

nh | HOTEL GROUP
PART OF **MINOR**
HOTELS



**ESTADO DE
INFORMACIÓN
NO FINANCIERA
CONSOLIDADO 2019**

MEMORIA SUSTAINABLE BUSINESS

Anantara Villa Padierna Palace
Marbella, España

ÍNDICE

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2019	03
SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	04
MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO	06
MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP	09
GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO	26
GESTIÓN DE RIESGOS	38
NH ROOM 4 SUSTAINABLE BUSINESS	47
• NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes	55
• NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena De Valor Responsable	66
• NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles	72
• NH ROOM4 People: Empleados	74
• NH ROOM4 People: Comunidad	99
• NH ROOM4 Planet	102
RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2019	115
PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA	120
ANEXO I: TABLA DE INDICADORES	122
ANEXO II: TABLA DE CONTENIDOS LEY 11/2018 DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y DIVERSIDAD	123
ANEXO III: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI	129
ANEXO IV: INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE	136

NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2019

Datos a 31.12.2019
Incluye hoteles operados con contrato de gestión, alquiler, propiedad y franquicia.

*No incluye franquicia.

368
HOTELES

30
PAÍSES

57.466
HABITACIONES

13.105*
EMPLEADOS

31* MILLONES
DE CLIENTES

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

BUAM*
UNIDAD DE NEGOCIO
AMÉRICA

63 HOTELES
10.162 HABITACIONES
10 PAÍSES

BUNE**
UNIDAD DE NEGOCIO
NORTE DE EUROPA

127 HOTELES
23.007 HABITACIONES
14 PAÍSES

BUSE***
UNIDAD DE NEGOCIO
SUR DE EUROPA

178 HOTELES
24,297 HABITACIONES
6 PAÍSES

* Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, Ecuador, Haití, México, República Dominicana y Uruguay.

** Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, Hungría, Irlanda, Luxemburgo, Países Bajos, Polonia, Reino Unido, República Checa, Rumanía, Sudáfrica, Suiza.

*** Andorra, EEUU, España, Francia, Italia y Portugal.

SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

El presente Estado de Información no Financiera Consolidado 2019 (en adelante, EINF o “el Informe”), se presenta como un informe separado y forma parte del Informe de Gestión consolidado 2019 de NH Hotel Group. En él se desarrolla de manera amplia la Estrategia de Negocio Responsable de la Compañía, NH ROOM4 Sustainable Business y, por primera vez, concentra 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 25 de febrero de 2020, 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).

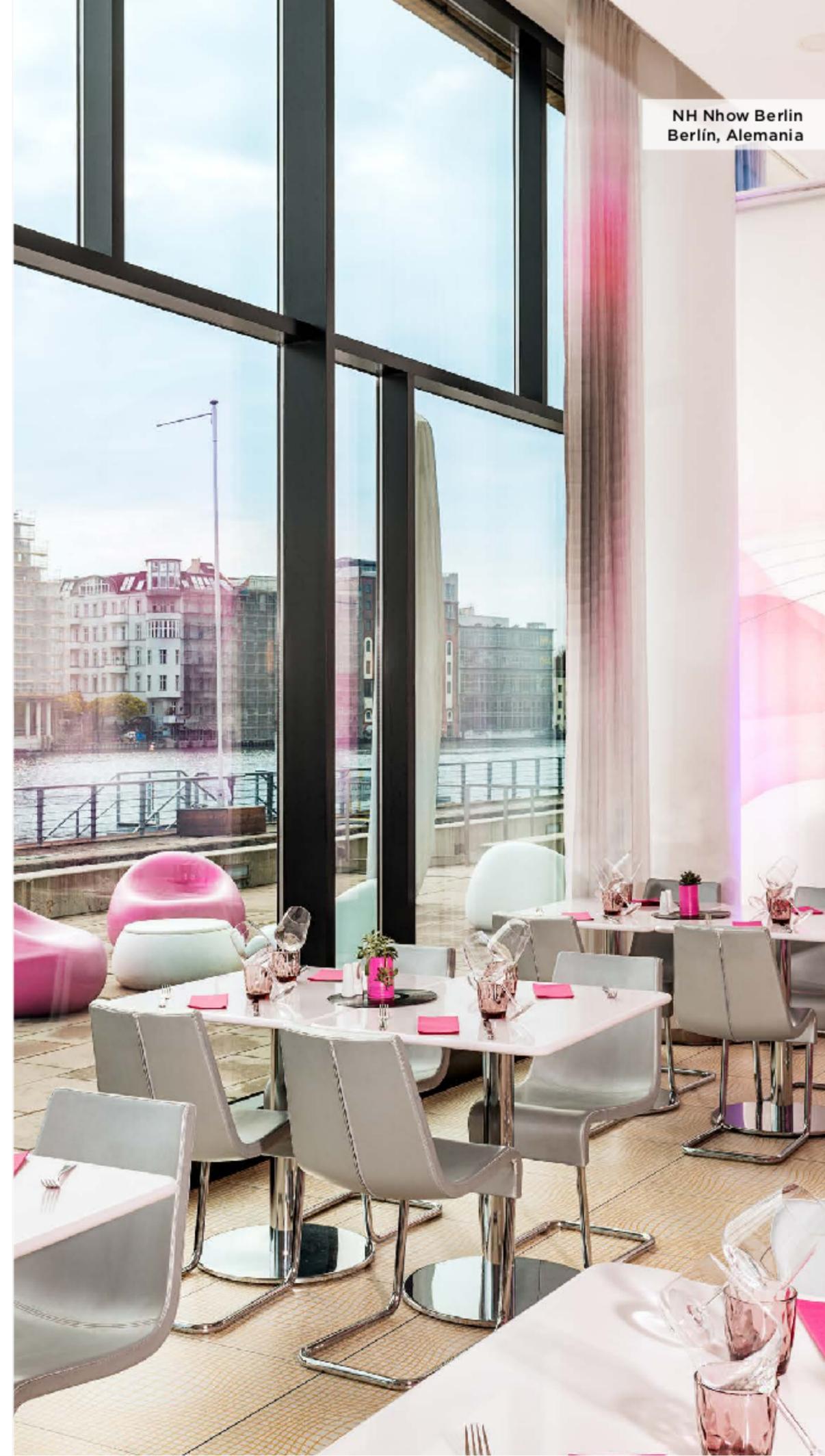
Este Informe y las anteriores Memorias de RSC se publican en formato digital y están disponibles en www.nhhotelgroup.com

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 ROOM 4, las consultas a los grupos de interés y los temas materiales a nivel sectorial definidos por la International Tourism Partnership (ITP), 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 Europeo*. Puede consultarse el Análisis de Materialidad completo en el apartado correspondiente de este Informe.

