un factor clave para elaborar una red de talentos diversos, capaces de entender las necesidades de los clientes, innovar y reflejar la sociedad en el mundo empresarial. Por todo ello, un pilar fundamental de la cultura corporativa de NH Hotel Group se basa también en la diversidad, igualdad e inclusión.

Así, los 10.071 empleados de la Compañía en 2021 son de 133 nacionalidades distintas. De éstos, un 22% trabajan en otros países diferentes al de su origen. Además, el 51% del total de la plantilla son mujeres, quienes ocupan un 44% del total de puestos directivos.



En referencia a la edad, en 2021, el porcentaje de empleados mayores de 40 años ha alcanzado casi un 52%, mientras que aquellos con edades entre los 25 y los 40 años es de un 41%, y el de menores de 25 años se ha situado en el 7%

Además, en 2021 se encuentran en plantilla 85 empleados con discapacidad, que representan un 0,8% de la plantilla a nivel global. Adicionalmente, NH Hotel Group apuesta por la integración laboral de personas con discapacidad a través de compras responsables a Centros Especiales de Empleo como proveedores de servicios de lavandería. La cuota alcanzada por las compras a Centros Especiales de Empleo alcanzó en 2021 el 6.2% (estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group).

Igualdad y Diversidad

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
Plantilla media	10.071	11.112	11.584	12.850
Contratos indefinidos	90%	87%	89%	86%
Rotación media	21%	20%	21%	22%
Nº de nacionalidades	133	132	134	133
Empleados en país diferente al de origen	23%	22%	22%	22%
Mujeres en plantilla	51%	51%	51%	51%
Mujeres directivas	44%	44%	44%	44%
Menores de 25 años	7%	9%	7%	9%
Entre 25 y 40 años	41%	44%	41%	44%
Mayores de 40 años	52%	47%	52%	47%
Empleados con discapacidad	85	89	ND	ND

A través de su Código de Conducta, NH Hotel Group formaliza su compromiso de promover la no discriminación por razón de raza, color, nacionalidad, origen social, edad, género, estado civil, orientación sexual, ideología, opiniones políticas, religión o cualquier otra condición personal, física o social de sus profesionales, así como la igualdad de oportunidades entre los mismos.

Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los empleados están basadas en criterios de capacidad, competencia y méritos profesionales.

NH Hotel Group, reconocida por su promoción de la igualdad y la diversidad

Bloomberg Gender & Equality



En enero de 2022 NH Hotel Group ha sido incluida por tercer año en el índice Bloomberg de igualdad de género 2022. La Compañía ha sido la única hotelera de entre las empresas españolas incluidas en el índice. Este índice internacional, en el que están presentes casi 6.000 Compañías de 45 países, mide el compromiso y contribución en transparencia de la información de género y en materia de promoción de la igualdad. NH

Hotel Group afronta esta entrada como una oportunidad para continuar trabajando la diversidad e inclusión globalmente.

Plan de Igualdad

En julio de 2010, NH Hotel Group firmó su Plan de Igualdad con los representantes de los trabajadores. Para la elaboración de este, la Compañía realizó un exhaustivo diagnóstico de la situación y posición de las mujeres y hombres, en el que se confirmó que NH Hotel Group, en España, contaba con una elevada presencia de mujeres, así como de un elevado número de mujeres directivas presentes en la organización.

Tras esa positiva primera evaluación, se trabajó en un plan de acción con medidas concretas en diferentes áreas de acceso a la empresa, contratación, promoción, formación, retribución, conciliación, salud laboral, comunicación y sensibilización que permitieron la eliminación o corrección de desigualdades en estos ámbitos.

Además, el documento incluyó una serie de medidas para garantizar la protección de las mujeres víctimas de violencia de género: dar prioridad en su contratación, hacer un seguimiento de los casos de violencia de género que surgieran, así como las medidas adoptadas e informar a la plantilla de los derechos de las mujeres en esta situación.

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos marcados y de las acciones programadas en el Plan, también se creó una Comisión de Seguimiento y Evaluación, constituida, de forma paritaria, por representantes de la empresa y de las organizaciones sindicales firmantes.

Este Plan ha permitido desarrollar mecanismos que faciliten una mayor representación femenina en toda la estructura jerárquica de la organización. Fue también el punto de partida para desarrollar las directrices que definen a la Compañía en su compromiso con la igualdad, no sólo enfocado a la diferencia de género, sino a diferentes nacionalidades, edad, orientación sexual, etnias, opiniones, creencias, religiones, discapacidades, etc. De esta misma forma, se reconoce también en el Código de Conducta de NH Hotel Group.

El trabajo realizado permitió replicar el proceso de diagnóstico y evaluación en materia de diversidad e igualdad en el resto de los países, creando planes de acción al respecto en todas las Unidades de Negocio.

En enero de 2020 se constituyó la comisión negociadora con los principales sindicatos en España para trabajar en el **II Plan de Igualdad** de la Compañía. La crisis de la COVID-19 hizo que el avance de las negociaciones y del desarrollo del Plan tuvieran que posponerse. Durante el año 2021 hemos avanzado en la negociación del nuevo Plan con el objetivo de cerrar un acuerdo durante el primer cuatrimestre de 2022.

Protocolo contra el acoso sexual

Como complemento al Plan, y para facilitar su implantación y concienciación de los empleados, éste incluye un Protocolo de Prevención y tratamiento de las situaciones de acoso sexual y acoso, así como un manual para un uso no sexista del lenguaje.

Un equipo con las mismas oportunidades

El salario de las mujeres en NH Hotel Group en 2021 constituye el 90% del salario bruto por hora de los hombres; siendo el salario bruto medio por hora de 16,08 euros para los hombres y de 14,55 euros para las mujeres.

La brecha salarial se ha calculado comparando retribuciones entre categorías de profesionales equivalentes, como resultado del salario medio de mujeres respecto a hombres. Es decir, aquellos que realizan la misma función o tienen la misma posición.

El dato global de la brecha salarial se obtiene ponderando las brechas obtenidas de las comparaciones entre las retribuciones medias percibidas (considerando salario fijo y variable pagado) por los profesionales de cada categoría por el número de profesionales de dicha categoría.

Relación del salario de mujeres respecto a hombres por categoría profesional (en %)

Perímetro consolidado

	2021	2020
Top Management	77	75
Middle Management	96	97
Staff	101	102
Total	90	91

Este análisis de brecha calculado ha servido para identificar que la diferencia salarial aumenta en el Top Management, sobre todo por la menor presencia de mujeres en esta categoría.

Esta situación ofrece una gran oportunidad para realizar un análisis más profundo sobre los distintos colectivos, no sólo mujeres, y establecer como prioridad continuar con el proyecto a largo plazo de gestión real de la diversidad de empleados en todos sus aspectos, y apoyar su desarrollo profesional dentro de la Compañía. NH Hotel Group continuará trabajando para adoptar las medidas más adecuadas para eliminar esta brecha.

Remuneración media* por género y categoría profesional (en euros)

Perímetro consolidado

	2021		2020		Variación (en %)	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Top Management	75.350	97.445	73.634	97.871	2,3	-0,4
Middle Management	38.916	40.412	38.390	39.412	1,4	2,5
Staff	23.092	22.961	22.843	22.478	1,1	2,1
Total	26.181	28.950	25.798	28.453	1,5	1,7

* La cifra de retribución corresponde al salario fijo bruto anual más variable correspondiente al año anterior, sin tener en cuenta las reducciones salariales temporales.

Remuneración media* por edad (en euros)

Perímetro consolidado

	2021	2020	Variación (en %)
Menores de 25 años	18.930	18.855	0,4
Entre 25 y 40 años	25.654	25.331	1,3
Más de 40 años	31.314	31.187	0,4

* La cifra de retribución corresponde al salario fijo bruto anual más variable correspondiente al año anterior, sin tener en cuenta las reducciones salariales temporales.

El modelo retributivo de NH Hotel Group

La política retributiva aplicada por NH Hotel Group carece de sesgos por cuestiones de género. La retribución fija dineraria y la retribución variable anual, los dos componentes fundamentales de la estructura retributiva de la Compañía, se establecen de manera objetiva. La retribución fija refleja principalmente la experiencia del profesional y la responsabilidad en la Compañía, en tanto la retribución variable recompensa el logro de objetivos anuales, fundamentalmente cuantitativos, y que son compartidos por los profesionales que desempeñan sus actividades en las mismas áreas funcionales.

El éxito de NH Hotel Group depende, en buena parte, de la consecución de los objetivos individuales y colectivos de los profesionales que forman parte de la Compañía. La retribución variable dentro de la Compañía tiene como finalidad:

- Alinear los objetivos individuales y colectivos con la estrategia global del grupo
- Medir qué se hace (contribución individual y colectiva de los empleados a los resultados de la compañía) y cómo se hace (evaluación del desempeño)
- Reforzar la importancia y el compromiso de NH Hotel Group con los principios de no discriminación e igualdad de oportunidades

En España, la Compañía ofrece un plan de retribución flexible que permite a sus beneficiarios destinar parte de su retribución a tickets transporte, vales guardería, compra de días de vacaciones, tarjeta restaurante, seguro médico o formación externa, beneficiándose así de precios especiales y ventajas fiscales.

Compromiso y participación de los empleados

En términos de *engagement*, y con el objetivo de apoyar a los empleados en los meses tan retadores que quedaban por delante tanto a nivel personal como profesional, la Compañía continuó con la iniciativa global: “*With You*”.

A través de esta iniciativa, desde el principio de la pandemia, se lanzaron comunicados a todos los empleados con consejos y recursos para que cuidaran su bienestar, fomentaran su autodesarrollo y se mantuvieran conectados. Los comunicados se lanzaban a través de los diferentes canales corporativos (*email*, *MyNH App*, *Intranet*, *WhatsApp*), para poder llegar al mayor número posible de empleados.

Además, en el marco de esta iniciativa, se lanzó una edición especial de comunicados dirigidos a managers que les ayudaran a fortalecer su liderazgo en tiempos de incertidumbre.

Adicionalmente, se diseñó un plan de *reboarding* para los empleados, tanto de hoteles como de oficinas, para darles la bienvenida al volver a su trabajo, tanto si habían estado inactivos, como si volvían presencialmente a la oficina tras un largo periodo de teletrabajo. Ese plan tuvo un marcado carácter local:

- En la Unidad de Negocio del Sur de Europa se facilitaron webinars por los miembros del equipo de Recursos Humanos que tenían como objetivo ayudar a gestionar la fatiga pandémica, además se celebraron multitud de reuniones individuales y focus groups con empleados para conocer las necesidades de los empleados en esos momentos, se lanzaron iniciativas de reconocimiento, eventos especiales y retos solidarios. Todo ello culminó con una agenda común llena de actividades que tuvo lugar el mismo día en todos los hoteles y oficinas de la unidad de negocio: “The Re-Start Day”.
- En la Unidad de Negocio del Norte de Europa se crearon diferentes comunicaciones de un plan denominado “Cuidamos de Nuestra Gente” formado por 6 acciones que fue llevado a cada hotel de la unidad de negocio: ‘Haz que se sientan especiales’, ‘Reconecta’ o ‘Gracias’, entre otros.
- Por su parte en HQ, se diseñó una batería de acciones a desarrollar por los managers con el objetivo de ayudar a sus equipos en la transición a su reincorporación presencial, gestionando su ánimo, compromiso y desempeño, tratando de dar respuesta a las diferentes realidades a gestionar (personas con un largo periodo de tiempo de inactividad, teletrabajando, etc.). Se planificaron reuniones a diferentes niveles, tanto individuales, como de equipo como por dirección general, así como a nivel centro de trabajo. Así mismo se elaboró una comunicación de “puesta al día” que recogía los principales hitos logrados por NH Hotel Group en 2020.

Por otra parte, y dadas las excepcionales circunstancias del ejercicio, y con el fin de contar con la participación del mayor número posible de empleados en activo, se decidió posponer la encuesta bianual *Employee Engagement Survey* para realizar en 2022.

Gestión del desempeño – Time For You (TFY)

En NH Hotel Group el proceso de gestión del desempeño es un elemento clave y consolidado de nuestra cultura de liderazgo, llevado a cabo a través de *Time For You* (TFY).

La evaluación del desempeño y de las competencias de los profesionales de NH Hotel Group permite conocer el talento interno para orientar de forma efectiva su formación y desarrollo profesional. La evaluación permite identificar las fortalezas y áreas de desarrollo de los profesionales en el desempeño de su trabajo, en base a las cuales se definen los distintos planes de desarrollo. Los resultados de estas evaluaciones se vinculan a su desarrollo profesional y al incremento de su retribución variable.

Es un proceso de gestión del desempeño dirigido a todos los empleados fijos con una antigüedad mínima de 3 meses en la Compañía.

El desempeño en términos cualitativos, el *cómo* se logran los objetivos, se evalúa a través de competencias que permiten orientar de forma efectiva su formación y desarrollo profesional. A través de TFY se identifican las fortalezas y áreas de desarrollo de los profesionales en el desempeño de su trabajo, y en base a las áreas de mejora identificadas, se definen los distintos planes de desarrollo. Además, la evaluación global obtenida tiene impacto en otros procesos de recursos humanos como en los procesos de selección interna, talento o en la retribución variable.

En 2021 se retomó la *Revisión de Mitad de Año* de manera formal, como una clara señal de retorno a la normalidad. En este importante momento del año se invitó a los empleados a convertir esa conversación en un genuino momento de conexión con el mánager/equipo, promoviendo que compartieran abiertamente sentimientos, percepciones, aprendizajes y áreas de inquietud.

La campaña de comunicación interna giró en torno a hacer de este momento una "verificación de la realidad y una oportunidad de reconexión", reflexionando sobre cómo había cambiado la realidad, pero más importante aún, cómo había cambiado NUESTRA realidad: Personal y profesionalmente.

El equipo de Recursos Humanos diseñó una formación específica a nivel corporativo a través de Webinars que se desplegó a nivel local, por los equipos de Recursos Humanos, aprovechando para abrir un espacio de diálogo con todos los managers. En estos webinars se daban pautas concretas y se entregaba a los managers a su finalización, una "tarjeta de conversación" con las claves para que la conversación de "Mitad de Año" se convirtiera en un momento de reconexión con el equipo.

Una vez más se demostró la importancia de este proceso en nuestra cultura de liderazgo, ya que se alcanzó un porcentaje de participación del 86%, similar a antes de la pandemia.

En diciembre se lanzó el proceso de Revisión Anual, recuperando el espíritu de TFY, basado en el feedback y en el desarrollo, como herramientas clave para crecer dentro de la Compañía.

Aunque un año más, la pandemia había seguido condicionando nuestro día a día profesional y personal, también había estado marcado por extraordinarios esfuerzos, grandes retos y adaptación a continuos cambios.

Por todo ello, el enfoque de este proceso clave, debía ser también excepcional y estuvo más enfocado que nunca a mirar hacia el futuro y a desarrollarse desde las experiencias vividas a lo largo del año.

En consecuencia, TFY2021 se adaptó a este enfoque y tuvo las siguientes características:

- No hubo calificaciones en términos de competencias ni de valoración general y la atención se centró únicamente en feedback, desarrollo y carrera.
- Se elaboró a nivel corporativo y se desplegó a nivel local por el equipo de Recursos Humanos una formación dirigida a los managers explicándoles que había cambiado en el proceso respecto al estándar y cómo enfocar la conversación para que sirviera como herramienta de compromiso, motivación y desarrollo del equipo.
- A la finalización de esta, se entregó también una "tarjeta de conversación" con los principales mensajes explicados en el webinar.

La tasa de participación de los empleados objetivo en 2021 fue del 92%.

Gestión del talento

NH Hotel Group ha implantado un proceso para ayudar a identificar y desarrollar el talento mirando no sólo el desempeño sostenido en el tiempo, sino también el potencial y la ambición de las personas que desarrollan posiciones clave dentro de la Compañía.

Durante la segunda parte de 2021 se retomó el proceso de identificación y desarrollo del talento mirando no sólo el desempeño sostenido en el tiempo, sino también el potencial y la ambición de las personas que desarrollan posiciones clave dentro de la Compañía.

Así, NH Hotel Group asegura la preparación adecuada de roles clave para el futuro incluso en tiempos tan retadores como este. El objetivo global es crear una mentalidad de talento en los líderes a todos los niveles, comenzando por el Top 100 ejecutivo de la Compañía y continuando con los Directores y Jefes de Departamento en hoteles, y Directores y Managers en servicios centrales.

Formación: NH University

NH Hotel Group apuesta por el desarrollo profesional y la formación de todos sus empleados como medio para hacer realidad la filosofía que inspira su vocación de servicio al cliente. Todos los proyectos de formación presencial y on-line se gestionan a través de la universidad corporativa, NH University.

Cada año, se adapta el currículo formativo para que las personas que trabajan en NH Hotel Group puedan seguir actualizando sus conocimientos, tanto técnicos como de habilidades.

Durante el año 2021, proyectos que tuvieron que paralizarse debido a la pandemia se han retomado, como los Programas de Desarrollo Interno, siendo uno de los principales objetivos del departamento seguir ofreciendo a los empleados formación necesaria para su desarrollo utilizando métodos seguros e incrementando, por tanto, las horas de formación a través de plataformas como Teams o con formatos online como videos, infografías, etc. Con motivo de la reactivación del negocio, tanto la inversión como el número de participantes ha aumentado con respecto al 2020.

Además, se ha consolidado la oferta de formación online a través de la plataforma de GoodHabit, promoviendo los cursos que ofrece a través del lanzamiento mensual de un calendario que marcaba fechas importantes con formaciones relacionadas. Esta plataforma de formación internacional se focaliza en hacer de la formación algo divertido, diferente y personalizada para cada participante y permite aprender de la forma que mejor se adapte a cada uno. Más de 800 empleados se formaron en más de 3.600 horas.

El total de horas de formación tanto presencial como online en 2021 ha sido de 74.759 a través de 990 programas de formación. NH University ha formado a 8.733 empleados lo que supone un 75% del total de la plantilla.