* 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.





NH Collection Amsterdam Flower Market
Ámsterdam, Países Bajos

ALCANCE

El presente Informe recoge la decimocuarta edición de la Memoria Anual de Sustainable Business de NH Hotel Group. Incluye la actividad y principales resultados del Grupo en el ejercicio 2019, 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 aquellos casos en los que el alcance de la información varía, se indica con una nota al pie.

PRESENCIA GEOGRÁFICA DE NH HOTEL GROUP EN 2019*

	PERÍMETRO CONSOLIDADO (HOTELES EN PROPIEDAD Y ALQUILER)	PERÍMETRO CORPORATIVO* (HOTELES EN RÉGIMEN DE PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN)
Nº HOTELES EN EL MUNDO	306	360
Nº DE PAÍSES EN LOS QUE NH HOTEL GROUP TIENE ACTIVIDAD	23	29
Nº DE HABITACIONES	47.174	56.803
EMPLEADOS	11.464	13.105**

* No incluye franquicias

** 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.

MENSAJE DEL PRESIDENTE Y DEL CEO



MENSAJE DEL PRESIDENTE

Queridos stakeholders,

Tengo la satisfacción de dirigirme a ustedes para presentarles el Informe Anual correspondiente al ejercicio 2019, que pretende dar cuenta de la extraordinaria evolución del Grupo y de su gestión responsable en un ejercicio histórico para la Compañía.

Por un lado, hemos cumplido con los objetivos fijados al inicio de 2019, completando un año récord en las principales partidas de nuestra cuenta de resultados, manteniendo un balance saneado y una fuerte solvencia financiera.

Además, hemos puesto en marcha una estimulante y fluida colaboración con nuestro accionista de referencia Minor International, que ya se ha materializado en numerosas oportunidades de negocio para el Grupo, marcando el inicio de una etapa de transformación en la que estamos construyendo la oferta más ambiciosa y diferencial de todo el sector.

A principios del ejercicio, aprobamos la suscripción de un acuerdo con Minor International, cuyo texto tenía como objetivo establecer un marco transparente de relaciones entre ambos grupos, siguiendo las mejores prácticas de gobierno corporativo. El acuerdo estableció la comunicación e intercambio de información entre NH Hotel Group y Minor International; la delimitación de las respectivas zonas geográficas y segmentos de mercado preferentes para las dos compañías, de cara a evitar solapamientos y promover oportunidades de negocio; y el establecimiento de un protocolo para la aprobación de sus mutuas operaciones empresariales. A partir de ahí, ambos grupos hemos trabajado conjuntamente en numerosas iniciativas encaminadas a aprovechar sinergias comerciales y operativas, como la integración en nuestra operativa de las propiedades de Minor Hotels en Portugal, la mayoría operados bajo la marca Tivoli, o la oportunidad de que NH Hotel Group empiece a operar en el segmento de lujo en Europa a través de la marca Anantara Hotels, Resorts & Spas de Minor. Una oportunidad que supondrá un salto cualitativo relevante en 2020, gracias al acuerdo que NH Hotel Group ha cerrado a final de 2019 con Covivio, uno de los principales inversores inmobiliarios europeos, para operar un portfolio único de 8 hoteles de alta gama.

Durante todo el ejercicio, el Consejo de Administración y el equipo directivo han centrado todo su esfuerzo en aquellos aspectos relacionados con la creación de valor a largo plazo para la Compañía.

Objetivos como el compromiso de retribución a los accionistas, que supuso el reparto en 2019 de un dividendo bruto por acción de 0,15€, tras su aprobación por parte de la Junta General de Accionistas en mayo. Un reparto de dividendo que este Consejo de Administración está comprometido a mantener en niveles equivalentes a aproximadamente el 50% de los beneficios netos consolidados recurrentes.

El buen ritmo empresarial ha venido acompañado de una constante atención por los principios de buen gobierno corporativo. Las Comisiones del Consejo, tanto la de Auditoría y Control como la de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo han seguido desarrollando su actividad con regularidad y el máximo rigor. Además, el Consejo de Administración ha asumido desde febrero de 2019 las tareas de la Comisión Delegada y ha mantenido durante todo el ejercicio una composición proporcionada entre miembros dominicales, independientes y ejecutivos, de acuerdo con lo dispuesto por el Código de Buen Gobierno.

En este punto, quisiera enfatizar nuestro compromiso con la ética, que se ha puesto de manifiesto en la aprobación de una nueva política de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo y una actualización de la política anticorrupción que ya existía en la Compañía.

Este año, nuestro firme compromiso con las mejores prácticas nos ha llevado a ser la única hotelera de origen español entre las 325 empresas del Índice Bloomberg de Igualdad de Género, principal referencia internacional en materia de inclusión y equidad. Más de seis mil empresas de cincuenta países han participado en la elaboración de este índice, que mide su compromiso y contribución en transparencia de la información de género y en materia de promoción de la igualdad.

Por otro lado, en materia de sostenibilidad hemos sido la primera hotelera española en establecer unos objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets. En concreto, nos hemos comprometido públicamente a reducir en un 20% las emisiones en toda nuestra cadena de valor antes de 2030. Gracias a ello evitaremos la emisión de más de 70.000 toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera.