La formación presencial, donde también se incluyen formaciones realizadas a través de webinars, ha supuesto el 58% de las horas de formación con 151 formadores internos impartiendo las sesiones.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

372.611 €

Inversión total en formación en 2021

Se han impartido

74.759*

horas totales de formación presencial y on-line

76.234

participantes en

990

programas

8.733

team members formados

*El total de horas de formación tiene contabilizadas 424 horas realizadas a través de la Plataforma de formación "GHA - Discovery in a box" en la que los hoteles de las marcas Anantara, Avani y Tívoli han recibido formación sobre las novedades del programa de Loyalty. Las horas se contabilizan en el perímetro corporativo, ya que gran parte de estos hoteles tienen contratos en gestión.

Formación

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
Horas por empleado formado (presencial)	12,7	10,2	13	11,8
Horas por empleado formado (e-learning)	3,7	3,9	4	4,2
Horas totales por FTE	6,2	4,8	6,5	5,4
Horas totales por empleado formado	8,3	8	8,5	8,9

Horas de formación por Unidad de Negocio

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Formación presencial						
Corporativo	3.077	868	254,5	3.077	868	254,5
BU América	20.363	12.085	68,5	20.861	15.690	33,0
BUNE	3.883	5.843	-33,5	4.297	6.318	-32,0
BUSE	10.418	13.814	-24,6	14.832	20.763	-28,6
Total presencial	37.740	32.610	15,7	43.067	43.638	-1,3
Formación online						
Corporativo	425	919	-53,8	425	919	-53,8
BU América	4.584	2.842	61,3	5.974	3.601	65,9
BUNE	12.517	7.381	69,6	13.124	8.393	56,4
BUSE	7.182	9.176	-21,7	11.745	12.351	-4,9
Total Online	24.708	20.318	21,6	31.268	25.264	23,8
Total Horas Formación	62.449	52.928	18,0	74.335	68.902	7,9

Horas de formación por categoría profesional

	Perímetro consolidado				Perímetro corporativo			
	2021		2020		2021		2020	
	Presencial	Online	Presencial	Online	Presencial	Online	Presencial	Online
Top Management	3.294	1.030	2.520	660	3.537	1.251	2.823	755
Middle Management	8.273	4.236	8.387	3.007	8.767	5.468	9.975	3.624
Staff	26.173	19.442	21.703	16.651	30.763	24.549	30.840	20.885
Total	37.740	24.708	32.610	20.318	43.067	31.268	43.638	25.264

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Horas de formación por departamento

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
Administración	773	464	1.117	856
Alimentación y Bebidas	16.122	11.129	18.550	15.043
Gestión	5.113	3.371	5.923	3.999
Mantenimiento	2.701	1.197	3.026	1.799
Pisos	5.529	2.049	6.436	2.880
Recepción	16.675	9.315	19.155	12.600
Reservas	9.078	1.126	12.771	1.591
Revenue Management	641	649	654	659
SSCC	3.003	1.484	3.140	1.662
Ventas	2.367	1.707	2.889	2.127
Otros	446	120	675	423
Total	62.449	32.611	74.335	43.639

Formación en seguridad y salud

Los cursos de formación sobre riesgos laborales dependen de la legislación en cada país, así pues, contamos con un amplio catálogo de formación sobre esta materia, que van desde Manipulación de Alimentos, hasta nociones básicas de Primeros Auxilios. Adicionalmente, este año los programas se han tenido que centrar principalmente en la formación sobre el nuevo coronavirus, qué es, como identificar los síntomas y qué hacer en caso de un contagio de un trabajador o un cliente.

Durante 2021 se ha continuado con las formaciones sobre las medidas de FeelSafe at NH para asegurar su efectiva implementación y para garantizar que todos los miembros de nuestro equipo las conocen y saben aplicarlas en su día a día, aunque en menor medida que el año pasado.

Además de lo anterior, se ha definido un itinerario específico para los nuevos Gerentes de Seguridad y Salud en habilidades de comunicación, influencia, reuniones efectivas o gestión del cambio, entre otros.

Horas de formación de Seguridad y Salud laboral 2021

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	Formación presencial	Formación online	Formación presencial	Formación online
Número de empleados formados	980	992	1.008	1.425
Número de programas	106	49	109	50
Horas de formación	5.585	1.427	5.716	2.345

FORMACIONES CORPORATIVAS:

Formación para los nuevos hoteles marca Anantara

NH University ha trabajado en un itinerario de formación para todos los miembros de los hoteles que cambiaban a la marca Anantara.

El itinerario cuenta con formación sobre la marca y la revisión de los nuevos estándares y procedimientos para todos los empleados y formación específica para los directores de hotel en la que han visitado varias propiedades de la marca Anantara con el objetivo de entender cómo se consigue alcanzar la visión de marca en las diferentes propiedades, compartir buenas prácticas y experiencias, conocer cómo se pueden adaptar los estándares a la realidad de cada hotel y promover el networking entre los hoteles.

Durante el primer trimestre de 2022 los directores de Anantara participarán en un workshop para profundizar en la estrategia de la marca en Europa, compartir learnings del viaje previo y continuar haciendo esta marca una realidad en Europa.

Formación en Sensibilización Ambiental

En NH Hotel Group estamos comprometidos con la gestión eficiente de los recursos donde se ubican nuestros hoteles y nos esforzamos por prevenir y anticiparnos a posibles contingencias ambientales. Es por ello, que NH University ha lanzado el curso de Sensibilización Ambiental en los 7 idiomas corporativos de manera obligatoria para todos los empleados, donde se recogen las pautas que todos debemos seguir para cumplir con los principios recogidos en nuestra Política Medioambiental y Energética.

La formación seguirá siendo asignada a todos los empleados que se incorporen a la Compañía y deberán realizarla en un plazo de 30 días.

Desde el lanzamiento del curso, se han realizado 2.997 horas por 3.734 empleados.

Formación en Derechos Humanos

En diciembre del 2021 se lanzó el curso de Derechos Humanos, a través de la plataforma de NH Talent, a los colectivos: General Managers y Front Office Managers. La formación también está disponible para todos los empleados que deseen conocer esta política corporativa a través del catálogo corporativo de NH University. En los próximos meses, se ampliará al resto de la plantilla, teniendo como objetivo que la totalidad de los empleados de la Compañía realicen el curso.

Con esta formación NH Hotel Group promueve el conocimiento, no solo de su política de Derechos Humanos, sino también del proceso de debida diligencia para identificar, prevenir, mitigar e informar sobre los potenciales riesgos y consecuencias derivados de la acción diaria de los empleados, proveedores o clientes.

Desde el lanzamiento del curso, 360 empleados han realizado la formación.

Formación en Commercial Systematics

A través de sesiones virtuales el área comercial ha ofrecido sesiones de formación sobre los procesos de la sistemática comercial, revisando los siguientes temas:

- Revisión de las funcionalidades de la herramienta de C4C a través de dos sesiones de formación webinar en español y en inglés.

- **Visión general de la Sistemática Comercial**, también en 2 sesiones webinar impartidas en inglés de 1.5 horas de duración cada una.
- **Los procesos de cualificación y negociación**, también con 2 sesiones webinar de formación en inglés de 1 hora de duración.
- **Standard Operating Processes de la Sistemática Comercial** en modalidad online, creando un itinerario obligatorio con los 10 procesos más importantes, diseñados en píldoras de 10-15 minutos de duración.

En total 201 participantes han recibido formación en 2021.

FORMACIONES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO SUR DE EUROPA:

Programas de desarrollo del liderazgo:

- ***Becoming a GM – Edición italiana:***

El 6 de octubre comenzó oficialmente el nuevo programa de *Becoming a GM*. Después de la etapa de nominación, selección y evaluación, tres Jefes de Departamento han comenzado su programa de desarrollo para convertirse en Directores de Hotel. El viaje de nuestros tres potenciales GMs será muy rico: además de la parte formativa (presencial e híbrida) se ha creado un itinerario de coaching, evaluación periódica de competencias, webinars temáticos y otras acciones de desarrollo.

Habilidades trabajadas: escucha activa y retroalimentación; empatía e influencia; comunicación asertiva; liderazgo activo y resiliencia; pensamiento lateral y mejora continua; inteligencia emocional y humildad.

- **New HoD Training (España):**

Este nuevo programa de desarrollo y liderazgo está enfocado en formar a aquellos empleados que quieren convertirse en jefes de departamento con el objetivo de cubrir las necesidades de estas posiciones en España. Tras una fase de selección, 10 participantes comienzan una aventura de 6 meses de duración a través de un itinerario liderado por el área de Formación y Desarrollo junto con Operaciones. Durante el primer mes los participantes tienen una inmersión en áreas y departamentos transversales de los hoteles y se involucran en una semana completa de capacitación enfocada tanto en temas técnicos como gerenciales. En la segunda fase, de 2 meses de duración, los participantes se trasladan a un hotel y cumplen el mismo rol, pero participan en un proyecto de trabajo especial. El último paso permitirá a los participantes obtener la certificación final: se trasladarán nuevamente a otro hotel escuela y pasarán 3 meses con un Jefe de Departamento que actúa como tutor y les irá dando paso a paso más responsabilidades en el rol. Si la evaluación final es positiva, estarán listos para convertirse en Jefes de Departamento (HODs) tan pronto como haya un puesto disponible.

Habilidades trabajadas: escucha activa y retroalimentación; empatía e influencia; comunicación asertiva; liderazgo activo y resiliencia; pensamiento lateral y mejora continua; inteligencia emocional y humildad.

- **Programa de formación en Liderazgo:**

Programa de desarrollo compuesto por 6 webinars sobre habilidades de liderazgo. El objetivo del proyecto es ayudar a los Jefes de Departamento a posicionarse como líderes.

Habilidades trabajadas: escucha activa y retroalimentación; empatía e influencia; comunicación asertiva; liderazgo activo y resiliencia; pensamiento lateral y mejora continua; inteligencia emocional y humildad.

Programa Service Training:

El objetivo de esta formación, compuesta por 9 webinars, es ayudar a los miembros del equipo a comprender cómo ofrecer un servicio excelente a través de acciones que agreguen valor a la experiencia de los huéspedes.

Habilidades trabajadas: consistencia, integridad, mejora continua, humildad, comunicación, lenguaje corporal positivo, compromiso, sentido de urgencia, empatía, escucha activa, manejo del estrés, trabajo en equipo, resiliencia, inteligencia emocional.

Formación en idiomas:

Lecciones en inglés y español impartidas a través de ZOOM a los miembros del equipo para mejorar sus habilidades básicas de conversación en cada uno de los dos idiomas.

Habilidades trabajadas: Idiomas, mejora continua.

Taller de Lujo:

Formación de 2 días de duración diseñada para preparar a los miembros del equipo para ofrecer el factor WOW que caracteriza a un servicio de lujo. Una formación muy interactiva sobre cómo sobresalir en nuestro negocio y cómo personalizar nuestras interacciones con cada huésped.

Habilidades trabajadas: lenguaje corporal positivo, compromiso, trabajo en equipo, mejora continua, empatía, escucha activa.

FORMACIONES DE LA UNIDAD DE NEGOCIO AMÉRICA:

Programa In your Shoes:

Formación enfocada a que los equipos estén conectados no solo en el ámbito laboral, sino también desde lo emocional y desde la empatía, con la realidad operativa de cada uno de los hoteles, ayudando a comprender los desafíos operativos y administrativos de las partes interesadas, detectar carencias y necesidades entre las partes, fortalecer canales de diálogo y reconocer el impacto de las solicitudes administrativas en la operación.

Habilidades trabajadas: empatía, escucha activa, manejo del estrés, trabajo en equipo, resiliencia, emocional inteligencia.

Comunicación Interna

Para NH Hotel Group, la Comunicación Interna vuelve a ser en 2021 una pieza clave para generar y mantener el compromiso de los empleados con la Compañía, así como una potente palanca de gestión del cambio. El año 2021 ha demostrado nuevamente la importancia de la Comunicación Interna en tiempos de grandes cambios y continuos retos. Además, se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación de decisiones difíciles para la Compañía, información relevante y crítica para el negocio, así como para mantener el compromiso y la motivación de los empleados y ayudar a gestionar la incertidumbre.

La Comunicación Interna busca siempre estar alineada con la realidad de la Compañía y de sus empleados. Con el fin de evolucionar sus actuales canales y plataformas y trazar una hoja de ruta

clara para el futuro, el área de Comunicación Interna organizó en 2021 diferentes *focus groups* para conocer la visión de los empleados y tener un feedback lo más completo posible al respecto.

En este sentido, se realizaron un total de siete *focus groups* en todas las Unidades de Negocio del Grupo y con representación de los principales perfiles de empleados, tanto de Servicios Centrales como de hoteles.

Principales proyectos de comunicación interna en 2021

MyNH App	Durante el año 2021, NH Hotel Group vuelve a optar por las herramientas digitales para adaptarse a un contexto cambiante también en lo referente a la presencialidad de los empleados, que se ha visto afectada en diferentes momentos a lo largo de este año. De esta manera, MyNH, la App exclusiva para los empleados del Grupo, se consolida como una herramienta clave para llegar a todos los empleados, manteniéndoles puntualmente informados y generando así un mayor compromiso.
TELL THE WORLD	Durante el año 2021 se retomaron los canales habituales de comunicación, siendo el principal de ellos ‘Tell The World’, en formato de newsletters mensuales y comunicaciones monográficas de aquellas noticias más relevantes. Durante este año 2021, a diferencia del anterior que se centró principalmente en la gestión de la crisis, la comunicación interna ha vuelto paulatinamente a estar protagonizada por las nuevas aperturas, nuevos proyectos de la Compañía y mensajes de recuperación que han contribuido a transmitir y recuperar el optimismo de los empleados.
TOWN HALLS VIRTUALES & CANAL CEO	<p>En el año 2020 la Compañía diseñó un Plan de Visibilidad de sus líderes, al que se ha querido dar continuidad durante el 2021 a través de los Town Halls del CEO de la Compañía. Esta iniciativa reafirma el compromiso de la Alta Dirección con la comunicación interna y su papel clave en la gestión del cambio y en la implicación de todos los empleados en la estrategia de la Compañía. Coincidiendo con la presentación trimestral de resultados, el CEO de NH Hotel Group se ha dirigido de manera telemática a todos los empleados del grupo para comunicar la positiva evolución de los principales indicadores financieros y la consolidación de la recuperación del negocio.</p> <p>Durante estos encuentros, el CEO de NH Hotel Group ha tenido además la oportunidad de trasladar mensajes de motivación y agradecimiento a todos los empleados por el buen trabajo y el compromiso demostrado, elementos clave para la recuperación de la Compañía.</p>
COMUNICACIONES ‘SUSTAINABLE BUSINESS’ & ‘TOGETHER WITH LOVE’	<p>El área de Sustainable Business también ha promovido iniciativas especiales de Voluntariado Corporativo bajo su programa ‘Together With Love’. Estas iniciativas, diseñadas junto al equipo de Comunicación Interna, han tenido gran acogida entre los empleados quienes se han volcado para dar apoyo a los colectivos más afectados por la crisis sanitaria. La Compañía está muy orgullosa de la gran participación e involucración de los empleados en estas iniciativas de voluntariado corporativo.</p> <p>Desde el área de Comunicación Interna se ha querido poner en valor y visibilizar firme compromiso de NH Hotel Group con la sostenibilidad y su posicionamiento de liderazgo en la industria en materia de excelencia sostenible. Por ello, ha cobrado especial relevancia el canal de comunicación interna ‘Sustainable Business’, así como su sección dedicada en las newsletters mensuales de ‘Tell The World’.</p>

Employer branding – Further Together

NH Hotel Group se enorgullece de que sus empleados sean la clave del éxito del negocio. Por ello, se apuesta por consolidar la marca empleadora de la Compañía en todo el mundo, para atraer y motivar al mejor talento entre los empleados y candidatos externos.

El Plan de Employer Branding a largo plazo busca, a través de una comunicación uniforme y coherente de la identidad y esencia de la Compañía, establecer una única cultura alrededor de nuestros valores: People, Passion y Challenge.

Para lograrlo, se ha continuado trabajando en la campaña “Further Together” a través de las diferentes canales de comunicación externa de la Compañía, poniendo mayor foco en Instagram y LinkedIn.

La campaña está protagonizada por empleados de todas las Unidades de Negocio, que cuentan, de primera mano, cómo es trabajar en NH Hotel Group, formando parte de los denominados Instagram Ambassadors y convirtiéndose en role models de todos los trabajadores.

Dentro de la campaña de Further Together se han integrado otros proyectos como el de Feel Safe at NH, el Re-Start de las diferentes Unidades de Negocio, así como el Together With Love: *Christmas Edition*, siempre desde la perspectiva de los empleados del Grupo.

Further Together sigue dando voz a las experiencias internas de los trabajadores creando una comunidad unida entorno a los valores de marca.

Memorable Dates

Memorable Dates continúa siendo el programa de reconocimiento que galardona los aniversarios más importantes (5, 10, 15, 20 y 25 años), así como la jubilación de empleados de hoteles y oficinas centrales, en todas las Unidades de Negocio. Lamentablemente, las recomendaciones sanitarias y de distanciamiento de seguridad han obligado a posponer las celebraciones de los eventos donde los únicos protagonistas son los empleados homenajeados. No obstante, en 2021 volvemos a retomar el reconocimiento a su trayectoria profesional dentro de la Compañía otorgándoles, para ello, credits que podrán redimir en nuestros hoteles. El evento como tal se vuelve a posponer un año más salvaguardando la salud y seguridad de todos nuestros empleados.

Flexibilidad y conciliación: del ‘New Way of Working’ al ‘Modelo Híbrido’

Para NH Hotel Group, uno de los pilares fundamentales donde pivota la atracción y retención del talento es la conciliación de la vida personal y profesional, que se materializa en la búsqueda de un equilibrio entre las necesidades e intereses de los team members y los de la Compañía.

La cultura de NH Hotel Group ha venido evolucionando en los últimos años hacia un esquema de mayor flexibilidad y conciliación, gracias al Proyecto ‘New Way of Working’ que arrancó hace varios años. Si bien, ha sido especialmente durante el ejercicio 2021, cuando se ha diseñado un modelo de trabajo híbrido, hacia el cual, la compañía ha comenzado a transitar de manera muy rápida y eficiente.

En concreto, a partir del mes de septiembre 2021, este proyecto piloto de modelo híbrido de trabajo arrancó en las diferentes oficinas centrales de cada Unidad de Negocio, con fecha de finalización en diciembre 2021.

Este piloto de modelo híbrido tiene las siguientes características en Headquarters:



- Un mínimo de 3 días presenciales en la oficina y 2 en teletrabajo, a distribuir de lunes a viernes, acorde a la naturaleza de la función.



- Para facilitar la comida durante los días de oficina, la Compañía decidió hacer entrega a los empleados de HQ de una Ayuda Comida de 112€ al mes (exc julio y agosto).



- Con la finalidad de hacer más segura la asistencia a la oficina, se han aprobado medidas adicionales de higiene y seguridad, como son medidores de CO2 en todas las plantas y salas de reuniones, purificadores de aire con filtrado de partículas, distancia social entre puestos de trabajo, etc

Asimismo, la oficina ha permanecido abierta para continuar dando servicio a nuestros empleados que así lo requirieran.

Por tanto, todo este programa de medidas ha permitido a NH Hotel Group continuar con su actividad, facilitando a los empleados un plus de conciliación gracias al modelo híbrido de trabajo, potenciando el vínculo de confianza y el engagement.

Principales medidas de conciliación y flexibilidad y otros beneficios sociales

Exámenes en horario laboral	Previo preaviso con una antelación de 48 horas y justificante de asistencia.
Cumplimiento de un deber inexcusable de carácter público y personal	La Compañía concede el tiempo indispensable para su realización.
Técnicas de reproducción asistida	Cualquier profesional en tratamiento de técnicas de reproducción asistida tiene derecho a ausentarse del trabajo, previa justificación.
Nacimiento o adopción	La Compañía ofrece: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Una gratificación económica en caso de nacimiento o adopción de un hijo. ▪ Garantía de un permiso retribuido para las gestiones previas a las adopciones internacionales. ▪ Posibilidad de una excedencia de 4 a 6 meses para las personas en trámites de adopción internacional, con reserva de puesto de trabajo. ▪ Posibilidad de unir el permiso de paternidad a las vacaciones, para facilitar el desplazamiento del otro progenitor/a cuando el hijo/a haya nacido fuera de España.
Fomento de la contratación de mujeres víctima de violencia de género	Prioridad en la contratación de mujeres que acrediten su condición de víctimas de violencia de género, en igualdad de condiciones.

Principales medidas de conciliación y flexibilidad y otros beneficios sociales

Movilidad geográfica	Preferencia en la movilidad geográfica por motivos de cuidados de personas dependientes (menores y familiares).
Fomento de las nuevas tecnologías	Uso e impulso de las nuevas tecnologías de la información (videoconferencias, etc.) siempre que sea posible, para evitar continuos viajes o desplazamientos.
Flexibilidad horaria y jornada intensiva	Flexibilidad horaria en entrada y salida. Jornada intensiva en verano y durante todos los viernes del año.
Flexibilidad espacial (teletrabajo)*	Aunque en la actualidad no existe una Política específica de desconexión laboral, la Compañía trabaja para que los empleados tengan su tiempo de descanso una vez terminada su jornada laboral. Durante el año 2021, se ha puesto en marcha una funcionalidad dentro de Outlook para limitar el envío de correos electrónicos fuera del horario laboral. En concreto, antes de enviar un mail fuera de horario laboral, se requiere al empleado para que evalúe si realmente es necesario enviarlo en ese momento, o puede esperar al día siguiente dentro del horario laboral.
Programa de descuentos	Acceso a un programa de descuentos y precios exclusivos en una amplia gama de productos, servicios y ocio de forma online a través de la plataforma de Coperama.
Oficina bancaria Virtual	Oficina bancaria Virtual, que ofrece productos y servicios financieros en condiciones ventajosas a empleados y exempleados, además de repartir proporcionalmente cada año el 50% de los beneficios que haya generado. 126 empleados de la oficina central y la CRO ya son clientes de esta oficina.

Seguridad, Salud y bienestar laboral

Estos años quedarán marcados por la pandemia, que ha situado la salud y la seguridad como una prioridad absoluta en términos globales a todos los niveles. Su impacto en la industria ha resultado devastador, aunque el sector ha sabido responder de un modo ágil en términos de gestión de la seguridad y salud de clientes y empleados.

NH Hotel Group entiende que ofrecer a las personas un entorno de trabajo seguro y saludable es un requisito absolutamente necesario en el desarrollo de su actividad. NH Hotel Group dispone para España de un Plan de Prevención de Riesgos Laborales, el documento maestro que rige las acciones a realizar en materia de Seguridad y Salud Laboral en los centros de trabajo de la Compañía en España. Este Plan incluye, entre otros, procedimientos esenciales como:

- Evaluación de Riesgos.
- Formación e información en materia de Seguridad y Salud.
- Vigilancia de la Salud.
- Gestión de Daños a la Salud.
- Gestión de Emergencias.
- Protección a la Maternidad.
- Equipos de Protección Individual.
- Coordinación de Actividades Empresariales.

El Plan se basa en la integración de estos procesos en toda la estructura jerárquica de la Compañía. Tanto los directores de departamento de Servicios Centrales como el personal de los hoteles (desde los directores, hasta el personal de base) tienen asignadas funciones y responsabilidades

en este ámbito. Así mismo, en España se dispone de un Servicio de Prevención Mancomunado que presta servicio a los hoteles y centros de trabajo de NH Hotel Group en España.

En el resto de los países, este Plan no es de aplicación, por lo que el asesoramiento técnico en materia de Prevención de Riesgos Laborales está contratado con proveedores externos. En algunos países están designados responsables de NH Hotel Group cuya responsabilidad es la de coordinar las actuaciones de estos proveedores y de implantar las medidas correctoras y procedimientos de prevención establecidos.

NH Hotel Group busca promover una cultura de salud laboral como parte de su compromiso con la seguridad y la salud. La integración de la salud laboral en las actividades de la Compañía se pone de manifiesto a través de programas y planes de acción en hoteles y oficinas de diferentes países.

Con motivo de la crisis provocada por la COVID-19 y como parte de la estrategia de recuperación de la Compañía, se diseñaron un conjunto de medidas de salud y seguridad, certificadas por expertos en la materia, para implementarse en todos los hoteles con el fin de poder garantizar la salud, la seguridad y el distanciamiento social tanto de los huéspedes como de los empleados.

Todas las medidas que se enmarcan bajo el proyecto FeelSafe at NH, con el fin de que nuestros hoteles sean garantía de estancia cómoda y segura, y para ello continua revisando y rediseñando toda la operativa de los hoteles: plan de contingencia, certificados de inspección sanitaria de SGS, equipo y protocolo de seguridad personal, servicios digitales avanzados, protocolos de purificación de agua y calidad del aire, protocolos mejorados de limpieza y desinfección, servicios de alimentos y bebidas adaptados a la situación actual, normas de distanciamiento social, protocolo de salud y seguridad para los empleados y gestores de salud y seguridad en los hoteles.

Todos los hoteles de la Compañía tienen designado un manager de seguridad y salud. Esta figura se responsabiliza de centralizar, distribuir y administrar toda la información de seguridad y salud de cada hotel, siendo en la mayoría de los hoteles, su director.

En caso de que, funcionalmente o por motivos organizacionales, el director no pueda asumir estas funciones directamente, las delegará en otro miembro del equipo que él designe, con la aprobación del Comité de Gestión.

Iniciativas de salud

WITH YOU well-being editions	A través de la newsletter "With You" se siguió enviando recomendaciones a los empleados hasta junio de 2021. En ellas se promovía continuar desarrollando un espíritu positivo, resiliente y autocompasivo. También se continuó con la edición especial de "With You" para managers, donde se daban consejos para liderar al equipo en tiempos difíciles.
Holistic Concept	La Compañía contrató los servicios de Holistic Concept para ayudar a todos sus team members con las situaciones de tensión del día a día. Así, todos los empleados durante el primer semestre del año tuvieron acceso a más de 200 audios y vídeos, que en menos de 15 minutos mejoran la concentración, creatividad, motivación, reducen la ansiedad y la tensión muscular y ayudan a gestionar la incertidumbre de estos tiempos que nos ha tocado vivir.

ACCIDENTABILIDAD Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

En 2021, el 100% de los países que han reportado FTEs han reportado la información correspondiente a los accidentes y enfermedades profesionales.

Accidentes

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Accidentes mortales	0	0	0	0	0	0
Accidentes con baja	59	56	115	71	63	134
Accidentes con baja de graves consecuencias	1	0	1	1	0	1
Accidentes sin baja	59	47	106	66	52	118
Accidentes totales	118	103	221	137	115	252

Enfermedades profesionales activas

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total
Enfermedades profesionales mortales	0	0	0	0	0	0
Enfermedades profesionales con baja	2	1	3	2	1	3
Enfermedades profesionales con baja de graves consecuencias	0	0	0	0	0	0
Enfermedades profesionales sin baja	22	7	29	22	7	29
Enfermedades profesionales totales	24	8	32	24	8	32

A lo largo del 2021, en NH Hotel Group se han registrado cuatro empleados con enfermedades profesionales, un 75% menos que en 2020, produciéndose dos de ellas en mujeres y dos en hombres.

La mayoría de las enfermedades profesionales activas están relacionadas con daños en el sistema musculoesquelético, epicondinitis, tendinitis o COVID-19. Dependiendo de las distintas geografías, las enfermedades relacionadas con la COVID-19 se han registrado como enfermedades profesionales o como accidentes.

Índices de accidentabilidad y enfermedades profesionales

	2021		2020	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Perímetro consolidado				
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes mortales	0,0	0,0	0,0	0,0
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con baja	5,7	5,6	6,1	5,6
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con graves consecuencias	0,10	0,0	0,39	0,2
Índice de Gravedad (IG)*** accidentes laborales	0,12	0,12	0,13	0,11
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales mortales	0,0	0,0	0,0	0,0
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales	2,3	0,8	1,9	0,9

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Índices de accidentabilidad y enfermedades profesionales

	2021		2020	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Perímetro consolidado				
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales con graves consecuencias	0,0	0,0	0,05	0,01
Índice de Gravedad (IG)** accidentes laborales con graves consecuencias	0,03	0,0	0,05	0,01
Índice de Gravedad (IG)** enfermedades profesionales	0,01	0,01	0,2	0,1
Perímetro corporativo				
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes mortales	0	0	0	0
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con baja	6,1	5,6	7,15	6,16
Índice de Frecuencia (IF)* accidentes laborales con graves consecuencias	0,1	0,0	0,35	0,18
Índice de Gravedad (IG)** accidentes laborales	0,1	0,1	0,21	0,12
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales mortales	0,0	0,0	0,0	0,0
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales	2,1	0,7	1,7	0,9
Índice de Frecuencia (IF)* enfermedades profesionales con graves consecuencias	0,0	0,0	0,05	0,01
Índice de Gravedad (IG)** accidentes laborales con graves consecuencias	0,02	0,0	0,05	0,01
Índice de Gravedad (IG)** enfermedades profesionales	0,01	0,01	0,17	0,09

*Índice de Frecuencia (IF) = número de accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000.000.

**Índice de Gravedad (IG) = días de baja por accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000.

Rotación y absentismo

Tasa de rotación voluntaria por Unidad de Negocio (en %)

	2021			2020			Variación total (en p.p)
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	7,8	5,1	12,9	4,8	3,7	8,5	5,8
BU América	10,5	9,7	20,2	6	4,8	10,7	10,1
BUNE	8,9	5,9	14,7	1,5	1,8	3,3	12,6
BUSE	3,8	4,6	8,4	9,1	8	17	-9,1
Total	7,0	5,8	12,8	4,6	4,0	8,6	4,7
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	7,8	5,1	12,9	4,8	3,7	8,5	5,8
BU América	11,5	9,6	21,2	6,0	5,0	10,9	11,3
BUNE	8,6	5,8	14,4	1,7	2,1	3,8	12,1
BUSE	3,9	4,7	8,6	10,6	9,4	19,9	-12
Total	7,0	5,8	12,8	5,0	4,5	9,4	3,9

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Tasa de rotación no voluntaria por Unidad de Negocio (en %)

	2021			2020			Variación total (en p.p)
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	11,4	5,4	16,8	2,6	3,7	6,3	10,5
BU América	1,6	1,5	3,0	5,7	5,3	11,0	-8
BUNE	2,2	2,3	4,5	8,2	7,7	15,9	-11,4
BUSE	7,4	5,4	12,8	4,9	5,5	10,4	2,4
Total	4,6	3,6	8,2	6,4	6,2	12,6	-4,4
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	11,4	5,4	16,8	2,6	3,7	6,3	10,5
BU América	1,5	1,3	2,8	5,8	5,9	11,7	-8,9
BUNE	2,2	2,3	4,5	8,5	8,0	16,5	-12
BUSE	7,0	5,2	12,2	5,5	5,4	10,9	1,3
Total	4,5	3,5	8,1	6,7	6,6	13,3	-5,2

Tasa de rotación por género, edad y categoría (en %)

	Perímetro consolidado	Perímetro corporativo
Desglosados por género:		
Mujeres	22,1	22,0
Hombres	19,7	19,5
Desglosados por edad:		
Menores de 25 años	30,4	30,5
Entre 25 - 40 años	25,1	25,1
Más de 40 años	14,8	14,3
Desglosados por categoría profesional		
Top Management	8,7	8,4
Middle Management	16,5	16,2
Staff	22,3	22,1

Debido a las características del negocio hotelero, NH Hotel Group considera relevante conocer y gestionar la rotación específica de los trabajadores con contrato indefinido.

Tasa de rotación voluntaria con contrato indefinido por unidad de negocio (en %)

	2021			2020			Variación total (en p.p)
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	7,7	4,7	12,5	3,4	3,4	6,7	5,8
BU América	10,5	9,5	20,0	5,7	4,2	9,9	10,1
BUNE	9,2	5,8	15,0	1,1	1,3	2,4	12,6
BUSE	3,8	4,2	8,0	9,2	7,9	17,1	-9,1
Total	7,3	5,7	13,0	4,5	3,8	8,3	4,7
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	7,7	4,7	12,5	3,4	3,4	6,7	5,8
BU América	11,6	9,5	21,1	5,7	4,2	9,8	11,3
BUNE	9,0	5,7	14,6	1,1	1,4	2,5	12,1
BUSE	3,7	4,2	7,9	10,6	9,3	19,9	-12,0
Total	7,3	5,7	13,0	4,9	4,2	9,1	3,9

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Tasa de rotación no voluntaria con contrato indefinido por unidad de negocio (en %)

	2021			2020			Variación total (en p.p)
	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	
Perímetro consolidado							
Oficinas centrales y CRO	11,2	4,4	15,6	1,0	0,8	1,8	13,8
BU América	1,4	1,4	2,8	2,1	2,0	4,0	-1,2
BUNE	1,4	1,3	2,7	1,4	1,5	2,9	-0,2
BUSE	4,1	3,0	7,1	4,9	5,4	10,3	-3,2
Total	2,9	2,1	5,0	2,3	2,3	4,6	0,4
Perímetro corporativo							
Oficinas centrales y CRO	11,2	4,4	15,6	1,0	0,8	1,8	13,8
BU América	1,4	1,3	2,6	2,4	2,6	5,0	-2,4
BUNE	1,4	1,3	2,7	1,4	1,5	2,9	-0,2
BUSE	3,6	2,7	6,3	5,4	5,4	10,8	-4,5
Total	2,6	1,9	4,6	2,6	2,7	5,3	-0,7

Horas de absentismo*

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
Accidente	50.309	43.082	56.811	50.955
Enfermedad	686.726	750.302	780.070	853.653
Total	737.035	793.384	836.881	904.608

*Se calcula sobre días hábiles de trabajo.

Tasa de absentismo (en %)

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
Accidente	0,2	0,2	0,2	0,2
Enfermedad	3,4	3,3	3,4	3,3
Total	3,6	3,5	3,6	3,5

Salidas en 2021

En todos aquellos países donde NH Hotel Group está presente, se han adoptado medidas para preservar el empleo y el talento. La Compañía continúa trabajando para apoyar a todos los team members, transmitiendo tranquilidad, y trabajando conjuntamente en la recuperación del negocio.

Para el cálculo de los despidos, se han considerado la totalidad de estos, por causas objetivas o despidos disciplinarios.

Número de salidas

	Perímetro consolidado			Perímetro corporativo*
	2021	2020	Variación (en %)	2021
Despidos por género				
Mujeres	152	174	-12,6	161
Hombres	169	217	-22,1	178
Despidos por edad*				
Menores de 25 años	41	62	-33,9	44
Entre 25 y 40 años	128	175	-26,9	136
Más de 40 años	152	154	-1,3	159
Despidos por categoría profesional*				
Top Management	10	13	-23,1	11
Middle Management	50	43	16,3	54
Staff	261	335	-22,1	274
Total	321	391	-17,9	339

*La información correspondiente al perímetro corporativo se ha monitorizado por primera vez en el 2021.

Diálogo social con empleados

NH Hotel Group busca mantener un modelo de relaciones laborales responsables y positivas basadas en principios de diálogo, consulta y participación de los trabajadores.

Por ello, en octubre de 2015 se constituyó el Comité de Empresa Europeo (CEE) de NH Hotel Group como iniciativa de la Federación Europea de Sindicatos de Alimentación, Agricultura y Turismo (EFFAT) y a petición de las afiliadas de Italia, Bélgica y España.

Este CEE afecta a todos los centros de trabajo que la empresa tiene en el espacio económico europeo, y se realiza al amparo de la directiva 2009/38/CE, así como de su transposición a la legislación española. Su función principal es lograr un nivel de comunicación y diálogo social que posibilite, en un clima de recíproca confianza, el mutuo entendimiento en cuestiones de carácter transnacional que afecten a sus empleados.