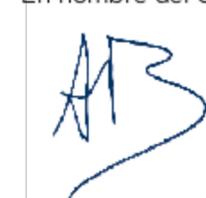
Además, estamos orgullosos de poder compartir que en 2019 fuimos evaluados por primera vez por SAM, la agencia de inversión sostenible que analiza a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index, y donde resultamos ser la 4ª mejor empresa en nuestra categoría, afianzándonos así como uno de los líderes más sostenibles del sector. La distinción es trascendente, por cuanto se evalúan los veinte principales criterios sostenibles. Nuestro Grupo obtuvo la máxima puntuación en estrategia fiscal y reporte ambiental, y ha destacado en aspectos relativos a la gestión de personas tales como la atracción y retención del talento, el desarrollo del capital humano o las prácticas laborales.

Estos principios sostenibles se trasladan igualmente a la estrategia de negocio responsable de NH Hotel Group y sus tres pilares de actuación: NH ROOM4 People, NH ROOM4 Planet y NH ROOM4 Responsible Shared Success. A través de éstos, impactamos sobre un total de 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible seleccionados por Naciones Unidas. Tenemos el foco puesto en apoyar comunidades sostenibles, en la producción y el consumo responsable, en la reducción de las desigualdades, en la igualdad de género o la acción por el clima, entre otras.

Hemos completado, en suma, un ejercicio muy positivo, donde hemos compaginado un desarrollo selectivo de nuestras marcas y de nuestro posicionamiento de mercado. Hemos establecido una estrecha relación con Minor Hotels, de manera que nuestra integración es mucho mayor y más prometedora que la simple suma de nuestras corporaciones y profesionales. Somos cada día más globales y más rentables, pero al mismo tiempo más comprometidos y responsables con nuestros equipos, con el conjunto de las comunidades donde estamos presentes, con la igualdad y con el medio ambiente.

En definitiva, son muchas y muy buenas noticias que suponen una sólida base para seguir creciendo de forma sostenible a medio y largo plazo. Son excelentes noticias que, un año más, me satisface enormemente compartir con ustedes, que siguen distinguiéndonos con su confianza.

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



Alfredo Fernández Agras
Presidente de NH Hotel Group

MENSAJE DEL CEO

Queridos Stakeholders,

Me siento muy orgulloso de hacerles partícipes del excelente desempeño de NH Hotel Group en 2019, un año en el que hemos superado los históricos resultados del ejercicio anterior y consolidado nuestra posición de liderazgo internacional en el sector junto a Minor Hotels.

Las sólidas bases sobre las que hemos construido NH Hotel Group en los últimos años nos han permitido crecer un año más, aportar valor de cara a un futuro cada vez más impredecible y asegurarnos de que disponemos de los mejores equipos y estructura para competir a nivel global con mayores garantías de éxito.

Contamos con un modelo operativo y financiero eficiente y solvente que, en 2019 ha permitido un incremento en los ingresos del 5,9% hasta los 1.708,1 millones de euros y un beneficio de 90 millones de euros, atribuible a la Sociedad Dominante, todo ello manteniendo un nivel de endeudamiento estable y con una amplia liquidez.

Por otro lado, el alineamiento con Minor Hotels ha sido máximo, aportando importantes avances estratégicos y de negocio a lo largo de todo el año. La integración nos ha posicionado como un operador aún más global, duplicando el número de marcas con las que operábamos, entrando con éxito en el segmento de lujo en Europa, integrando en nuestra operativa los hoteles que Minor operaba en Portugal y sumando nuevos proyectos y destinos a nuestro portfolio. En definitiva, nos hemos vuelto más fuertes y más ágiles a través de una plataforma hotelera de más de 500 hoteles, presente en más de 50 países.

Para el próximo año, junto a Minor Hotels nos hemos marcado como objetivos ampliar la oferta de nuestras marcas en las distintas zonas de influencia de ambos grupos, optimizar el potencial de nuestra cartera conjunta de clientes, sacar partido a nuestra capacidad de negociación conjunta, y aprovechar el talento compartido, entre otras iniciativas.

Además del crecimiento orgánico de nuestras marcas NH Hotels, NH Collection y nhow, que han contribuido con 1.586 nuevas habitaciones en 2019, hemos comenzado a operar con las marcas Anantara Hotels, Resorts & Spas, Tivoli Hotels y Avani.

En abril anunciamos la firma de un acuerdo para operar el hotel Villa Padierna Palace, ubicado en el sur de España en Marbella, cuyo relanzamiento el pasado verano bajo la marca de lujo Anantara de Minor Hotels supuso la primera muestra de integración entre ambas compañías. A ésta se unió posteriormente la firma del acuerdo para operar el primer hotel de la Compañía en Irlanda, The Marker, que será reconvertido a la marca Anantara en 2020.

Asimismo, en junio anunciamos un conjunto de transacciones junto a Minor International para que NH Hotel Group gestione los hoteles de Minor Hotels en Portugal. La integración de la operativa de los hoteles de ambos grupos en este mercado nos ha permitido alcanzar una posición de liderazgo en el país con 17 hoteles y cerca de 3.000 habitaciones; además de aprovechar eficiencias operativas y comerciales a través de la plataforma de NH en el Sur de Europa; y reforzar nuestra estrategia de crecimiento bajo fórmulas de gestión y alquiler sostenible. Mediante este acuerdo, hemos pasado a operar 10 hoteles de la marca Tivoli, un hotel Anantara ubicado en Algarve y un hotel Avani en Lisboa, que se unen a los hoteles que ya operamos en Portugal bajo las marcas NH Collection y NH Hotels.

Por otro lado, a finales del ejercicio, se produjo un hito de enorme magnitud en nuestra ambición conjunta de seguir acercando a Europa la lujosa marca Anantara Hotels, Resorts & Spas, además de un avance significativo en la estrategia de creación de valor añadido a la base de clientes de NH Collection, con nuevos hoteles y destinos. El 31 de diciembre alcanzamos un acuerdo con Covivio, uno de los principales operadores inmobiliarios de Europa, que nos permitirá consolidar nuestra apuesta por el segmento de alta gama, al

tiempo que reforzamos nuestra posición de liderazgo en Italia e incrementamos nuestra presencia en competitivos destinos de Francia y Europa del Este. Con este acuerdo pasaremos a operar un portfolio único de 8 hoteles procedentes del anterior portfolio Boscolo, ubicados en privilegiadas localizaciones de Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest.