Por otra parte, se creó un canal directo de diálogo entre el Chief People & Sustainable Business Officer y el CEE, para responder todas las dudas o inquietudes sobre la evolución de la pandemia en el negocio, siendo contestadas en cualquiera de los idiomas oficiales de la Compañía.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

La cobertura de los empleados de NH Hotel Group por Convenios Colectivos, en los que se incluyen generalmente aspectos relacionados con la Seguridad y Salud de los empleados, varía según las diferentes Unidades de Negocio.

Empleados cubiertos por convenio por Unidad de Negocio (en %)

	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo	
	2021	2020	2021	2020
BU América	56	59	57	59
BUNE	90	94	88	92
BUSE	100	100	100	100
Total	90	92	89	91

**En Colombia se ha considerado el Pacto Colectivo formado entre la empresa y los empleados*

NH ROOM4 PEOPLE: COMUNIDAD



NH Hotel Group busca crear un impacto positivo en aquellas comunidades donde está presente a través de alianzas responsables clave, proyectos solidarios y mecenazgo.

La estrategia de Sustainable Business de NH Hotel Group tiene entre sus principales objetivos mantener relaciones activas en las Comunidades en las que opera, contribuyendo al desarrollo local y atendiendo a las necesidades de cada destino en el que está presente a través de su propio negocio. El principal objetivo es mantener relaciones activas y atender a las necesidades de cada destino en el que está presente a través del propio negocio. Esta ambición nació de forma muy natural, identificando donde estaba la capacidad de la Compañía para crear valor en su forma de trabajar.

NH Hotel Group apuesta por construir alianzas responsables y de éxito con partners solidarios, con el objetivo de desarrollar proyectos estables y replicables en todas las Unidades de Negocio. Por ello, la Compañía define tres líneas de actuación social inmersas en el marco de NH ROOM4 People: Together with Love, Hoteles con Corazón y Programas de Empleabilidad.

Durante 2021, NH Hotel Group ha retomado sus líneas de actuación y sus compromisos con los más vulnerables, creando valor en las comunidades donde está presente, como ha venido haciendo hasta ahora, acción que se vió algo paralizada durante el año anterior con motivo de la pandemia.

Contribución a la sociedad

	2021	2020
Iniciativas sociales	55	73
Nº de voluntarios NH	605	524
Hoteles involucrados	136	116
Aportación Tarifa ONG* (mil €)	13	14
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado** (mil €)	131	87,8
Inversión en acción social (mil €) ***	81	49

*Tarifa ONG – Aplicación de un descuento del 30% sobre la mejor tarifa disponible a entidades evaluadas y aprobadas previamente por el departamento de Responsabilidad Corporativa.

** Bono amigo y Tarifa empleado – recaudación de 2€ y 1€ respectivamente de las reservas realizadas con la tarifa especial para empleados, familiares y amigos que luego se emplea en servicios de alojamiento y restauración, tarifas especiales y becas de los programas de Acción Social de las diferentes Unidades de Negocio.

*** La inversión en acción social es una estimación en base a las habitaciones donadas por parte de la Compañía, teniendo en cuenta el ADR de cada habitación en la fecha correspondiente. El motivo del incremento de esta inversión durante este ejercicio ha sido provocado por la reactivación del negocio, ya que la mayor parte de esta inversión se obtiene de las habitaciones donadas de forma gratuita a través de nuestro programa Hoteles con Corazón.

Together with Love: Voluntariado Corporativo

En 2021, y bajo el lema “Together with Love”, NH Hotel Group ha celebrado por tercera vez su semana de voluntariado corporativo a nivel mundial. Se trata de una iniciativa global enfocada hacia la sostenibilidad y el fortalecimiento de las relaciones con las comunidades locales donde el Grupo está presente y a la que se ha invitado a participar a todos los equipos de la Compañía.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

De esta forma, NH Hotel Group se ha unido a la iniciativa de voluntariado que anualmente desarrolla Minor International, con quien comparte un sólido compromiso por el desarrollo de su estrategia de sostenibilidad.

Con las medidas de seguridad necesarias y sin poner el riesgo la salud de todos los team members, NH Hotel Group lanzó de nuevo la iniciativa: **NH Runners**, focalizada en todos los empleados, para recaudar menús solidarios a través de kilómetros recorridos por empleados voluntarios.

Todos los empleados de la Compañía tuvieron la opción de donar sus kilómetros durante una semana, con la conversión de 1km=1menú.

Nuestro compromiso con la donación de alimentos, que comenzó durante la pandemia, continúa actualmente gracias a los 4.569 menús recaudados a través de esta iniciativa durante este ejercicio, que sumados a los pendientes del 2020 nos quedan un total de 7.432 menús.

Una vez más, el voluntariado fue muy bien acogido por todos los empleados, ya que tienen la oportunidad de contribuir de forma positiva con la sociedad, amoldándose a esta situación extraordinaria que estamos viviendo, pudiendo colaborar con un voluntariado en remoto o presencial, y con las medidas de seguridad necesarias adaptadas a cada situación.

4.569
MENÚS RECAUDADOS
EN 2021

2.432
MENÚS DONADOS
EN 2021

122
HOTELES
INVOLUCRADOS

85
FUNDACIONES Y ONGs
INVOLUCRADAS

600
NH VOLUNTEERS

6.422
BENEFICIARIOS
TWL

CAMPAÑAS SOLIDARIAS DE NAVIDAD DE NUESTROS NH VOLUNTEERS

NH Hotel Group mantiene su compromiso con los colectivos más vulnerables de la sociedad en un momento en el que este apoyo es más importante que nunca. Con motivo del periodo de Navidad, la Compañía lanzó una edición especial de su iniciativa Together With Love, que volvió a ser un éxito gracias a la hospitalidad y solidaridad de todas las BUs, promoviendo iniciativas de voluntariado corporativo entre los miembros de sus equipos.

BU – América:

Los hoteles de NH Latinoamérica emprendieron la iniciativa de voluntariado “Bienvenida Navidad” en la cual donaron más de 4.000 regalos, libros y viandas a niños en riesgo de exclusión social y económica. Esta edición fue inaugurada de forma participativa para los niños y trabajadores de NH, decorando juntos árboles y registrando los mejores momentos a través de una toma fotográfica que quedara para su recuerdo. Gracias a la iniciativa consiguieron más de 4.000 donaciones, entre alimentos, ropa y otros bienes básicos; y más de 2.000 niños recibieron la Navidad con juguetes, libros, ropa y alimentos. La iniciativa se llevó a cabo con 29 asociaciones de la zona.

BU – Norte de Europa:

Por segundo año, los compañeros del norte de Europa organizaron una carrera virtual en la que participaron la República Checa, Dinamarca, Austria, Alemania, Reino Unido, Bélgica y Países Bajos. Recaudaron más de 1.000 euros para una fundación local que apoya a niños con enfermedades graves y a sus familias con bajos ingresos.

BU – Sur de Europa:

Todos los hoteles de NH de Francia pusieron en marcha el proyecto benéfico “Les sapins du coeur 2021” con el objetivo de recaudar fondos para donarlos a la asociación “Juste Humain” que ayuda a niños enfermos de cáncer para proporcionarles bienestar a través de las artes y la cultura. Los hoteles organizaron una rifa para recaudar fondos y donarlos a la asociación.

Gracias a esta iniciativa se han recaudado 13.427 euros con los que se han beneficiado un total de 537 niños.

HQ – Reyes Magos de Verdad:

En diciembre, como parte de la iniciativa de voluntariado corporativo Together with Love, se ha organizado en las Oficinas de Servicios Centrales una acción realmente especial por Navidad: ¡Los empleados de NH Hotel Group ayudaron a los Reyes Magos en su misión de repartir regalos a todos los niños!

De esta forma, y en colaboración con el proyecto “Reyes Magos de Verdad”, 28 empleados cumplieron los sueños de 28 niños de familias sin recursos, comprando los regalos que habían pedido en sus cartas a sus Majestades de Oriente y que, de otra forma, no habrían recibido.

CONCURSO DE DIBUJO NAVIDEÑO

Una vez más, NH Hotel Group ha querido fomentar la creatividad de los más pequeños de la familia y ha lanzado su tradicional concurso de dibujo navideño.

Los ganadores han recibido un kit artístico para que puedan continuar desarrollándose como verdaderos artistas.

Hoteles con Corazón

Hoteles con Corazón es una iniciativa solidaria que pretende conseguir que aquellos niños y adolescentes que padecen alguna enfermedad grave y tienen que ir al hospital lejos de su hogar, puedan estar acompañados durante ese difícil periodo de tiempo de sus familiares más cercanos.

Para ello, NH Hotel Group pone a disposición de las familias, habitaciones en hoteles cercanos a los centros hospitalarios de forma gratuita. Con este objetivo, y en estrecha colaboración con ONG's y fundaciones locales, la Compañía proporciona alojamiento gratuito en sus hoteles a familias con recursos limitados, para que puedan acompañar a sus seres más queridos.

Además, en esta iniciativa participan de forma voluntaria numerosos empleados de NH Hotel Group, que son los verdaderos anfitriones de estas familias y “Embajadores” del programa en cada uno de los hoteles. Cada hotel cuenta con una persona que da seguimiento a las familias, participa de sus vivencias y ayuda a hacer que su estancia en el hotel sea lo más cómoda posible. Desde el comienzo del programa, más de 2.000 empleados cada año se han convertido en verdaderos anfitriones de las familias, ayudando a que el hotel se convierta en un segundo hogar para ellas.

El hotel NH Madrid Sur es el hotel de referencia del programa “Hoteles con Corazón”. Gran parte de las donaciones de habitaciones se hace en este hotel junto con la Fundación Menudos Corazones. NH Hotel Group lleva colaborando con ellos desde 2004 y seguirá haciéndolo en el futuro, por el compromiso de la Compañía con la Fundación y con todas las familias a las que ayuda pudiendo ofrecer este alojamiento gratuito.

#HotelswithaHeart

	2021	2020	Variación (en %)
Colaboraciones con ONG	13	31	-58,1
Noches de estancia donadas	1.006	317	217,4
Hoteles involucrados	14	30	-53,3

Durante el próximo año tenemos prevista la firma de nuevos acuerdos, con distintas fundaciones, para donar habitaciones y así continuar colaborando y contribuyendo con las familias en esos duros momentos.

La reactivación de la actividad hotelera se ve reflejada en las noches de estancia donadas durante este ejercicio, que son comparables a las de años anteriores a la pandemia.

Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad

El desempleo juvenil en España, más significativo en colectivos en riesgo de exclusión social, precisa de programas enfocados a mejorar la empleabilidad e integración de los jóvenes.

NH Hotel Group continúa comprometido con aumentar la empleabilidad de este colectivo y pretende impulsar diferentes programas de formación, prácticas laborales y empleo para jóvenes en riesgo de exclusión y con discapacidad en los hoteles de todas sus Unidades de Negocio.

Durante 2021 la Compañía ha retomado este proyecto en España junto con Fundación Exit, dedicada a fomentar la empleabilidad y reducir el abandono escolar de jóvenes en riesgo de exclusión con la que lleva colaborando desde hace años. El pasado 1 de diciembre, y en el marco de esta relación con la Fundación, el hotel NH Ribera del Manzanares recibió a alumnos de formación profesional en una visita que contó con la participación de varios empleados del hotel. Además de conocer las instalaciones, los alumnos pudieron conocer de primera mano las principales funciones de los profesionales de un hotel.

De esta forma, los proyectos que son parte de la estrategia de Comunidad se alinean también con el compromiso de la Compañía con el ODS 8, “Trabajo decente y crecimiento económico”.

COLABORACIÓN DE NH HOTEL GROUP CON LA FUNDACIÓN SÍNDROME DE DOWN EN CASTELLÓN

Los alumnos del curso de formación en el sector turístico, impartido por la Fundación Síndrome de Down de Castellón, han comenzado sus prácticas en el hotel NH Mindoro. Con esta iniciativa complementan su formación en el sector turístico y hotelero, permitiéndoles desarrollar sus destrezas en atención al cliente.

Con ello se pretende que los alumnos afiancen su aprendizaje en entornos laborales reales, fomentando el desarrollo de las habilidades profesionales necesarias para su posterior integración laboral. Gracias a esto se ha logrado que muchos de los alumnos hayan conseguido un puesto de trabajo en la provincia, mejorando así su calidad de vida y aportando valor a la comunidad. Con iniciativas como esta, NH Hotel Group muestra una vez más su compromiso con la sociedad, fomentando la integración laboral y social.

Alianzas con Fundaciones y ONGs

El impacto local se consigue gracias a la creación de alianzas responsables con fundaciones y ONG, la colaboración de empleados voluntarios en proyectos responsables y la promoción de la cultura. Para el desarrollo de proyectos sociales y que puedan replicarse en todas las Unidades de Negocio, NH Hotel Group apuesta por construir alianzas responsables y de éxito con aliados solidarios.

Por ello, en cada uno de los países donde estamos presentes se ha seguido trabajando con diferentes fundaciones y ONGS, como es el caso de Make a Wish, La con esta entidad comenzó en 2005 en España, Países Bajos e Italia, ofreciendo todas las facilidades para que niños de todo el mundo con enfermedades graves puedan realizar su ilusión.

Otra de las fundaciones con la que llevamos varios años colaborando es la Fundación “Menudos Corazones”. Se han llevado a cabo iniciativas a distancia, para continuar ayudando a personas con cardiopatías congénitas y a sus familias con más fuerza que nunca porque ahora, para muchas de ellas, sus necesidades son mayores.

En su compromiso con el Planeta, NH Hotel Group trabaja para minimizar su impacto en el cambio climático, aumentar la eficiencia de los recursos y desarrollar servicios más sostenibles. Todo ello, reduciendo la huella ambiental de la Compañía, con un consumo responsable de los recursos naturales.

NH Hotel Group es una compañía comprometida con el bienestar de los huéspedes y con la gestión eficiente de los recursos disponibles en el entorno en el que se ubican los hoteles del Grupo. La Compañía es consciente de los efectos de su actividad en el medio ambiente, y trabaja en prevenir y anticiparse a las posibles contingencias ambientales, así como integrar la sostenibilidad en todos sus procesos, apostando siempre por reducir sus impactos.

La estrategia ambiental de la Compañía se canaliza a través de **NH ROOM4 Planet**, donde se define la hoja de ruta para dar cumplimiento a los compromisos adquiridos de **lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización**, la **gestión eficiente y consumo responsable** de los recursos y **economía circular**, el desarrollo de **productos más sostenibles**, pero también la involucración de empleados, proveedores, socios y clientes como actores clave para alcanzarlos.

Estos compromisos, aplicables a toda la operativa de NH Hotel Group y al proceso de toma de decisiones de la Compañía, se formalizan a través de la Política de Medio Ambiente y Energía. En ella se incluye tanto a la cadena de aprovisionamiento y su distribución, la incorporación de nuevos socios o adquisición de hoteles en el portfolio y la propia operación de los hoteles en propiedad, alquiler, gestión y franquicia para dar cumplimiento tanto a esta Política, a suscripciones voluntarias adoptadas por NH, o a las leyes y regulaciones en materia ambiental aplicables.

Para la gestión de la estrategia medioambiental, NH Hotel Group cuenta con un Departamento Corporativo Sustainable Business que reporta al Chief People & Sustainable Business. Además, con el objetivo de prevenir y reducir los riesgos e impactos ambientales, y de implantar los compromisos de la Compañía en esta materia, hay un trabajo coordinado entre equipos de distintas áreas, tanto a nivel corporativo como de unidad de negocio y hoteles.

Adicionalmente, en el último trimestre del ejercicio se relanzó el curso on-line de sensibilización ambiental para formar a los empleados en aspectos ambientales y capacitarlos para que los incorporen en sus rutinas y tareas diarias y así hacerles partícipes de la consecución de los compromisos de la Compañía. Se amplió el público objetivo a todos los empleados de la Organización y se estableció con carácter obligatorio. Desde el lanzamiento de la formación, se han cursado 2.997 horas.

La gestión ambiental de la compañía parte de la identificación y revisión anual de los principales impactos ambientales que pudiera causar a través del **mapa de riesgos ambientales**. Si bien existe un proceso específico para evaluar los riesgos ambientales, la metodología que se sigue es

consistente con la del modelo de gestión de riesgos corporativos. En 2021 se han identificado como riesgos más significativos:

- La preparación de la Compañía para dar cumplimiento a la regulación climática en las distintas regiones.
- La necesidad de implementación de nuevas tecnologías para operar en una economía baja en carbono.
- Las consecuencias de la normativa europea sobre los plásticos de un solo uso.

La contaminación atmosférica, incluido el ruido y la contaminación lumínica, el consumo de materias primas y la protección de la biodiversidad no han resultado significativas en nuestra actividad tras este análisis.

La actualización del mapa de riesgos ambientales es revisada y validada por el Equipo de Gestión de Riesgos, quien incorpora aquellos que han resultado como más críticos en el catálogo de riesgos de la Compañía. Adicionalmente, el mapa de riesgos ambientales se presenta al Comité Ejecutivo de Riesgos, para su validación y aprobación. (Más información sobre las funciones del Comité Ejecutivo de Riesgos en el apartado “Gobierno de la Gestión de Riesgos”).

En cuanto a las provisiones y garantías para cubrir riesgos ambientales, mencionar que NH Hotel Group realiza inversiones en actividades ambientales que son valoradas a su coste de adquisición y activadas como mayor coste del inmovilizado o de existencias en el ejercicio en el que se incurren.

Los gastos derivados de la protección y mejora del medio ambiente se imputan a resultados en el ejercicio en que se incurren, independientemente del momento en el que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de los mismos.

Por su parte, las provisiones relativas a responsabilidades probables o ciertas, litigios en curso e indemnizaciones u obligaciones pendiente de cuantía indeterminada del entorno ambiental, no cubiertas por las pólizas de seguro de la Compañía, se constituyen en el momento del inicio de la responsabilidad o de la obligación que determina una posible indemnización o pago.

Durante 2021 NH Hotel Group no ha recibido ninguna multa significativa derivada de incumplimientos ambientales por parte de las administraciones competentes de cada región donde opera.

Programa de certificación ambiental

Los hoteles de NH Hotel Group cuentan con un sistema de gestión ambiental ISO 14001 y con el sistema de eficiencia energética ISO 50001 certificados para los servicios de alojamiento, restauración, reuniones y eventos. A cierre de 2021, el 47,3% de los hoteles en Alemania, España e Italia cuentan con la certificación en ISO 14001 -un total de 96 hoteles- y/o en ISO 50001 -30 hoteles-.

Adicional a las certificaciones ISO, hay hoteles del Grupo que también cuentan con otras certificaciones ambientales como: BREEAM, LEED, Green Key, Hoteles+Verdes. El objetivo es disponer de un volumen de hoteles cada vez más significativo con certificaciones ambientales

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021**

globalmente reconocidas, específicas para el sector turístico, y aprobadas por el *Global Sustainable Tourism Council*, el mayor organismo de referencia.

En 2021, tres hoteles han conseguido por primera vez algún sello distintivo en sostenibilidad, consiguiendo un total de 161 hoteles certificados⁴ de 347 de los hoteles de la cartera.

“NH Hotel Group cuenta con la certificación individual del 46% de los hoteles del portfolio”

Certificaciones ambientales a cierre de 2021

Unidad de Negocio	Certificación	Perímetro consolidado	Perímetro corporativo
BU América	HOTELES +VERDES	5	6
	LEED	1	1
	GREEN KEY	8	9
	ISO 14001	0	1
BUNE	ISO 14001	27	27
	BREEAM	1	1
	GREEN KEY	40	41
BUSE	ISO 14001	68	69
	ISO 50001	30	30
	BREEAM	7	7
	GREEN KEY	3	4
Número total de certificaciones		190	196

Nuevos hoteles incorporados al programa de certificaciones en 2021

Hotel	País	Tipo de certificación
NH Nice	Francia	Green Key
NH Toulouse Airport	Francia	Green Key
NH Collection Marseille	Francia	Green Key

Reconocimientos y Alianzas para favorecer la Gestión Medioambiental

Como muestra de nuestro compromiso mediambiental, 163 hoteles del portfolio han obtenido el distintivo *Green Leaders* de TripAdvisor, siendo un total de 46% de hoteles de la Compañía que cuentan con este reconocimiento.



Así mismo, durante el ejercicio, 294 hoteles de la compañía han conseguido el distintivo ambiental de *Booking* y la totalidad del portfolio el GreenStay de *HRS*.

⁴ Algunos hoteles de NH Hotel Group tienen varias certificaciones, por lo que las cifras finales corresponden únicamente al número de hoteles. El alcance son todos los hoteles de la cartera.

Cabe destacar que, en el mes de septiembre de 2021, NH Hotel Group firmó una alianza con Bioscore para calificar de manera independiente el comportamiento de todos los hoteles del portfolio sobre seis pilares (emisiones, energía, agua, residuos, restauración y responsabilidad social).

COMPROMISO EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO Y AVANCE HACIA LA DESCARBONIZACIÓN

En NH Hotel Group la lucha contra el cambio climático es un valor estratégico fundamental, y con el fin de avanzar en la definición de su estrategia climática, durante el ejercicio se ha llevado a cabo un análisis para determinar cómo está la Compañía respecto a las recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate-related Financial Disclosures*) y cuáles serían los pasos a seguir para estar alineados con ello en 2023.

El Consejo de Administración de NH Hotel Group tiene la responsabilidad de supervisar el modelo NH ROOM4 Sustainable Business, definido como uno de los pilares de la estrategia de la Compañía.

Esta labor de supervisión y control se articula a través de dos de las Comisiones de Consejo de Administración. Por una parte, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, es la responsable de dar seguimiento y supervisar el cumplimiento del modelo y la política en materia medioambiental y social de NH Hotel Group. Por otra, la Comisión de Auditoría y Control, tiene la responsabilidad de evaluar cualquier cuestión relativa a riesgos, entre los que se incluyen los ambientales y climáticos.

El *Chief People and Sustainable Business Officer* junto con el *Chief Operations Officer* son responsables de los aspectos ambientales y climáticos en el Comité de Dirección, y quienes validan la estrategia climática de la Compañía recogida en el modelo NH ROOM4 Sustainable Business. La dependencia de esta función coordinada ha recibido un nuevo impulso desde el 2 de octubre de 2020, momento en que el *Chief Operations Officer* ha pasado a ser nombrado miembro ejecutivo del Consejo de Administración.

Adicionalmente se ha creado un grupo de trabajo formado por las áreas de Operaciones, Compras, Comercial, Assets, Obras, Ingeniería y Mantenimiento y Sostenibilidad, encargado de elaborar y e implantar el “**Plan Compromiso SBT 2030**”, así como de reportar su grado de avance al *Chief People and Sustainable Business Officer* y al *Chief Operations Officer*.

En 2019 la Compañía se convirtió en la primera hotelera española en establecer objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets (SBTi) – alianza líder para el impulso del sector empresarial contra el cambio climático participada por CDP, el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, World Resources Institute y World Wilde Fund for Nature.

Con ello, NH Hotel Group formaliza su compromiso de reducir en un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030, evitando así la emisión de más de 70.000 toneladas de CO₂ a la atmósfera. El establecimiento de este objetivo marca la hoja de ruta de NH Hotel

Group hacia una reducción significativa de la huella de carbono de su actividad en los próximos años, alineada al propósito fijado en el Acuerdo de París de limitar el aumento de la temperatura global por debajo de los 2°C, y sumarse a los esfuerzos que se están realizando globalmente hacia la transición a una economía baja en emisiones de carbono.

Riesgos y oportunidades climáticas

Desde 2019, NH Hotel Group gestiona los riesgos derivados del Cambio Climático como parte del modelo de gestión de riesgos, tras haber identificado el Cambio Climático como uno de los riesgos emergentes para la Compañía.

En paralelo, anualmente se analizan los riesgos climáticos a los que la compañía está expuesta como parte del proceso de actualización del mapa de riesgos ambientales, siguiendo la metodología en línea con el modelo de gestión de riesgos corporativos (ver capítulo Gestión de riesgos).

En la última actualización del mapa de riesgos ambientales 2021, presentado al Comité Ejecutivo de Riesgos para su validación, se han identificado como riesgos derivados del cambio climático más significativos la preparación de la Compañía para dar cumplimiento a la regulación climática en las distintas regiones, la necesidad de implementación de nuevas tecnologías para operar en una economía baja en carbono y las consunciones de la normativa europea sobre los plásticos de un solo uso.

Este entorno regulatorio hacia una economía moderna, eficiente en el uso de los recursos y competitiva y neutra en emisiones de carbono, tendrá un impacto para NH Hotel Group tanto en términos de inversiones como de renovación de hoteles o adquisición de nuevos hoteles. Hay que recordar que el 84% del portfolio está en ciudades europeas.

Por otra parte, el cambio en los patrones meteorológicos repercute directamente en los sistemas de gestión de la calefacción y la refrigeración provocando costes adicionales relacionados con el funcionamiento y el mantenimiento de los edificios, así como otros costos como el aislamiento, el techo y el mantenimiento de los exteriores de los edificios.

Por último, debido a que la Compañía se ha visto obligada a reducir las inversiones en los últimos dos años para garantizar la continuidad del negocio, la incorporación de nuevas tecnologías que nos permitan avanzar hacia un modelo operativo bajo en carbono se ha visto ralentizada. En los próximos años, con el objetivo de dirigir la operación hacia este modelo se volverá a la apuesta de priorizar inversiones que contribuyan a esta transformación.

El análisis constante de los riesgos climáticos a los que podemos estar sometidos permite estar alerta para convertirlos en una oportunidad para la Compañía. Se ha logrado optimizar los procesos operativos y obtener ahorros por las reducciones en el consumo de energía y agua, desde 2008 de más de 31 millones de euros. Además de este buen desempeño en términos de eficiencia, los compromisos climáticos de la Compañía y la visibilidad que se le da a todo ello permiten a NH Hotel Group posicionarse como una empresa sostenible y respetuosa con el medio ambiente, incrementando con ello el valor de sus marcas.

Como resultado del análisis de la alineación de la Compañía con las recomendaciones del TCFD, a lo largo de 2022 se llevará a cabo un ejercicio de mejora de la actual metodología de identificación y exposición a riesgos y oportunidades físicos y de transición del Cambio Climático, que incorpore un mayor nivel de detalle de los mismos, así como horizontes temporales a medio y largo plazo.

Medidas para la mitigación y adaptación

Los esfuerzos de NH Hotel Group en la lucha contra el cambio climático, se enmarcan en el “**Plan Compromiso SBT 2030**” que recoge las palancas de actuación para cumplir con el objetivo de reducir un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030.

- **Control y monitorización** – palanca sobre la que se trabaja en la mejora de la captura y análisis de datos, tanto de las actividades propias de los hoteles como de sus proveedores, y buscar con ello la alineación de compromisos para reducir emisiones de la cadena de valor.
- **Eficiencia Energética** - considera todas aquellas actuaciones que pueden mejorar la eficiencia en el consumo de energía en el hotel.
- **Energía verde** considerando tanto la instalación energía renovable para consumo propio como la compra de electricidad verde.
- **Estrategia de compensación de emisiones**, con un doble propósito. Por una parte usar la compensación como alternativa excepcional para cumplir con los los objetivos anuales marcados, y por otra, para dar visibilidad al compromiso climático de la Compañía haciendo partícipes e involucrando a clientes en el mismo.
- **Análisis de carbono en los proyectos de expansión** que permita la anticipación a las necesidades de adaptación de nuevas propiedades al objetivo climático para que éste no se vea comprometido.

Por otra parte, la Compañía dispone de una norma corporativa “Guía de Hotel Eco-Eficiente” para integrar la sostenibilidad y la eficiencia energética en el diseño y la construcción de nuevos hoteles y renovaciones. Esta norma garantiza que todas las actividades de sus edificios tendrán en cuenta las directrices ecológicas y los riesgos del cambio climático en el diseño y la construcción a fin de minimizar y controlar los riesgos.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Huella de carbono

	Emisiones totales (t eq CO ₂)			Ratio emisiones (kg eq CO ₂ /RN)		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
Alcance 1						
BU América	4.214	1.963	114,7	7,27	5,39	34,9
BUNE	28.150	18.022	56,2	12,67	8,88	42,7
BUSE	16.493	13.665	20,7	5,39	7,47	-27,8
Total	48.858	33.650	45,2	8,34	7,97	4,6
Alcance 2						
BU América	9.183	6.192	48,3	15,83	16,99	-6,8
BUNE	34.881	22.164	57,4	15,70	10,92	43,8
BUSE	2.808	1.678	67,3	0,92	0,92	0,0
Total	46.872	30.034	56,1	8,00	7,11	12,5
Alcance 1+2						
BU América	13.397	8.155	64,3	23,10	22,38	3,2
BUNE	63.031	40.186	56,8	28,36	19,80	43,2
BUSE	19.301	15.343	25,8	6,31	8,39	-24,8
Total	95.730	63.684	50,3	16,34	15,08	8,4

Debido a que la mayoría de los hoteles han permanecido abiertos todo el año 2021, las emisiones totales han aumentado de forma considerable en todas las Unidades de Negocio. Sin embargo, si bien la ocupación también se ha visto incrementada respecto al año anterior, el aumento no ha sido lo suficientemente significativo como para verse reflejado en un descenso de los ratios, esto es debido a que muchos hoteles han permanecido operativos pero con ocupaciones muy bajas, especialmente en la Unidad de Negocio del Norte de Europa. Esta recuperación de la demanda solo ha tenido impacto en el ratio de la Unidad de Negocio Sur de Europa donde sí se ha materializado con un descenso en el ratio.

Tras la aprobación de los objetivos de reducción de emisiones validados por SBTs, NH Hotel Group ha estimado, siguiendo esta metodología, una totalidad de emisiones alcance 3 de 188.490 t_{eq} CO₂⁵ en 2021.

La Compañía participa, asimismo, en distintos foros y proyectos para el fomento de la lucha contra el cambio climático y la reducción de emisiones de carbono y consumos.

GESTIÓN EFICIENTE Y CONSUMO RESPONSABLE DE LOS RECURSOS



GREEN SAVINGS PROJECT

Proyecto centrado tanto en la obtención de ahorros en los costes de operación de la Compañía, así como en la eficiencia energética, para asegurar el ahorro en recursos: agua, energía y otros gastos.

⁵ Las emisiones de alcance 3 publicadas no entran dentro del alcance de la auditoría.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Para llevar un control exhaustivo y riguroso de las medidas de consumo de energía, huella de carbono y consumo de agua, NH Hotel Group utiliza la plataforma Sustain Focus, desde donde se controlan los indicadores de la estrategia de sostenibilidad. Se trata de un sistema online al que tienen acceso casi la totalidad de los hoteles de la Compañía y que permite el reporte, control, seguimiento y trazabilidad de los indicadores y los consumos y costes de agua y de energía.

Plan de eficiencia Energética

Este plan agrupa proyectos de “Eficiencia energética”, considerando todos aquellos que pueden mejorar el consumo de energía en el hotel, además de los costes auxiliares relacionados con ellos:

- Cambios de equipos, cuyo reemplazo supone una eficiencia mayor: bombas, minibares, trenes de lavado, climatizadores, calderas, enfriadoras...
- Inversiones relacionadas con el control de las instalaciones: sistemas de gestión energética de edificios, actualización de contadores, mejoras en la iluminación...
- Actuaciones en las fachadas de los inmuebles que suponen mejoras de la envolvente y en el aislamiento.
- Adicionalmente, en 2019 la Compañía creó una nueva línea de CapEx destinada a proyectos donde no solo se busque el retorno económico sino conocer el retorno ambiental. Algunos de estos proyectos son: eliminación de combustibles fósiles y aumento de energía renovables.

Con todo ello, durante el año 2021 se han ejecutado proyectos que mejoran la eficiencia energética por valor de 1,58 millones de euros.

Consumo de energía por fuentes (kwh)

	2021	2020	Variación (en %)
Gas Natural	231.928.459	158.959.514	45,9
Gas Oil	1.654.765	1.301.329	27,2
GLP	3.276.133	1.885.104	73,8
Propano	797.170	422.208	88,8
BTZ	1.343.329	871.032	54,2
Biomasa	344.370	143.800	139,5
Electricidad	216.349.575	175.225.547	23,5
Electricidad renovable	134.767.305	106.311.658	26,8
District heating	45.331.191	38.543.552	17,6
District cooling	2.124.436	1.301.324	63,3
Total	503.149.428	378.653.410	32,9

Consumo de energía

	Consumo de energía (kwh)			Ratio energía (kwh/RN)		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
BU América	45.791.931	29.127.942	57,2	78,95	79,93	-1,2
BUNE	265.444.497	199.601.249	33	119,45	98,33	21,5
BUSE	191.913.000	149.924.219	28	62,77	81,98	-23,4
Total	503.149.428	378.653.410	32,9	85,87	89,66	-4,2

Debido a que la mayoría de los hoteles han permanecido abiertos la mayor parte del año 2021, el consumo de energía ha aumentado en todas las Unidades de Negocio.

El aumento en el ratio de la Unidad de Negocio del Norte de Europa comparado con el del resto de Unidades de Negocio se ha debido al descenso drástico de la actividad en los hoteles en el tercer trimestre de 2021 (los hoteles permanecieron abiertos en algunas localizaciones) por lo que mantuvieron su operativa con muy baja ocupación, lo que contribuyó a la subida del ratio. Además, analizando los grados día registrados, se puede comprobar que 2021 ha sido un año de mayor exigencia climática que el año anterior, especialmente en temporada de uso de la calefacción y, aunque el incremento es generalizado en todas las Unidades de Negocio, en BUNE es más pronunciado en temporada de frío, lo que también ha contribuido al aumento del ratio.

Alianza con Abastible

Los hoteles NH Antofagasta y NH Iquique se unen con *Abastible* para diseñar una solución energética integral con valor agregado sostenible. *Abastible* es una empresa local chilena que otorga energía limpia y amigable con el medio ambiente. El proyecto contempla la generación de agua caliente sanitaria, temperado de piscina en el caso de NH Antofagasta y calefacción de terrazas, permitiendo optimizar el uso de combustible, reducir costes de energía y contar con una operación más sostenible. La propuesta incluye la instalación de nuevas calderas en ambos hoteles, lo que repercutirá positivamente en las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas a esos hoteles.

Gestión del agua

Desde la definición del primer Plan de Sostenibilidad en 2007, se han implantado medidas de ahorro del consumo de agua tales como implementación de aireadores y dispositivos de reducción de consumo en cisternas, la instalación de novedosos sistemas de recuperación y reutilización de agua, la compra eficiente de los dispositivos como trenes de lavado en cocinas, además de la formación y sensibilización de los empleados y el rediseño de las pautas y actuaciones operativas en cocina y pisos. En 2014 se inició la implantación progresiva de duchas que consiguen una reducción del volumen de agua en un 40% gracias a su tecnología de ahorro.

Un año más hemos trabajado con la herramienta Aqueduct de World Resources Institute (WRI), que permite identificar las zonas con mayor riesgo de estrés hídrico a nivel mundial y monitorizar nuestro portfolio ubicado en dichas zonas, para poder adoptar las medidas preventivas si fuera necesario. El resultado del análisis es que el 29% de los hoteles del portfolio de NH Hotel Group están ubicados en zonas con un elevado estrés hídrico.

Extracción de agua procedente de redes de abastecimiento

	Extracción de agua (m ³)			Ratio agua (m ³ /RN)		
	2021	2020	Variación (en %)	2021	2020	Variación (en %)
BU América	312.521	238.278	31,2	0,539	0,654	-17,6
BUNE	1.148.610	855.204	34,3	0,517	0,421	22,8
BUSE	1.223.971	828.534	47,7	0,403	0,453	-11,1
Total	2.685.102	1.922.016	39,7	0,460	0,455	1,0

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021**

Debido a que la mayoría de los hoteles han permanecido abiertos la mayor parte del año 2021, el consumo de agua ha aumentado en todas las Unidades de Negocio. Destaca especialmente el incremento en la Unidad de Negocio del Sur de Europa donde la recuperación de la demanda ha sido más rápida que en el resto.