En paralelo al desarrollo hotelero, hemos avanzado en nuestra vocación de mejorar la percepción de nuestros clientes sobre nuestros hoteles. Quiero recalcar el esfuerzo que la Compañía ha venido haciendo un año más para reposicionar nuestros hoteles. Durante 2019 hemos llevado a cabo reformas parciales o totales en 28 activos, entre los que destacan NH Collection München Bavaria en Alemania, NH Collection Amsterdam Flower Market en los Países Bajos o NH Málaga en España, este último ha duplicado su capacidad convirtiéndose en la mayor oferta del centro urbano de la ciudad.

Además, quiero destacar otra de las iniciativas que hemos puesto en marcha para mejorar la experiencia de los clientes y que ha sido el lanzamiento de Lobbies Alive, convirtiendo los hoteles en espacios abiertos a la ciudad, con propuestas creativas encaminadas a inspirar y conectar a los clientes y visitantes locales. Con pilotos funcionando ya en España e Italia, esperamos expandir este concepto a hoteles de Alemania, Bélgica y Argentina en los próximos meses.

El próximo ejercicio seguiremos sorprendiendo a nuestros clientes con propuestas diferenciales y con una oferta de hoteles cada vez más amplia e icónica. Sobre esta última, cabe señalar el protagonismo de la marca nhow que, mientras les escribo estas líneas, acaba de abrir sus puertas en Londres y Ámsterdam con dos propiedades excepcionales. También NH Collection aterrizará en 2020 con una apertura emblemática en el centro de Manhattan, Nueva York.

La transformación continua de nuestro negocio es parte del ADN de la Compañía. En este empeño se han comprometido las miles de personas que forman parte del Grupo y que con su talento y servicio están contribuyendo a que NH Hotel Group se supere año tras año. Son muchos los premios que hemos recibido este ejercicio, más de cincuenta reconocimientos nacionales e internacionales, pero el mayor de todos sigue siendo contar con el compromiso de un equipo multinacional líder en la industria. A todos ellos aprovecho para felicitarles y agradecer su dedicación.

Los resultados en todas las áreas avalan el trabajo que hemos realizado y que nos está permitiendo crecer y hacerlo de forma sostenible. Una palanca de valor transversal, la sostenibilidad, que compartimos con Minor International y que marca la gestión de nuestra actividad diaria. Perseguimos que nuestro negocio promueva el desarrollo profesional de las personas que trabajan con nosotros, se implique en proyectos sociales en las comunidades donde operamos, minimice nuestro impacto en el medio ambiente y sea un canal de transmisión y cumplimiento de los derechos humanos en toda la cadena de valor.

Con todo esto en mente, nos disponemos a afrontar 2020 con gran entusiasmo y con el afán de contribuir a generar valor para todos aquellos que han depositado su confianza en nuestra gestión. Estoy convencido que juntos estamos dando pasos inequívocos para ser una de las empresas líderes de la industria a nivel mundial.

Muchas gracias
Ramón Aragonés, CEO NH Hotel Group

MODELO DE NEGOCIO DE NH HOTEL GROUP



NH Collection Valencia Colón
Valencia, España

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 2019, el Grupo está presente en 30 países, operando 368 hoteles y 57.466 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, reservas, marketing, recursos humanos, gestión financiera y desarrollo de sistemas.

En la actualidad se está viviendo un momento empresarial interesante, incorporando la sostenibilidad a la estrategia de la Compañía, creando un modelo de negocio que ofrece numerosas oportunidades de creación de valor a todos los stakeholders.



- 61% Alquiler
- 21% Propiedad
- 17% Gestión
- 1% Franquicia



- 22% España
- 18% Alemania
- 14% Italia
- 12% Países Bajos
- 5% México
- 5% Portugal
- 4% República Dominicana
- 4% Bélgica
- 4% Argentina
- 2% Colombia
- 2% Austria
- 8% Otros



Hotel NH Collection Amsterdam Doelen
Ámsterdam, Países Bajos

DESGLOSE DE LA CARTERA

	TOTAL		ALQUILER		PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones	Hoteles	Habitaciones
TOTAL NH HOTEL GROUP	368	57.466	230	35.006	76	12.168	54	9.629	8	663
EUROPA										
España	102	12.381	72	8.873	13	1.977	12	1.139	5	392
Alemania	56	10.425	51	9.425	5	1	-	-	-	-
Italia	52	7.934	36	5.573	13	1.872	3	489	-	-
Holanda	35	6.782	20	3.362	14	2.969	1	451	-	-
Portugal	17	2.809	5	854	-	-	11	1.899	1	56
Bélgica	14	2.314	6	1.197	8	1.117	-	-	-	-
Austria	7	1.34	7	1.34	-	-	-	-	-	-
Francia	5	871	4	721	-	-	1	150	-	-
República Checa	3	581	-	-	-	-	3	581	-	-
Suiza	3	382	2	260	-	-	-	-	1	122
Irlanda	1	187	1	187	-	-	-	-	-	-
Hungría	1	160	1	160	-	-	-	-	-	-
Rumanía	2	159	1	83	-	-	1	76	-	-
Luxemburgo	1	148	-	-	1	148	-	-	-	-
Reino Unido	1	121	1	121	-	-	-	-	-	-
Eslovaquia	1	117	-	-	-	-	1	117	-	-
Polonia	1	93	-	-	-	-	-	-	1	93
Andorra	1	60	-	-	-	-	1	60	-	-
TOTAL EUROPA	303	46.864	207	32.156	54	9.083	34	4.962	8	663
AMÉRICA										
México	18	2.814	7	993	4	685	7	1.136	-	-
Argentina	15	2.144	-	-	12	1.524	3	620	-	-
República Dominicana	6	2.503	-	-	-	-	6	2.503	-	-
Colombia	13	1.355	13	1.355	-	-	-	-	-	-
Chile	5	583	-	-	4	498	1	85	-	-
Estados Unidos	1	242	-	-	1	242	-	-	-	-
Cuba	2	251	-	-	-	-	2	251	-	-
Brasil	1	180	1	180	-	-	-	-	-	-
Uruguay	1	136	-	-	1	136	-	-	-	-
Ecuador	1	124	1	124	-	-	-	-	-	-
Haití	1	72	-	-	-	-	1	72	-	-
TOTAL AMÉRICA	64	10.404	22	2.652	22	3.085	20	4.667	-	-
ÁFRICA										
Sudáfrica	1	198	1	198	-	-	-	-	-	-
TOTAL ÁFRICA	1	198	1	198	-	-	-	-	-	-

* Alcance corporativo. Datos cerrados a 31 de diciembre de 2019.