El aumento en el ratio de BUNE comparado con el del resto de Unidades de Negocio se ha debido al descenso drástico de la actividad en los hoteles en el tercer trimestre de 2021 (los hoteles permanecieron abiertos en algunas localizaciones) por lo que mantuvieron su operativa con muy baja ocupación, lo que contribuyó a la subida del ratio.

El agua que entra en los hoteles para uso en cocinas, limpieza, baños, llenado de piscinas, etc. se vierte a las redes de saneamiento municipales. El consumo de agua atribuible a las pérdidas que se pudieran ocasionar por evaporación en piscinas o fuentes, riego, o depósitos de aljibes y aguas de incendio no es significativo.

Gestión de residuos y Economía circular

NH Hotel Group cuenta con un sistema de separación de residuos en origen en todos sus hoteles, el cual permite y facilita el reciclaje de dichos residuos. Los residuos separados in-situ son: papel y cartón, vidrio, aceite usado, envases (plásticos, bricks, latas, etc.) y orgánico. Este sistema permite recuperar materiales para su reciclaje y posterior valoración.

Asimismo, NH Hotel Group, en su compromiso de mitigación de impactos en su entorno, estudia las distintas formas en las que los insumos, actividades y productos de la Compañía afectan al medio ambiente y a un desarrollo sostenible del negocio.

En 2021, NH ha implementado un sistema de monitorización de residuos peligrosos tales como: envases contaminados; pinturas, barnices y disolventes; absorbentes y trapos contaminados; aerosoles; tubos y lámparas fluorescentes; equipos eléctricos y electrónicos; y pilas de botón. Así como de residuos no peligrosos que requieren de un tratamiento especial: pilas alcalinas; tóner; y aceite de cocina usado.

Siendo el primer año de su implementación, en el presente ejercicio NH Hotel Group ha recopilado la siguiente información:

Gestión de residuos peligrosos y con tratamiento especial 2021

Perímetro consolidado			Perímetro corporativo		
Alcance (%)	Residuos Peligrosos (t)	Residuos no peligrosos con tratamiento especial (t)	Alcance (%)	Residuos Peligrosos (t)	Residuos no peligrosos con tratamiento especial (t)
25	14,59	35,43	23	14,89	51,44

En cuanto a la gestión de estos residuos, NH Hotel Group se encuentra sujeta a la casuística de cada país. Por ello, en algunas demografías, como es el caso de España, la Compañía colabora con terceros para la recogida y gestión de los residuos. Pero en otros países, gestionan la recogida mediante acuerdos directos con el servicio de recogida municipal.

Por otra parte, los residuos peligrosos se segregan acorde a los requisitos legales de cada región. Los muebles y enseres retirados que mantienen buena calidad durante los cambios en reformas pueden ser entregados a empleados o donados a organizaciones locales.

Lucha contra el desperdicio de alimentos

NH Hotel Group es consciente de que, debido al desperdicio de alimentos, no se pierden únicamente estos recursos, sino también otros asociados con su producción o transporte. El origen del desperdicio de alimentos se genera en el proceso de preparación/elaboración de cada uno de los servicios de F&B.

Los hoteles, para minimizar el impacto de desperdicios, aplican en la cadena de producción procesos, fichas técnicas y estándares de elaboración para garantizarlos. Estos se aplican desde la previsión de necesidades (pedidos), elaboración, conservación y rotación de todos los productos garantizando además la mejor calidad.

- **Alianza con TooGoodToGo**

Cabe destacar que, durante este ejercicio, NH Hotel Group ha continuado su alianza con la App TooGoodToGo para combatir el desperdicio de alimentos en sus hoteles en España. De esta manera, la Compañía sigue demostrando su compromiso por la sostenibilidad con la puesta en marcha de prácticas que contribuyen en este caso al aprovechamiento de la comida, la reducción de residuos y la conservación del medioambiente.

Con TooGoodToGo, la Compañía ofrece cada día a través de la app packs sorpresa con esos productos no consumidos de su bufé matinal que los usuarios de la plataforma pueden comprar a precio reducido para evitar que se desperdicie.

La App se ha implantado en 62 hoteles en España a los que se irán sumando más progresivamente según se vayan realizando las reaperturas. Los buenos resultados de la iniciativa harán que poco a poco se vaya extendiendo a más hoteles y geografías.

Durante este ejercicio, se han salvado 23.558 packs de comida, lo que se traduce en más de 23.558 kilos de comida que no ha sido desperdiciada y el equivalente a haber ahorrado la emisión de más de 58.895 kg de CO₂eq.

Residuo de aceites usados para biodiesel

En línea con nuestro compromiso medioambiental, todos los aceites usados generados en los hoteles de España se gestionan a través de un gestor autorizado y se emplean como materia prima para fabricar biodiesel, que posteriormente se utilizará como combustible renovable.

Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso

Siguiendo las directivas de la Unión Europea hemos reemplazado nuestros bolígrafos hechos con material oxobiodegradable por unos fabricados con material compostable (Wheat Straw) y resinas. Estos nuevos bolígrafos están en producción y serán utilizados en los hoteles a principios de 2022. La Compañía ha extendido esta acción a países fuera de la Unión Europea (ej. Latam).

Nuevos Amenities

Dentro de la apuesta de NH Hotel Group por mejorar el impacto de su actividad en el entorno, así como ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, se ha implementado una nueva línea de amenities para todas nuestras marcas. Las nuevas amenidades nos permiten eliminar en su totalidad de los plásticos de un solo uso existentes en el set up de nuestras habitaciones, con unos nuevos envases de PET 100% reciclado y reciclable, complementado con una nueva línea de accesorios de baño realizados en materiales biodegradables (fibra de trigo) presentados en un packaging de papel 100% reciclado (eliminando tintas químicas o vanices de los envases). Además de ello, los nuevos productos no contienen parabenos, siloconas o alcohol; no han sido testados en animales y cuentan con el certificado EcoLabel.

Este proyecto nos ha permitido alcanzar los siguientes hitos:

- Cambio de botellas de 50ml a 320ml: eliminación de 14 millones de botellas de plástico al año, lo que supone un ahorro de 45 toneladas de plástico de manera anual, una reducción de toneladas de plástico de un 40% y 364 toneladas de CO2 no emitidas.
- Eliminación de 5 millones de pastillas de jabón, lo que significa una reducción de 70 toneladas de jabón.
- La utilización de productos con la certificación EcoLabel significa que todo producto de nuestras amenidades que llega al mar no daña el medio ambiente.
- Los nuevos accesorios, tanto los productos, como el embalaje, están fabricados con materiales sostenibles, plástico reciclado, artículos biodegradables, etc.

Si bien el consumo de materias primas no es un aspecto que haya resultado significativo para NH Hotel Group en su análisis de riesgos ambientales, la normativa europea sobre plásticos de un solo uso sí que tiene un impacto relevante.

Proyecto CORK2CORK

Es un proyecto que nace con el objetivo de promover la economía circular y fomentar el reciclaje, la reutilización y otras formas de recuperación. Este proyecto es una iniciativa sostenible pionera en el sector hotelero europeo, que NH Hotel Group ha desarrollado junto a la empresa líder de revestimientos y producción de corcho Amorim.

La iniciativa tiene como objetivo recuperar y reciclar los tapones de las botellas descorchadas en sus hoteles para darles un nuevo uso, convirtiéndolos en material de revestimiento y aislamiento que se podrán utilizar en las habitaciones del grupo. Este material aislante reduce la contaminación acústica y las necesidades de climatización artificial de las mismas, mejorando así su eficiencia energética.

EL DESARROLLO DE PRODUCTOS MÁS SOSTENIBLES



GREEN HOTEL PROJECT

Este proyecto busca ofrecer valor a los clientes mediante acciones sostenibles, poniendo foco en los atributos de innovación que mejoran la percepción de la marca.

Como ejemplos más destacados del proyecto, NH Hotel Group ofrece en sus hoteles los servicios *EcoFriendly Meeting and Events*, y Movilidad Sostenible.

EcoFriendly meetings

En los hoteles del Grupo se busca involucrar al cliente durante la celebración de sus eventos, ofreciendo el servicio “Eco-friendly Meetings” y el servicio de cálculo y compensación de la Huella de carbono por los eventos y reuniones celebrados.

La huella de carbono del evento es calculada siguiendo un procedimiento interno basado en el protocolo GHG y en las “Directrices para la preparación del inventario nacional de emisiones de gases de efecto invernadero” del IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change). El cálculo de la huella de carbono del evento incluye el transporte y el uso de las salas de reuniones, así como de las habitaciones del hotel seleccionado.

Movilidad sostenible

Durante la estancia y visitas turísticas de los clientes, la Compañía ofrece servicios de movilidad como el carsharing o el alquiler de bicicletas. Actualmente hay más de 26 hoteles que ofrecen servicio de alquiler de bicicletas, además de puntos de recarga para coches eléctricos instalados en 48 hoteles.

En 2021 se ha firmado un acuerdo con un partner que dotará a todos los hoteles de España y Portugal de puntos de recarga acorde a los estándares actuales (carga semi-rápida), en unas condiciones ventajosas de servicio para los clientes de NH Hotel Group. Este modelo quiere extenderse a otros países, donde la demanda de puntos de recarga es creciente y un requisito imprescindible.

Alianza con Volvo y ENEL

NH Hotel Group crea una alianza con Volvo y Enel e instala un tótem de recarga para vehículos eléctricos junto al NH Plaza Santiago en Chile. Para mayor impacto se da accesibilidad tanto a huéspedes como al público general. Se trata del primer tótem de Volvo instalado en Chile. El objetivo de este proyecto es colocar cargadores a través de las subsidiarias de Enel en las capitales donde NH Hotel Group tiene presencia en la zona de la Unidad de negocio de América.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON LA SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

NH Hotel Group mide la satisfacción del cliente en términos de gestión ambiental. Esta satisfacción se calcula en base al número anual de opiniones y a la puntuación de las mismas recogidas por la herramienta interna *Quality Focus*.

Los 10 hoteles de NH Hotel Group mejor valorados en términos de sostenibilidad por el cliente

Unidad de Negocio	Nombre del hotel	Puntuación (0-10)
BUNE	nhow Rotterdam	8,30
	NH Conference Centre Leeuwenhorst	8,16
	NH Zandvoort	7,94
BUSE	NH Sants Barcelona	8,71
	NH Iruña Park	8,68
	NH Collection Santiago	8,66
	NH Málaga	8,63
	NH Collection Aránzazu	8,61
	NH Collection Palacio de Burgos	8,36
	NH Schiphol Airport	8,58

La tabla anterior muestra los 10 hoteles con mejor valoración recibida por parte de los clientes. Para su elaboración, se ha utilizado el indicador que relaciona el número de reseñas con la puntuación de las mismas con el objetivo de que refleje la realidad de la percepción del cliente.

OTROS PROYECTOS DESTACADOS

Productos a granel

NH Hotel Group ha lanzado un proyecto para comprar a granel productos alimenticios como el arroz, aceite, harina, azúcar y sal en todos los hoteles de Latinoamérica. Al comprar alimentos a granel, se reduce la producción de envases y sus residuos asociados, las emisiones relacionadas con el transporte de estos productos y el desperdicio de alimentos.

La iniciativa se está llevando a cabo en los hoteles NH Mendoza Cordillera (Argentina), NH Collection Medellín (Colombia), NH Cali (Colombia), NH Collection Royal Teleport (Colombia), NH Collection Royal Hacienda (Colombia), NH Collection Guadalajara Providencia (México), NH Collection Mexico City Reforma (México), NH Collection Mexico City Centro Histórico (México), NH Collection Aeropuerto T2 Mexico (México) y NH Collection Plaza Santiago (Chile).

Recolección de tapones con fines sociales

Los hoteles pertenecientes a la Unidad de Negocio de América han llevado a cabo un proyecto para reducir desperdicios plásticos y generar recursos que se traducen en salud. Se trata de una iniciativa de recolección de tapones de plástico para reciclaje con el fin de proveer de tratamientos y cuidados a niños y jóvenes adultos con cáncer. La recolecta se hace a través de contenedores instalados en los hoteles y se incita tanto a huéspedes como a trabajadores a participar. Esto ha sido posible gracias a la colaboración con fundaciones acreditadas tales como Banco de Tapitas, Fundación Sanar Niños con Cáncer, Fundación Garrahan y Damas de Café.

Pesca sostenible

Pese a que NH Hotel Group no desarrolle su actividad dentro de ningún área natural protegida, la Compañía cuenta con distintas medidas e iniciativas para preservar y restaurar la biodiversidad de los entornos en los que opera.

En los hoteles de la Compañía se fomenta la pesca sostenible a través del cumplimiento legal de consumo de las especies y una compra responsable de estos productos.

Huertos urbanos

Algunos hoteles de NH Hotel Group cuentan con espacio para poder instalar huertos urbanos. Cultivando en estos espacios, se consigue aumentar el valor paisajístico y gastronómico de los platos. Por otra parte, disminuyen el impacto ambiental negativo al reducir la necesidad de transporte de estos productos cultivados y generan entre los empleados del hotel un sentido de comunidad.

El NH Collection Royal Medellín (Colombia) cuida de una huerta ecológica donde se cultivan hierbas aromáticas como perejil, tomillo, menta, romero, hierbabuena, albahaca, orégano, etc. Estas hierbas, libres de pesticidas y con alto valor nutricional, son usadas en las preparaciones en la cocina. Este hotel también cuida la zona verde alrededor de su hotel favoreciendo el hábitat de numerosas especies de animales, manteniendo la zona de paso entre áreas naturales y favoreciendo la amortiguación de emisiones sonoras y contaminantes. Esta zona verde está disponible para que los huéspedes puedan disfrutar de ella.

Los hoteles Hilton México City Airport (México) y NH Collection Royal Hacienda (Colombia), también han añadido en sus jardines exteriores una pequeña huerta donde se siembran plantas aromáticas, que también se utilizan en las preparaciones de la cocina del hotel.

En Italia, el NH Collection Piazza Carlina (Italia) y el NH Milano Congress Center (Italia) también cuentan con huertos con plantas aromáticas; y el NH Orio al Serio (Italia) dispone, además de otro pequeño en el que se cultivan lechugas y tomates.

Por su parte, el NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi (Italia), en la costa amalfitana, cuenta con un huerto en el que se cultivan hierbas aromáticas, verduras y cítricos, para ser utilizados en la cocina y en los cosméticos del spa del hotel (aloe vera y lavanda). Los clientes pueden experimentar este jardín a través de una ruta, como la ruta de meditación, que consiste en visitar las cinco terrazas actuales: huerto, terraza de rosas, paseo de los monjes, terraza botánica y terraza de la relajación.

Hoteles para abejas

Conscientes del espacio limitado que hay en las ciudades para la biodiversidad, la importancia que tienen en los ecosistemas y conocedores de la situación crítica de las abejas en Europa, se han incrementado los hoteles del Grupo que alojan a abejas en sus tejados de manera segura para los clientes. Estos hoteles son: NH Wien City (Austria), NH Collection Wien Zentrum (Austria), NH Danube City (Austria), NH Vienna Airport (Austria), NH Berlin Alexanderplatz (Alemania), NH Potsdam (Alemania), NH Köln Altstadt (Alemania) y NH München Ost Conference Center (Alemania).

Huevos de gallinas libres de jaulas

NH Hotel Group fomenta el bienestar animal, dando prioridad al uso de huevos de gallinas criadas libres de jaulas. Esta iniciativa se implantó en los hoteles del Norte de Europa, que actualmente utilizan en sus preparaciones huevos de estas categorías. Adicionalmente, como parte de MINT, la Compañía se suma a su compromiso de Minor Hotels de obtener la totalidad de los huevos consumidos en sus establecimientos de gallinas no enjauladas antes de que finalice 2027.

RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2021

NH Hotel Group trabaja para consolidarse como un referente mundial en excelencia, innovación y sostenibilidad en el sector turístico. Los premios y reconocimientos obtenidos en 2021 son un reflejo del compromiso por seguir avanzando en ese camino.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A HOTELES

BOOKING.COM TRAVELER REVIEW AWARDS 2021

- Anantara The Marker (Top 9)
- NH Cancún (ganador)
- NH Capri La Habana (ganador)
- NH Collection Antwerp Centre (Top 9)
- NH Collection Eindhoven Centre (Top 9)
- NH Collection Guadalajara Providencia (ganador)
- NH Collection Mérida Paseo Montejo (ganador)
- NH Collection Mexico City Aeropuerto T2 (ganador)
- NH Collection Mexico City Centro Histórico (ganador)
- NH Collection Mexico City Reforma (ganador)
- NH Collection Mexico City Santa Fe (ganador)
- NH Collection Olomouc (Top 9)
- NH Mexico City Valle Dorado (ganador)
- NH Monterrey La Fe (ganador)
- NH Puebla Centro Histórico (ganador)
- NH Querétaro (ganador)
- NH San Luis Potosí (ganador)
- nhow Amsterdam RAI (Top 9)
- nhow London (Top 9)

BRITISH AIRWAYS CUSTOMER EXCELLENCE AWARDS 2021

- NH Collection Barbizon Palace (ganador)
- NH Collection Berlin Friedrichstrasse (ganador)
- NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi (ganador)
- NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (ganador)
- Tívoli Carvoeiro Algarve Resort (ganador)

SECRETARÍA DE TURISMO DE QUINTANA ROO (MÉXICO)

- Certificación en protección y prevención de la salud en instalaciones turísticas al NH Cancún.

CONDÉ NAST JOHANNSENS

- Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort: mejor hotel con spa.

CONDE NAST READERS' CHOICE AWARDS (EEUU & REINO UNIDO)

- Anantara The Marker (TOP 50 mundo)
- Anantara Vilamoura Algarve Resort (TOP 15 Europa)

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021**

- NH Collection Barbizon Palace (TOP 10 Ámsterdam)
- NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (TOP 10 Ámsterdam)
- NH Collection Roma Fori Imperiali (TOP 10 Roma)
- Tívoli Marina Vilamoura Algarve Resort: (TOP 20 Europa)
- Tívoli Palacio de Seteais Sintra (TOP 15 España y Portugal)

DIAMOND AWARDS AAA (EEUU)

- NH Collection Guadalajara Providencia (4 diamantes)
- NH Collection Mexico City Centro Histórico (3 diamantes)

FORBES TRAVEL GUIDE

- Anantara New York Palace Budapest.
- Anantara The Marker.
- NH Collection Prague Carlo IV.

INTERNATIONAL TRAVEL AWARDS (ITALIA)

- NH Collection Roma Fori Imperiali: Mejor hotel boutique de 5 estrellas.

LA RAZÓN PREMIOS TURISMO (ESPAÑA)

- Collection Firenze Palazzo Gaddi; mejor hotel internacional.

LOVED BY GUESTS 2021

- NH Collection Bogotá Hacienda Royal (ganador)
- NH Collection Bogotá WTC Royal (ganador)
- NH Bariloche Edelweiss (distinción)
- NH Bogotá Pavillion (distinción)
- NH Buenos Aires 9 de Julio (distinción)
- NH Buenos Aires City (distinción)
- NH Buenos Aires Florida (distinción)
- NH Buenos Aires Latino (distinción)
- NH Buenos Aires Tango (distinción)
- NH Ciudad de Santiago (distinción)
- NH Collection Buenos Aires Centro Histórico (distinción)
- NH Collection Buenos Aires Crillon (distinción)
- NH Collection Buenos Aires Jousten (distinción)
- NH Collection Buenos Aires Lancaster (distinción)
- NH Collection Plaza Santiago (distinción)
- NH Córdoba Urbano (distinción)

LUXURY LIFESTYLE MAGAZINE READERS CHOICE AWARDS (REINO UNIDO)

- Anantara New York Palace Budapest Hotel (Mejor hotel de Europa)
- Anantara Sahara Tozeur Resort & Villas (4º mejor hotel en África)
- Anantara The Marker (TOP 20 hoteles de Europa)
- Anantara Vilamoura Algarve Resort (2º mejor hotel de Europa)
- Anantara Villa Padierna Palace Benhavis Marbella Resort (4º mejor hotel de Europa)
- NH Collection Amsterdam Doelen (TOP 35 hoteles de Europa)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

- NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderon (TOP 30 hoteles de Europa)
- NH Collection Bogota Teleport Royal (2º mejor hotel en Sudamérica)
- NH Collection Buenos Aires Crillon (TOP 5 hoteles en Sudamérica)
- NH Collection Firenze Palazzo Gaddi (TOP 25 hoteles de Europa)
- NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi (TOP 10 hoteles de Europa)
- NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky (TOP 40 hoteles de Europa)
- NH Collection Guadalajara Providencia (TOP 5 hoteles en Norte América)
- NH Collection Madrid Gran Via (TOP 45 hoteles de Europa)
- NH Collection Madrid Suecia (TOP 45 hoteles de Europa)
- NH Collection Mexico City Centro Historico (TOP 10 hoteles en Norte América)
- NH Collection New York Madison Avenue (4º hotel en Norte América)
- NH Collection Prague Carlo IV (TOP 20 hoteles de Europa)
- NH Collection Santiago Casacostanera (TOP 10 hoteles en Sudamérica)
- NH Collection Venezia Murano Villa (TOP 40 hoteles de Europa)
- nhow Amsterdam RAI (TOP 40 hoteles de Europa)
- nhow London (TOP 3 hoteles de diseño en Reino Unido)
- Tívoli Avenida Liberdade (TOP 35 hoteles de Europa)
- Tívoli Palácio de Seteais (TOP 30 hoteles de Europa)

PROVINCIE AWARD 2021 (PAÍSES BAJOS)

- NH Amsterdam Schiphol Airport: 2º mejor hotel para reuniones.

TATLER TRAVEL GUIDE 2021

- Tívoli Palacio de Seteais Sintra: mejor hotel en el mundo.

TRAVEL & HOSPITALITY AWARDS

- nhow London: hotel de lujo del año.

TRIPADVISOR TRAVELER CHOICE AWARDS:

- 232 hoteles del Grupo recibieron este reconocimiento en 2021.

VANITY FAIR (ITALIA)

- NH Collection Roma Fori Imperiali (Top 20 mejores hoteles con vistas).

WINE SPECTATOR

- Anantara Vilamoura Algarve Resort (premio a la excelencia).

RECONOCIMIENTOS EN SOSTENIBILIDAD

S&P GLOBAL – SUSTAINABILITY RANKING

NH Hotel Group ha obtenido el reconocimiento “*Bronze Class*” por su excelente desempeño en sostenibilidad por segundo año consecutivo. La compañía ha sido incluida en “The Sustainability Yearbook 2022”, que publica S&P Global cada año, como la tercera empresa más sostenible del mundo dentro del sector hotelero.

BLOOMBERG GENDER EQUALITY 2021

En enero de 2022 NH Hotel Group ha sido incluida por segunda vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2021, siendo la única hotelera española de entre las 380 empresas incluidas en el índice.

PREMIOS EL ECONOMISTA

- NH Hotel Group, reconocida por su compromiso con la igualdad de género y diversidad

PREMIOS RSC HOTELERA

- Premio Especial Covid por NH Response.

BUILDING AWARDS

- NH Collection Copenhague finalista en la categoría de sostenibilidad.

CERTIFICADO CLEAN POINT

- NH Puebla Centro Histórico distinguida en los premios.

CERTIFICADO ECOSAFE BY ECOLAB

- Hilton Mexico City Airport distinguida por garantizar la seguridad e higiene en sus cocinas.

HALLBARS SUSTAINABILITY REPORT AWARDS

- Ganador por el Informe de Estado de Información No Financiera 2020.

PREMIOS EN INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA

BOOKING.COM TRAVELER REVIEW AWARDS 2021 ITALIA

- 38 hoteles italianos han sido ganadores de estos premios.

CLEAN HOTEL

- Distinción al NH Collection Monterrey San Pedro como punto sano certificado por la Asociación de Hoteles de Nuevo León.

DISTINTIVO H 2021

Distinción a los hoteles que cumplen con los estándares de higiene en la manipulación de alimentos que según la Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2018.

- Hilton Mexico City Airport
- NH Cancún
- NH Collection Guadalajara Providencia
- NH Collection Mérida Paseo Montejo
- NH Collection Mexico City Aeropuerto T2
- NH Collection Mexico City Centro Histórico
- NH Collection Mexico City Reforma
- NH Collection Mexico City Santa Fe
- NH Mexico City Valle Dorado

EXCELENCIA AL CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD

- Distintivo al NH Collection Quito Royal.

PREMIOS FITUR

- Mejor stand de empresa en 2021.

QUALITY INNOVATION AWARDS

- Mobile Guest Service ganadora en la categoría Innovación en Grandes Empresas.

ANÁLISIS DE RIESGOS, PREVENCIÓN Y VIGILANCIA DEL COVID-19 EN HOTELES

- Distinción al hotel NH Collection Monterrey San Pedro.

SAFE TRAVELS BY WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL

- NH Cancún
- NH Capri La Habana
- NH Collection Guadalajara Providencia
- NH Collection Mérida Paseo Montejo
- NH Collection Mexico City Aeropuerto T2
- NH Collection Mexico City Centro Historico
- NH Collection Mexico City Reforma
- NH Collection Monterrey San Pedro
- NH Mexico City Valle Dorado
- NH Monterrey La Fe
- NH Puebla Centro Histórico
- NH Querétaro
- NH San Luis Potosí

TRIPADVISOR TRAVELERS CHOICE AWARDS 2021

- 233 hoteles de la compañía incluidos en los premios.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS GASTRONÓMICOS

BALC (BARILOCHE A LA CARTA)

- NH Bariloche Efelweiss, mejor postre.

PREMIOS GURMÉ MÁLAGA

- 99 sushi Bar en Anantara Villa Padierna Palace Marbella, mejor restaurante internacional.

EL MEJOR CHEF 2021

- Jacob Jan Boerma – The White Room (NH Collection Grand. Hotel Krasnapolsky), TOP 6 mejores chefs en Países Bajos.

TRAVELLERS' CHOICE BEST OF THE BEST AWARD 2021

**ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021**

- VANE Restaurant, TOP 10 mejores restaurantes en el mundo.
- Vermeer Restaurant, TOP 1 mejores restaurantes en el mundo.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS DE TALENTO

BAR AWARDS 2020

- NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi, Top 10 directores generales de hoteles.

PRO-MOTOR AWARDS 2021

- NH Amsterdam Zuid, 2º mejor hotel para aprender.

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

Marcos de reporte

Para la elaboración del EINF, se han tenido en cuenta los siguientes principios y estándares globales y nacionales:

- Ley 11/2018 en materia de Información No Financiera y Diversidad, publicada en el BOE núm. 314, de 29 de diciembre de 2018.
- Conjunto Consolidado de Estándares GRI para la elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI), en la opción esencial (core). En el presente informe los Estándares GRI utilizados corresponden a la versión 2016, a excepción de los siguientes: 207: Fiscalidad (2019), 303: Agua y efluentes (2018), 306: Residuos (2020) y 403: Salud y seguridad en el trabajo (2018).
- Compromiso con los Diez Principios de Pacto Mundial de Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas.

Equilibrio y comparabilidad

El Informe tiene como objetivo publicar un reporte equilibrado, preciso y coherente de su desempeño, vinculado a los temas relevantes para su estrategia y para sus grupos de interés. En ese sentido, es clave la comparabilidad de los datos e información respecto a años anteriores, como herramienta de trazabilidad y evolución de estos. Esta Memoria, al igual que en anteriores ediciones, se ha elaborado con la implicación y participación de los responsables de las áreas de negocio y del diálogo con cada grupo de interés, lo que permite alinear lo reportado con los aspectos relevantes para los grupos de interés y responder a sus expectativas. Así, se ha realizado un proceso interno de recogida y contraste de información, con indicadores y datos de medición cuantitativa y cualitativa de la gestión sostenible de NH Hotel Group.

Verificación del Estado de Información No Financiera Consolidado

El Estado de Información No Financiera Consolidado ha sido verificado externamente por PriceWaterhouseCoopers. El Informe de revisión independiente se puede consultar en el ANEXO IV del presente documento.

Anexo I: Tabla de indicadores

Como resultado de las Políticas de NH Hotel Group, se dispone de los siguientes indicadores para dar seguimiento a las mismas.

	2021	2020
Indicador		
PERFIL		
Cartera de hoteles	353	361
Número de habitaciones	55.063	55.371
Número de clientes	35 millones	33 millones
Subvenciones	170 M€	58,8 M€
Beneficio neto - M€	(134)	(437)
Total de ingresos - M€	834 M€	536



EMPLEADOS

Plantilla media (nº de empleados)	10.071	11.112
Contratos indefinidos	81%	87%
Rotación media	20,8%	21%
Empleados en país diferente al de origen	22%	22%
Mujeres en plantilla	51%	51%
Mujeres directivas	44%	44%
Empleados menores de 25 años	7%	9%
Empleados de entre 25 y 40 años	41%	44%
Empleados mayores de 40 años	52%	47%
Nº de Nacionalidades	133	132
Empleados con discapacidad	85	89

FORMACIÓN

Horas de formación impartidas a través de NH University	74.759	68.902
Inversión total en formación	372.611€	231.481€

COMUNIDAD

Iniciativas sociales	55	73
Nº de voluntarios NH	605	524
Inversión en acción social (miles €)	81	49
Aportación Tarifa ONG (miles €)	13	14
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado (miles €)	131	87,8
Programa Hoteles con Corazón: acuerdos con ONG	13	31
Programa Hoteles con Corazón: noches de estancia donadas	1.006	317
Programa Hoteles con Corazón: hoteles involucrados	14	30

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021



Inversión en eficiencia energética	1,58 M€	3 M€
% de electricidad verde consumida por NH Hotel Group en Europa	62%	69%
Consumo de energía (kWh)	503.149.428	378.653.410
Ratio de energía (kWh/RN)	85,87	89,66
Extracción de agua (m3)	2.685.102	1.922.016
Ratio de agua (m3/RN)	0,46	0,46
Huella de carbono - Emisiones de CO2 (Tn CO ₂)	95.730	63.684
Huella de carbono - Ratio de emisiones de CO2 (kg CO ₂ /RN)	16,34	15,08
Nº total de hoteles certificados	161	157



CLIENTES

Valoraciones de los clientes – Encuesta NH	8,6	8,7
Valoraciones de los clientes – Encuestas online	8,3	8,4
Total contactos Customer Care	24.025	13.851
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	344	349

PROVEEDORES

Número de proveedores totales	10.256	11.225
Número de proveedores activos con Códigos Éticos firmados	1.756	1.816
Número nuevos proveedores con Códigos Éticos firmados	169	71
% compras a proveedores locales	83%	94%
Volumen de compra anual (CapEx+OpEx)	295,9	264,7

ALIANZAS

Aportación a asociaciones	345.940 €	116.528 €
Aportación a asociaciones sectoriales	192.342 €	82.782 €
Aportación a asociaciones sin ánimo de lucro	39.051 €	6.819 €

Anexo II: Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad

A continuación, se incluyen los indicadores clave de resultados no financieros requeridos por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre en materia de información no financiera y diversidad, su relación con los indicadores del estándar Global Reporting Initiative (GRI) y las páginas del presente informe donde se puede encontrar la información pertinente:

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá:	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartados: “Estrategia de NH Hotel Group” y “Principales iniciativas estratégicas)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Su entorno empresarial 2. Su organización y estructura 3. Los mercados en los que opera 4. Sus objetivos y estrategias 5. Los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución. 	102-6	Mercados servidos	Nuestra presencia en el mundo 2021.
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: <ol style="list-style-type: none"> 1. Los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2. Los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado. 	103	Enfoque de Gestión	Gestión de riesgos (Apartado “Gobierno de la Gestión de riesgos” y “Modelo de Gestión de riesgos”)
Resultados de las políticas	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan:	103	Enfoque de Gestión	Anexo I: Tabla de indicadores
Indicadores Clave	1. El seguimiento y evaluación de los progresos y			

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	2. Que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.			
Riesgos	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Gestión de riesgos (Apartado “Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización”)
	Cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia.	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	Gestión de riesgos (Apartado “Factores de riesgo y medidas de control y gestión”)
	Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.			
Cuestiones Medioambientales	Medio Ambiente			
	1. Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental;	103	Enfoque de Gestión	NH ROOM4 Planet (Apartado “Introducción y Programas de certificación medioambiental”)
	2. Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales;	102-11	Principio o enfoque de precaución	NH ROOM4 Planet (Apartado “Prevención de riesgos ambientales y principio de precaución”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	3. La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.			
	Contaminación			
	1. Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente;	103 305-5	Enfoque de Gestión de Emisiones Reducción de las emisiones de GEI	NH ROOM4 Planet (Apartado “Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización”)
	2. Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	Aspecto no material		
	Economía circular y prevención y gestión de residuos			
	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	103	Enfoque de Gestión de Efluentes y residuos	NH ROOM4 Planet (Apartado “Gestión de residuos y economía circular”)
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	103	Enfoque de Gestión de Efluentes y residuos	NH ROOM4 Planet (Apartado “Lucha contra el desperdicio de alimentos”)
	Uso sostenible de los recursos			
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	103 303-3	Extracción de agua por fuente	NH ROOM4 Planet (Apartado “Usos sostenibles de los recursos”)
	Consumo de materias primas ⁶ y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	103	Enfoque de Gestión de Materiales	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartado “Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso”)

⁶ El consumo de materias primas no es material

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	103	Enfoque de Gestión de Energía	NH ROOM4 Planet (Apartados “Principales indicadores ambientales” y “Plan de eficiencia energética”)
302-1		Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado “Usos sostenibles de los recursos” y “Plan de eficiencia energética”)	
302-4		Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartados “Usos sostenibles de los recursos” y “Plan de eficiencia energética”)	
	Cambio Climático			
	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce;	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartado “Huella de carbono”)
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático;	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartados “Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización”)
305-1		Emisiones directas de GEI (alcance 1)	NH ROOM4 Planet (Apartado “Huella de carbono”)	
305-2		Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	NH ROOM4 Planet (Apartado “Huella de carbono”)	
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartado “Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización”)
	Protección de la biodiversidad			