NH Collection Royal Quito
Quito, Ecuador



PRINCIPALES MAGNITUDES

CONTEXTO ECONÓMICO GLOBAL Y TURÍSTICO

Durante 2019, la actividad económica mundial ha mantenido un ritmo de crecimiento del +2,9%, cifra ligeramente inferior al crecimiento del año anterior (+3,6%).

La estimación de la Unión Europea para el crecimiento de la actividad económica mundial en el 2020 es de un +3,0%, cifra ligeramente superior al crecimiento de 2019. Más concretamente, en la zona Euro la tasa provisional de crecimiento para 2019 era del 1,1% (+2,1% en 2018) y se prevé un crecimiento del +1,2% en 2020. El crecimiento global ha conllevado un positivo ciclo de comercio e inversión. Asimismo, las economías europeas continúan creciendo, si bien, se aprecian tasas de crecimiento más moderadas. En consonancia con los datos anteriores, cuando se compara las tasas de crecimiento de los cuatro países que aglutinan la mayor proporción de ventas y resultados del Grupo, se observa que en España (+1,9% en 2019 vs. +2,4% en 2018), Holanda (+1,7% 2019 vs. +2,6% 2018), Alemania (+0,4% en 2019 vs. +1,5% en 2018) e Italia (+0,1% 2019 vs. +0,8% 2018) presentan tasas de crecimiento inferiores que el año anterior. Por otro lado, el crecimiento en Latinoamérica se espera que sea del +1,1% en 2020 (vs. -0,1% en 2019), ya que casi todas las economías en su conjunto han sido revisadas a la baja sustancialmente desde primavera, por factores tanto cíclicos como estructurales que han afectado al crecimiento que previamente se había esperado en estas economías.

Según la Organización Mundial del Turismo ("OMT") en 2019 en el mundo las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.500 millones, lo que supone un incremento del +4% con respecto al año anterior, claramente por encima del crecimiento del 2,9% de la economía mundial. En 2019 las llegadas internacionales crecieron en todas las regiones. Sin embargo, la incertidumbre en torno al Brexit, el colapso de Thomas Cook, las tensiones geopolíticas y sociales y la ralentización de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en 2019 en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018. Esta ralentización afectó sobre todo a las economías avanzadas, y en especial a las regiones de Europa y Asia y el Pacífico.

En Europa, donde el crecimiento fue inferior al de los años previos (+4%) sigue a la cabeza en términos de número de llegadas internacionales, con 743 millones de turistas internacionales el pasado año (el 51% del mercado mundial). En este contexto europeo, España se ha consolidado como la potencia turística mundial junto a Francia y los Estados Unidos, y logrando batir su récord superando los 83 millones de turistas extranjeros con un aumento del 1% del número de llegadas internacionales. Por otro lado, las Américas (+2%) ofrecieron unos resultados heterogéneos, ya que si bien muchas islas caribeñas consolidaron su recuperación tras los huracanes de 2017, al mismo tiempo el número de llegadas a Sudamérica cayó, debido en parte a los disturbios sociales y políticos.

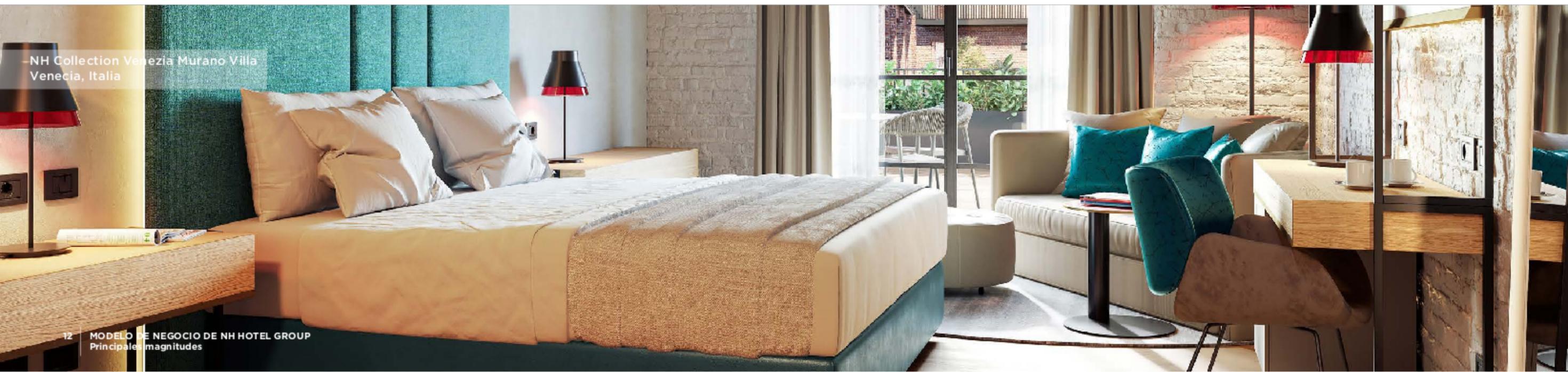
Las previsiones indican que el crecimiento se mantendrá en 2020, aunque a un ritmo más sostenible después de diez años de expansión constante, tras la crisis económica y financiera de 2009. Para el futuro, se prevé un crecimiento mundial de entre el 3% y el 4% en 2020, una perspectiva que queda reflejada en el último Índice de Confianza de la OMT, que muestra un prudente optimismo: el 47% de los participantes creen que el turismo tendrá mejores resultados que en 2019 y el 43% cree que se mantendrá al mismo nivel. Es de prever que algunos grandes eventos deportivos, entre ellos los Juegos Olímpicos de Tokio, y otros eventos culturales, como la Expo 2020 de Dubái, tendrán un impacto positivo en el sector hotelero.