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	Aspecto no material		NH ROOM4 Planet (Introducción y Apartado “Otras iniciativas destacadas”)
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.			
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo			
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional,	103	Enfoque de Gestión de empleados	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Estrategia de People”)
		102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Nuestro capital humano”)
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	Gobierno corporativo (Apartado “Remuneración del Consejo y de la Alta Dirección”) NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Rotación y absentismo”)
		102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Creación de empleo de calidad y retención del talento”)
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	Gobierno Corporativo (Apartado “Remuneración del Consejo y la Alta Dirección”) NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)
		401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Rotación y absentismo”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)
	Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	103	Enfoque de Gestión	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)
		405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,	102-35	Gobernanza: Políticas de remuneración	Gobierno Corporativo (Apartado “Remuneración del Consejo y la Alta Dirección”)
		405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)
	Implantación de políticas de desconexión laboral	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Flexibilidad y conciliación: ‘New Way of Working’ al “Modelo Híbrido”)
	Empleados con discapacidad.	405-1	Diversity of governance bodies and employees	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Cultura de diversidad, igualdad e inclusión”)
	Organización del trabajo			
	Organización del tiempo de trabajo	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Flexibilidad y conciliación: ‘New Way of Working’ al “Modelo Híbrido”)
	Número de horas de absentismo	403-9	Lesiones por accidente laboral	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Rotación y absentismo”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	103	Enfoque de Gestión de Empleo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Flexibilidad y conciliación: ‘New Way of Working’ al “Modelo Híbrido”)
	Salud y seguridad			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	103	Enfoque de Gestión de Salud y Seguridad en el trabajo	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Salud y bienestar en el trabajo”)
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad	403-9	Lesiones por accidente laboral	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Salud y bienestar en el trabajo”)
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Salud y bienestar en el trabajo”)
	Relaciones sociales			
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	103	Enfoque de Gestión de Relaciones trabajador-empresa	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Diálogo social con empleados”)
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	103	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Diálogo social con empleados”)
	Formación			
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	103	Enfoque de Gestión de Formación y enseñanza	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Formación NH University”)
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Formación NH University”)
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Gestión del desempeño”)
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
		103	Management approach	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Hoteles cada día más accesibles”)
	Igualdad			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	103	Enfoque de Gestión de Diversidad e igualdad de oportunidades + No discriminación	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados “Cultura de diversidad, igualdad e inclusión”, “Plan de igualdad” y “Un equipo con las mismas oportunidades”)
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;			NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Plan de igualdad”)
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.			NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Cultura de diversidad, igualdad e inclusión”)
Cuestiones relativas a Derechos Humanos	Derechos Humanos			
	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos;	103	Enfoque de Gestión de Evaluación de derechos humanos, Libertad de asociación y negociación colectiva, Trabajo infantil, Trabajo forzoso u obligatorio	Ética y Conducta (Apartados “Protección de los Derechos Humanos”, “Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos” e “Iniciativas para la Protección de los Derechos Humanos”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Prevenición de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;			Ética y Conducta (Apartados “Protección de los Derechos Humanos”, “Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos”, “Iniciativas para la Protección de los Derechos Humanos”)
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1 102-17	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Ética y Conducta (Apartado “Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos”)
	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;			
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;			Ética y Conducta (Apartado “Protección de los Derechos Humanos”)
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio;	103	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Ética y Conducta (Apartado “Protección de los Derechos Humanos”)
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	103	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
Cuestiones relativas a Corrupción y soborno	Corrupción y soborno			
	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	103	Enfoque de Gestión de Anticorrupción	Sistema de Cumplimiento. Ética y (Introducción y Apartado “Novedades en 2021”)
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2 205-3	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y Conducta (Apartado “Difusión y formación en ética y conducta”)
		205-2 205-3	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y Conducta (Apartado “Difusión y formación en ética y conducta”)
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado “Relación con asociaciones”)	
Cuestiones relacionadas con la Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	103	Enfoque de Gestión de Comunidades locales	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado “Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad”)
		413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 People: Comunidad
Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles (Apartado “Diálogo con grupos de interés”)	
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés		

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Las acciones de asociación o patrocinio.	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado “Relación con asociaciones”)
		102-12	Iniciativas externas	
		102-13	Afiliación a asociaciones	
	Subcontratación y proveedores			
	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales;	102-9	Cadena de suministro	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable (Apartados “Política de compras” y “Selección de proveedores”)
	Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	103	Enfoque de Gestión de Proveedores	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable
		204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	
		308-1	Evaluación ambiental de proveedores	
		414-1	Evaluación social de proveedores	
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas.	103	Enfoque de Gestión de Políticas de Compras	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable (Apartado “Selección de proveedores”)
	Consumidores			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	103	Enfoque de Gestión de Seguridad y Salud en clientes	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado “Salud y seguridad de los clientes”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI / Criterio de reporte	Descripción GRI	Título de la sección
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	103	Enfoque de Gestión de Seguridad y Salud en clientes	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado “Herramientas del Centro Único de Atención al Cliente”)
	Información fiscal			
	Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	103	Enfoque de Gestión de Fiscalidad	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartado “Transparencia fiscal: Beneficios e Impuestos”)
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	El importe total por subsidios públicos, devengado en el ejercicio, ha ascendido a 170 millones de euros.
Otros indicadores relevantes	Gobierno Corporativo	102-18	Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo
		102-19	Delegación de autoridad	Gobierno Corporativo
		102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Gobierno Corporativo
		102-23	Presidente del máximo organismo de gobierno	Gobierno Corporativo
		102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo
		102-25	Conflictos de intereses	Gobierno Corporativo
	Elegibilidad de las actividades del negocio con la Taxonomía Europea		Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo del 18 de julio del 2020 y Reglamentos delegados relacionados	Taxonomía de la Unión Europea

Nota. Adicionalmente a los indicadores incluidos en la tabla, se puede encontrar información adicional en los siguientes indicadores: 102-1, 102-3, 102-4, 102-5, 102-7, 102-10, 102-14, 102-16, 102-40, 102-44, 102-45, 102-46, 102-47, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-55, 102-56, 201-2, 207-1, 207-2, 207-4

Anexo III: Índice de contenidos GRI

Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial.

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
GRI 101: Fundamentos		
GRI 102: Contenidos Generales		
Perfil de la organización		
GRI 102: Contenidos Generales	102-1 Nombre de la organización	Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Nuestra presencia en el mundo 2021 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-3 Ubicación de la sede	Contraportada
	102-4 Ubicación de las operaciones	Nuestra presencia en el mundo 2021 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-5 Propiedad y forma jurídica	Gobierno corporativo y compromiso ético (Apartado “Estructura accionarial”)
	102-6 Mercados servidos	Nuestra presencia en el mundo 2021
	102-7 Tamaño de la organización	Nuestra presencia en el mundo 2021 Modelo de negocio de NH Hotel Group
	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Team Members (Apartado “Nuestro capital humano”)
	102-9 Cadena de suministro	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Hitos 2020; Modelo de negocio de NH Hotel Group; NH ROOM4 Shared Success: Cadena de valor responsable
	102-11 Principio o enfoque de precaución	NH ROOM4 Planet (Apartado “Prevención de riesgos ambientales y principio de precaución”) NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado “Relación con asociaciones”)
	102-12 Iniciativas externas	NH ROOM4 Planet (Apartado “Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización”)
	102-13 Afiliación a asociaciones	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado “Relación con asociaciones”)
Estrategia		
GRI 102: Contenidos Generales	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Mensaje del Presidente y del CEO
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades	Gestión de riesgos
Ética y transparencia		
GRI 102: Contenidos Generales	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta	Nuestra visión y cultura; Sistema de Cumplimiento; Ética y Conducta
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	Sistema de Cumplimiento
Gobernanza		
GRI 102: Contenidos Generales	102-18 Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo
	102-19 Delegación de autoridad	Gobierno Corporativo
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	Gobierno Corporativo
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo
	102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Gobierno Corporativo

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	102-25 Conflictos de intereses	Gobierno Corporativo
	102-35 Políticas de remuneración	Gobierno Corporativo
Participación de los grupos de interés		
GRI 102: Contenidos Generales	102-40 Lista de grupos de interés	NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado “Diálogo con Grupos de Interés”)
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Diálogo social con empleados”)
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés	NH ROOM4 Sustainable Business NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado “Diálogo con Grupos de Interés”)
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	NH ROOM4 Sustainable Business (Introducción y apartado “Análisis de materialidad”) NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado “Diálogo con Grupos de Interés”)
	102-44 Temas y preocupaciones clave mencionados	NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado “Análisis de materialidad”)
Prácticas para la elaboración de informes		
GRI 102: Contenidos Generales	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	Sobre el Estado de Información No Financiera (Apartado “Alcance”) Nuestra presencia en el mundo 2021
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Sobre el Estado de Información No Financiera (Apartado “Alcance”); NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado “Análisis de materialidad”)
	102-47 Lista de temas materiales	NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado “Análisis de materialidad”)
	102-48 Reexpresión de la información	No hay reexpresiones significativas de la información respecto al informe anterior

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	No hay cambios en la elaboración del informe
	102-50 Periodo objeto del informe	2021
	102-51 Fecha del último informe	La última memoria publicada corresponde al ejercicio anterior, 2020
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Anual
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe	Contraportada
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Principios que rigen la elaboración del estado de información no financiera
	102-55 Índice de contenidos GRI	Anexo III: Índice de contenidos GRI
	102-56 Verificación externa	Anexo IV: Informe de verificación independiente

TEMAS MATERIALES PARA NH HOTEL GROUP

Crecimiento financiero sostenible

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Modelo de negocio NH Hotel Group (Apartado "Principales magnitudes")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

GRI 201: Desempeño económico

	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	Gobierno Corporativo NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización" y "Riesgos y oportunidades climáticas")
	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Ética y Conducta (Apartado "Relación con Gobiernos e influencia política")

Entorno regulatorio

GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	Gestión de la Compañía post-COVID-19; Principales iniciativas estratégicas en 2021
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
Plan de recuperación		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Gestión post COVID-19 de la Compañía; Principales iniciativas estratégicas en 2021
Compromiso ético y transparencia		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Sistema de Cumplimiento Ética y Conducta
GRI 207: Fiscalidad		
	207-1 Enfoque fiscal 207-2 Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos 207-4 Presentación de informes país por país	Transparencia fiscal: Impuestos y beneficios NH Hotel Group cumple con los requerimientos establecidos en la normativa fiscal y presenta su informe País por País al organismo competente. Por razones de confidencialidad, la Compañía no hace pública la totalidad de esta información.
Buenas prácticas en gobierno corporativo		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Gobierno corporativo
GRI 205: Anticorrupción		
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Sistema de Cumplimiento. Ética y Conducta

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Durante 2021 no se ha producido ningún caso de corrupción.
Protección de los derechos humanos y laborales		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Ética y Conducta (Apartados “Protección de los Derechos Humanos”, “Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos” y “Due diligence en Derechos Humanos”)
GRI 406: No discriminación		
	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Ética y Conducta (Apartado “Cumplimiento en materia de los Derechos Humanos”)
Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Gestión de riesgos (Apartado “Gobierno de la Gestión de Riesgos”) Gestión de riesgos (Apartados “Gobierno de la Gestión de Riesgos”, “Modelo de gestión de riesgos” y “Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización”) Gestión de riesgos
Innovación y tecnología		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Principales iniciativas estratégicas en 2021 (Apartado “4. Plan de Transformación”)
Canales de comunicación y diálogo con los grupos de interés		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado “Diálogo con Grupos de Interés”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
Talento, formación y desarrollo profesional		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su cobertura	NH ROOM4 People: Empleados (Introducción y apartados “Estrategia de People”, “Gestión del Desempeño”, “Gestión del Talento” y Formación: NH University)
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 401: Empleo		
	401-1: Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Rotación y absentismo”)
GRI 404: Formación y enseñanza		
	404-1: Media de horas de formación al año por empleado	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Formación NH University”)
	404-2: Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
	404-3: Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Gestión del Desempeño”)
Cultura de igualdad, diversidad e inclusión		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados “Cultura de diversidad, igualdad e inclusión”, “Plan de Igualdad” y “Un equipo con las mismas oportunidades”)
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades		
GRI 404: Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	Gobierno Corporativo (Apartado “Política de Diversidad”); NH ROOM4 People: Empleados (Apartados “Creación de empleo de calidad y retención del talento” y “Cultura de diversidad, igualdad e inclusión”)
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	Gobierno Corporativo (Apartado “Remuneración del Consejo y la Alta Dirección”) NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Un equipo con las mismas oportunidades”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
Compromiso y participación de los empleados		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados “Compromiso y participación de los empleados” y “Comunicación interna”)
Seguridad, salud y bienestar		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado “Salud y Bienestar en el trabajo”)
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo		
	403-9 Lesiones por accidente laboral 403-10 Dolencias y enfermedades laborales	NH ROOM4 People: Empleados (Apartados “Salud y Bienestar en el trabajo” y “Rotación y absentismo”) NH ROOM4 People (Apartado “Salud y Bienestar en el trabajo”)
Voluntariado corporativo		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados “NH Response”, “Together with Love: Voluntariado Corporativo”, “Hoteles con Corazón – HwH”, “Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad” y “Alianzas con Fundaciones y ONGs”)
Impacto positivo en la comunidad y cultura local		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados “NH Response”, “Together with Love: Voluntariado Corporativo”, “Hoteles con Corazón – HwH”, “Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad” y “Alianzas con Fundaciones y ONGs”)
GRI 413: Comunidades locales		

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartados “Diálogo con grupos de interés,” Relación con Asociaciones”) NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "NH Response", “Together with Love: Voluntariado Corporativo”, “Hoteles con Corazón – HwH”, “Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad” y “Alianzas con Fundaciones y ONGs”)
Promoción del empleo joven		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado “Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad”)
Alianzas sostenibles		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles
Cadena de suministro responsable y local		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartado “Gestión de proveedores”)
GRI 204: Prácticas de adquisición		
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores		

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartados “Política de Compras” , “Selección de proveedores” y “Ciclo de vida de la homologación de proveedores en NH Hotel Group”, “Gestión de proveedores” y “Gestión de riesgos en la cadena de suministro: Proveedores Críticos”)
GRI 414: Evaluación social de los proveedores		
	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartados “Política de Compras” , “Selección de proveedores” y “Ciclo de vida de la homologación de proveedores en NH Hotel Group”, “Gestión de proveedores” y “Gestión de riesgos en la cadena de suministro: Proveedores Críticos”)
Experiencias únicas para el cliente		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartados “Experiencia NH”, “Sistema de Gestión de la Calidad”, “Evolución de las herramientas de medición de Calidad en 2021”)
Calidad del servicio y satisfacción		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartados “Sistema de Gestión de la Calidad”, “Herramientas del Centro Único de Atención al Cliente”, “Impactos en la visibilidad y percepción de Calidad” y “Comunicación con el Cliente”)
Fomento de la sostenibilidad entre los clientes		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado “Cliente responsable”) NH ROOM4 Planet (Apartado “El desarrollo de productos más sostenibles”)
Energía verde y eficiencia energética		

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartados “Plan de eficiencia energética” y “Programa de certificación medioambiental” y “Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos”)
GRI 302: Energía		
	302-1 Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado “Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos”)
	302-4 Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartado “Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos”)
Gestión responsable del agua		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartado “Gestión del agua”)
GRI 303: Agua y efluentes		
	303-3: Extracción de agua	NH ROOM4 Planet (“Gestión del agua”)
Lucha contra el cambio climático		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Planet (“Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización”)
GRI 305: Emisiones		
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	NH ROOM4 Planet (Apartados “Compromiso en la lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización” y “Medidas para la mitigación y adaptación”)
Servicios sostenibles de hotelería		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Planet (Apartados “Green Hotel Project”, “Satisfacción del cliente con la sostenibilidad”, “Gestión eficiente y consumo responsable de los recursos”, “El desarrollo de productos más sostenibles” y “Otros proyectos destacados”)

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

Estándar GRI	Contenido	Título de la sección o respuesta directa
Gestión de residuos y economía circular		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	NH ROOM4 Planet (Apartados "Gestión de residuos y economía circular" y "Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso")
Desperdicio de alimentos		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartado "Lucha contra el desperdicio de alimentos")

El consumo de materiales, la contaminación acústica y lumínica y la biodiversidad no representan aspectos ambientales para la Compañía.

Anexo IV: Informe de verificación independiente



Informe de verificación independiente

A los accionistas de NH Hotel Group, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2021, de NH Hotel Group, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante NH Hotel Group) que forma parte del informe de gestión consolidado de NH Hotel Group.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el "Anexo II: Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el "Anexo III: Índice de contenidos GRI" incluidos en el EINF adjunto.

Responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante

La formulación del EINF incluido en el informe de gestión consolidado de NH Hotel Group, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los administradores de NH Hotel Group, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (en adelante estándares GRI) según la opción Esencial de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el "Anexo II: Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el "Anexo III: Índice de contenidos GRI" del citado Estado.

Esta responsabilidad incluye asimismo el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que el EINF esté libre de incorrección material, debida a fraude o error.

Los administradores de NH Hotel Group, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las Normas Internacionales de Independencia) emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (Código del IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.



Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad proporcionada es también menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la dirección, así como a las diversas unidades de NH Hotel Group que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de NH Hotel Group, S.A. para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 en función del análisis de materialidad realizado por NH Hotel Group y descrito en el apartado NH Room4 Sustainable business "Análisis de materialidad", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2021.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2021 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los administradores y la dirección de la Sociedad dominante.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF de NH Hotel Group, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2021 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI según la opción Esencial de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el "Anexo II: Tabla de contenidos Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad" y en el "Anexo III: Índice de contenidos GRI" del citado Estado.

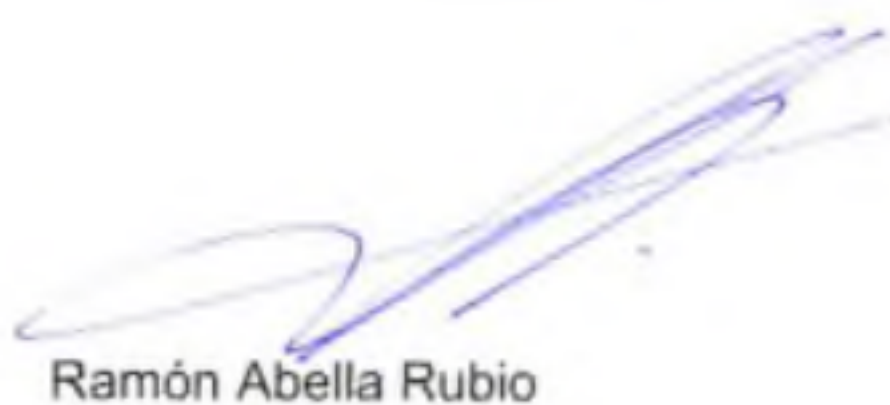
Párrafo de énfasis

El Reglamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo y del Consejo de 18 de junio de 2020 relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles establece la obligación de divulgar información sobre la manera y la medida en que las actividades de la empresa se asocian a actividades económicas que se consideren medioambientalmente sostenibles en relación con los objetivos de mitigación del cambio climático y adaptación al cambio climático por primera vez para el ejercicio 2021 siempre que el estado de información no financiera se publique a partir del 1 de enero de 2022. En consecuencia, en el EINF adjunto no se ha incluido información comparativa sobre esta cuestión. Adicionalmente, se ha incorporado información para la que los administradores de NH Hotel Group han optado por aplicar los criterios que, en su opinión, mejor permiten dar cumplimiento a la nueva obligación y que están definidos en la nota metodológica incluida en el apartado "Taxonomía de la Unión Europea" del EINF adjunto. Nuestra conclusión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.



Ramón Abella Rubio

24 de febrero de 2022



ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO
MEMORIA DE SUSTAINABLE BUSINESS 2021

(CONTRAPORTADA)

Santa Engracia, 120
28003 - Madrid
T: +34 91 451 97 18
nh-hotels.com
nhhotelgroup.com