Por otro lado, el crecimiento de GDP en Europa se espera que sea de +1,2% en 2023.

EVOLUCIÓN DE RESULTADOS

Respecto a la cifra de ingresos en el ejercicio 2019 alcanzó los 1.708,1 millones de euros, mostrando un crecimiento del +5,9% (+94,7 millones de euros). El Beneficio del ejercicio atribuible a la Sociedad Dominante alcanzó los 90,0 millones de euros frente a 101,6 millones de euros en 2018. Dicho descenso se explica por la aplicación de la normativa contable NIIF-IFRS 16 desde el 1 de enero de 2019 que minoró el Beneficio del ejercicio 2019 y a la menor contribución por rotación de activos vs. 2018.

Respecto a la situación de endeudamiento bruto en este ejercicio aumentó desde los 418,9 millones de euros en diciembre 2018 a 455,6 millones de euros en diciembre 2019. Referente a la situación de tesorería y otros activos líquidos, a 31 de diciembre de 2019 asciende a 289,3 millones de euros (265,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2018). Adicionalmente dicha liquidez se complementa con unas líneas de crédito a cierre de ejercicio por importe de 303,5 millones de euros, de los cuales 250 millones de euros corresponden a una línea de crédito sindicada a largo plazo, frente a 350,4 millones de euros a 31 de diciembre de 2018.



NH Collection Venezia Murano Villa
Venecia, Italia

INFORMACIÓN FISCAL

JURISDICCIÓN FISCAL	2018*		2019	
	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	2.824	1.845	(8.077)	428
Argentina	35.088	1.327	4.689	3.469
Austria	674	2	860	2
Bélgica	7.090	2.540	10.935	2.598
Brasil	-461	6	(744)	2
Chile	2.700	864	(2.035)	1.382
Colombia	-2.243	2.108	(2.975)	1.917
Ecuador	-8	193	84	194
EEUU	-14.089	31	(5.891)	83
España	11.899	3.015	38.136	8.337
Francia	-1.061	-	(2.387)	-
Hungría	642	35	825	91
Irlanda	-	-	1.165	-
Italia	40.032	3.062	47.047	24.146
Luxemburgo	7.910	-	3.466	-
México	4.580	2.045	6.089	2.412
Países Bajos	119.233	44.140	36.823	10.427
Polonia	-6	-1	(4)	-
Portugal	1.272	374	1.692	394
Reino Unido	-449	-	(78)	-
República Checa	27	-	(2)	7
República Dominicana	-147	-	372	-
Rumanía	76	12	381	40
Sudáfrica	427	-	1.335	25
Suiza	-5.836	-	393	4
Uruguay	-270	-	(629)	-
TOTAL PAÍSES	209.821	61.598	131.469	55.959

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.

* Cifras desglosadas en el EINF Consolidado 2018. Cabe aclarar que, durante el primer trimestre del ejercicio 2019 se detectó una circunstancia en las Cuentas Anuales Consolidadas a 31 de diciembre de 2018 en relación con la aplicación contable de la hiperinflación en las filiales argentinas de la Sociedad Dominante de acuerdo con la NIC 29 (ver nota 2.2. de las Cuentas Anuales Consolidadas 2019). La cifra agregada de Beneficios Antes de Impuestos actualizada correspondiente a 2018 es de 185.350 miles de euros, mientras que la cifra agregada de Impuesto sobre Sociedades actualizada correspondiente a 2018 es de 61.561 miles de euros*.



HITOS 2019

FEBRERO

ACUERDO CON MINOR

El Consejo de Administración de NH Hotel Group aprobó la suscripción de un acuerdo marco con Minor International para establecer las relaciones entre ambos Grupos, así como un acuerdo recíproco de licencias de marca en las áreas geográficas en las que opera el otro grupo.

ABRIL

CAMBIOS EN EL CONSEJO

El Consejo de Administración de NH Hotel Group, acordó nombrar nuevos consejeros, por cooptación, a Beatriz Puente, Executive Managing Director of Finance & Administration de NH, con la categoría de Consejera Ejecutiva y a Kosin Chantikul, Senior Vicepresident of Investment & Acquisitions de Minor Hotels, con la categoría de Consejero Dominical.

Los dos nuevos consejeros ocuparon las vacantes, tras la dimisión de los tres consejeros, María Grecna, Paul Johnson y José María Sagardoy. Con la nueva composición, el Consejo de Administración quedó formado por nueve consejeros: cuatro consejeros dominicales, tres independientes y dos ejecutivos. Tras los cambios, NH sigue cumpliendo con las premisas del Código de Buen Gobierno de sociedades cotizadas, en especial con la recomendación de una composición equilibrada, con una amplia mayoría de consejeros no ejecutivos y una adecuada proporción entre consejeros dominicales e independientes.

ENTRADA EN EL SEGMENTO LUJO

Firma del hotel Villa Padierna Palace, para su gestión por NH Hotel Group bajo un contrato de arrendamiento variable y convertido a la marca Anantara.

MAYO

PAGO DE DIVIDENDO

Tras aprobación por parte de la Junta General de Accionistas celebrada el 13 de mayo de 2019, se pagó un dividendo bruto por acción de 0,15€ (aprox. 59 millones de €).

JUNIO

INTEGRACIÓN DE TÍVOLI

NH Hotel Group formaliza la integración en su operativa de 13 hoteles en Portugal, tres mediante un contrato de alquiler sostenible de largo plazo y el resto de la cartera, son operados bajo un contrato de gestión con Minor International. El traspaso de la operativa de estos hoteles del portfolio de Tivoli a NH Hotel Group demuestra la alineación de intereses y representa el primer hito de la integración de ambas compañías.

BAJO EL LEMA "TOGETHER WITH LOVE",

NH Hotel Group celebró por primera vez una 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 invitó a participar a todos los equipos de la Compañía. De esta forma, NH Hotel Group se unió a la iniciativa de voluntariado que anualmente desarrolla Minor International, con el que comparte un sólido compromiso por el desarrollo de su estrategia de Responsabilidad Social Corporativa. Durante una semana, cerca de mil empleados participaron como voluntarios en numerosas iniciativas, elegidas y lideradas por ellos mismos.



nhow Brussels
Bruselas, Belgica

SEPTIEMBRE

EVALUACIÓN DE SAM

NH Hotel Group ha sido evaluada por primera vez por la agencia de inversión sostenible SAM, situando a la Compañía en la cuarta posición de entre todas las Compañías evaluadas para conformar el índice 2019. De este modo, NH Hotel Group se ha consolidado como una de las empresas referentes en sostenibilidad de la industria a nivel mundial.

SAM, evalúa anualmente a las empresas que desarrollan las mejores prácticas corporativas en materia de sostenibilidad, centrándose en tres dimensiones: económica, social y ambiental. Estas áreas, a su vez, están divididas en 20 criterios, y NH Hotel Group ha obtenido la máxima puntuación (percentil 100) en dos de ellos: Estrategia Fiscal y Reporte Ambiental. Asimismo, ha conseguido un gran reconocimiento en todos aquellos criterios relacionados con la gestión de personas, tales como atracción y retención del talento, desarrollo del capital humano o los indicadores referidos a prácticas laborales.

ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS DE REDUCCIÓN DE EMISIONES DE CARBONO 20% ANTES DEL 2030

La Compañía ha sido la primera hotelera española en establecer objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets (SBTi).

En este empeño, el Grupo se ha comprometido a reducir en un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030. 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.

NOVIEMBRE

CITY CONNECTION,

un nuevo servicio donde poder disfrutar de la ciudad sin límites

Bajo el claim "Stay in one hotel, enjoy them all", NH Hotel Group presentó City Connection, una selección de servicios que permite a los clientes disfrutar de ellos en cualquier NH Hotels, NH Collection, nhow, Tivoli o Avani en la ciudad en la que se encuentren, independientemente del hotel en el que estén alojados, durante el tiempo que dure su estancia.

DICIEMBRE

FORTALECIMIENTO DEL SEGMENTO DE LUJO

NH Hotel Group consolida su apuesta estratégica por el lujo mediante un acuerdo para operar ocho hoteles de alta gama, destacadas propiedades procedentes del portfolio Boscolo; ubicados en privilegiadas localizaciones de Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest.

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

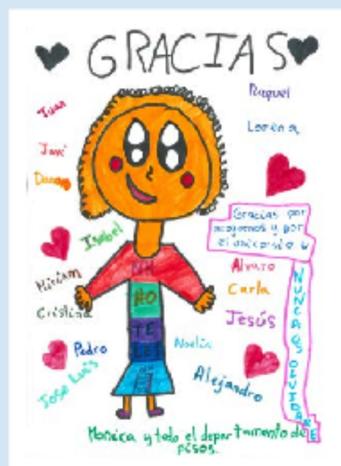
La cultura de NH Hotel Group, inspirada en la visión y en una clara vocación de servicio al cliente, es lo que ha diferenciado al Grupo desde sus inicios en el sector.

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**

NH Milano Touring
Millán, Italia





NH HOTEL GROUP, UNA FAMILIA MÁS QUE UN LUGAR DE TRABAJO

Salvador Férrez, o Salva como lo llaman en el hotel NH Campo de Cartagena donde trabaja, fue una de las cientos de personas afectadas por las inundaciones en el área de Murcia (España) en 2019. Él y su familia viven en Los Alcázares, uno de los pueblos más afectados.

Después de perder su casa, y hasta que se le otorgó un hogar temporal, él y su familia encontraron un nuevo hogar en su lugar de trabajo, NH Campo de Cartagena.

Los Férrez se alojaron en el hotel durante 10 días, tiempo en el que todo el equipo del hotel se volcó con ellos con gran amabilidad y, como dice el Director General del Hotel, esta experiencia unió mucho a todos los empleados.

Paula, la hija de Salvador, decidió agradecerles a todo el equipo del hotel su hospitalidad con este bonito dibujo.

MOONY, DE VUELTA A CASA GRACIAS AL EQUIPO DE NH ORIO AL SERIO

En abril recibimos el siguiente tweet: Ciao! El pasado 29 de marzo nos alojamos en el hotel NH Orio Al Serio. ¡Nuestro niño se dejó su pequeño peluche azul y blanco del Manchester City en la cama en la habitación 311 y esperamos que su equipo lo haya encontrado! Lo ha tenido durante 7 años y es muy especial para él. ¡Gracias por cualquier ayuda que nos puedan dar para encontrarlo!

Inmediatamente, todo el equipo del hotel NH Orio al Serio se puso a buscar al muñeco Moony que finalmente encontraron. Así, el personal del hotel creó una historia y publicó esta foto de Moony en la cama, diciendo que estaba muy bien y que estaba descansando para emprender su viaje de vuelta a casa. Viaje que por supuesto tuvo lugar, y que terminó con James, el niño a quien pertenecía el peluche, abrazando de nuevo a Moony.



LA HABITACIÓN DE PAPA NOEL - NH COLLECTION ABASCAL

El pasado mes de diciembre, en el NH Collection Abascal de Madrid, hubo un huésped muy especial. En la habitación 101 se alojó durante unas semanas, Papa Noel. Así, todos los huéspedes, tanto niños como mayores, pudieron visitar esa habitación que con tanto cariño preparó todo el equipo del hotel y en la que pudieron encontrar, desde la ropa que se dejó Papa Noel cuando tuvo que salir corriendo por la ventana, hasta una chimenea, un muñeco de nieve hecho con cápsulas de café, renos de cartón y cartas personalizadas para cada uno que visitaba la habitación. Sin duda, una gran idea que llenó de magia e ilusión tanto a empleados como a clientes durante esas fechas tan especiales.



MUSIC ON, WORLD OFF EN NHOW BERLIN

Un cliente que estaba alojado en el nhow Berlín explicó al llegar que era un amante de la música, el arte, la arquitectura y la cultura, que son precisamente los atributos que tiene el hotel. Así, el equipo de nhow Berlín no dudó en hacer su sueño realidad y le permitieron poner en práctica sus habilidades como DJ en el bar del hotel, para todos los allí presentes. Además, no era la primera vez que se alojaba en el hotel: pasó su cumpleaños allí, y esa vez, el personal del hotel preparó un sabroso postre para la ocasión que le encantó y así nos lo hizo saber en redes sociales donde además destacó la amabilidad y profesionalidad de todos los empleados.

Él ha decidido volver en unos meses y esperamos que no sea la última vez.



ESTRATEGIA DE NH HOTEL GROUP

El excelente desempeño de la Compañía en los últimos años ha sido el resultado de una transformación completa 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 la 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.

Con la entrada de Minor International en el capital se ha abierto una nueva etapa de oportunidades a través de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes.

Cabe destacar que, en febrero de 2019, el Consejo de Administración de NH Hotel Group ha aprobado, un acuerdo marco de gobierno para establecer las relaciones entre ambos Grupos, así como un acuerdo recíproco de licencias de marca por medio del cual cada grupo permite el uso de sus correspondientes marcas comerciales en las áreas geográficas en las que opera el otro grupo. Dichas áreas geográficas se han definido como preferentes y delimitan el alcance de actuación de cada Grupo.

Así, el acuerdo marco establece los mecanismos para prevenir y resolver conflictos de intereses, las operaciones vinculadas y el intercambio de información.

De esta forma, comienza una nueva etapa donde surgen nuevas oportunidades como:

- Posibilidad de incrementar la base de clientes, atrayendo la creciente demanda asiática a los mercados europeos.
- Posibilidad de mejorar a través de la economía de escala los esquemas de precios con socios comerciales, como son las agencias de viajes y proveedores
- Capacidad de utilizar un paraguas de marcas más amplio en nuevas geografías
- Acceder al segmento de lujo con nuevas oportunidades de cambio de marca y la apertura y firma de nuevos hoteles en este segmento.

Todo ello, a través de oportunidades impulsadas por el intercambio de talento dentro de nuestras empresas.

Además, durante este año también se ha trabajado en la definición del nuevo Plan Estratégico de 2020-2024, sujeto a aprobación por el Consejo de Administración de la Compañía para comenzar su implementación a partir de 2020.

NH Lyon Airport
Lyon, Francia





NH Luxembourg
Luxemburgo, Luxemburgo

nh | HOTEL GROUP PART OF **MINOR** HOTELS



PRINCIPALES INICIATIVAS ESTRATÉGICAS EN 2019

INTEGRACIÓN CON MINOR HOTELS

Tras la adquisición del 94,1% del capital social de NH Hotel Group por parte de Minor International en el último trimestre de 2018, ambas Compañías comenzaron en 2019 a explorar oportunidades de creación de valor conjunto para los próximos años.

La primera iniciativa supuso la integración de todas sus marcas hoteleras bajo un mismo paraguas corporativo con presencia 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: NH Hotels, NH Collection, nhow, Tivoli, Anantara, Avani, Elewana y Oaks, que completa un amplio y diverso espectro de propuestas hoteleras conectadas a las necesidades y deseos de los viajeros globales de hoy en día.

La complementariedad de ambas carteras de hoteles y la posición de referencia de sus distintas marcas, permitirá a NH Hotel Group crecer y competir con mayores garantías de éxito y crear valor añadido a su base de clientes por todo el mundo.

Los equipos de ambos grupos han trabajado conjuntamente en distintas líneas de actuación durante todo el ejercicio. Aprovechando el amplio paraguas de marca de las dos Compañías, se ha analizado hotel a hotel el potencial reposicionamiento a las marcas más premium de algunos activos ubicados en Europa que tienen capacidad para impulsar su rentabilidad bajo enseñas distintas a las actuales. Por otro lado, las dos Compañías han avanzado en el desarrollo de iniciativas para aprovechar economías de escala con canales comerciales y proveedores.

Al mismo tiempo, ambos grupos trabajaron en la instrumentalización del uso y operativa de las marcas de las dos Compañías en mercados distintos a los naturales de estas, lo que permitirá acelerar su expansión por todo el mundo.

El 7 de febrero de 2019, el Consejo de Administración de NH Hotel Group aprobó la suscripción de un acuerdo marco con Minor International, con el objetivo de establecer un marco transparente de relaciones entre ambos grupos siguiendo las mejores prácticas de gobierno corporativo.

En particular, el acuerdo estableció la comunicación e intercambio de información entre NH Hotel Group y Minor International; la delimitación de las respectivas zonas geográficas y segmentos de mercado preferentes para las dos Compañías, de cara a evitar solapamientos y promover oportunidades de negocio; el establecimiento de un protocolo para la aprobación de sus mutuas operaciones empresariales y de las operaciones con partes vinculadas; y la creación de un marco que pueda prevenir posibles conflictos de intereses entre ambas partes.

En junio de 2019 NH Hotel Group formalizó un acuerdo con Minor International para operar 13 hoteles del portfolio de Tivoli en Portugal, consolidando una oferta posicionada en el segmento de alta gama.

El 6 de enero de 2020, NH Hotel Group ha consolidado su apuesta estratégica por el lujo mediante un acuerdo para operar ocho destacadas propiedades del portfolio de Boscolo. La Compañía ha fortalecido su relación con Covivio uno de los principales inversores inmobiliarios europeos, para operar estos ocho hoteles de alta gama, ubicados en privilegiadas localizaciones de Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest con la incorporación de más de 1.000 habitaciones. La mayoría de los hoteles se relanzarán bajo las marcas Anantara Hotels & Resorts y NH Collection, tras llevar a cabo un profundo programa de reposicionamiento en todas las propiedades impulsado por Covivio a lo largo de todo el 2020.



AMPLIAMOS NUESTRAS MARCAS

La complementariedad de la cartera de Minor y NH Hotel Group, así como la posición de referencia de sus distintas marcas, permite a NH Hotel Group crecer y competir con mayores garantías de éxito y crear valor añadido a su base de clientes por todo el mundo. Ambos grupos están alineados con el fin de poder capitalizar las mejores oportunidades de expansión de sus marcas en sus distintos territorios de preferencia.

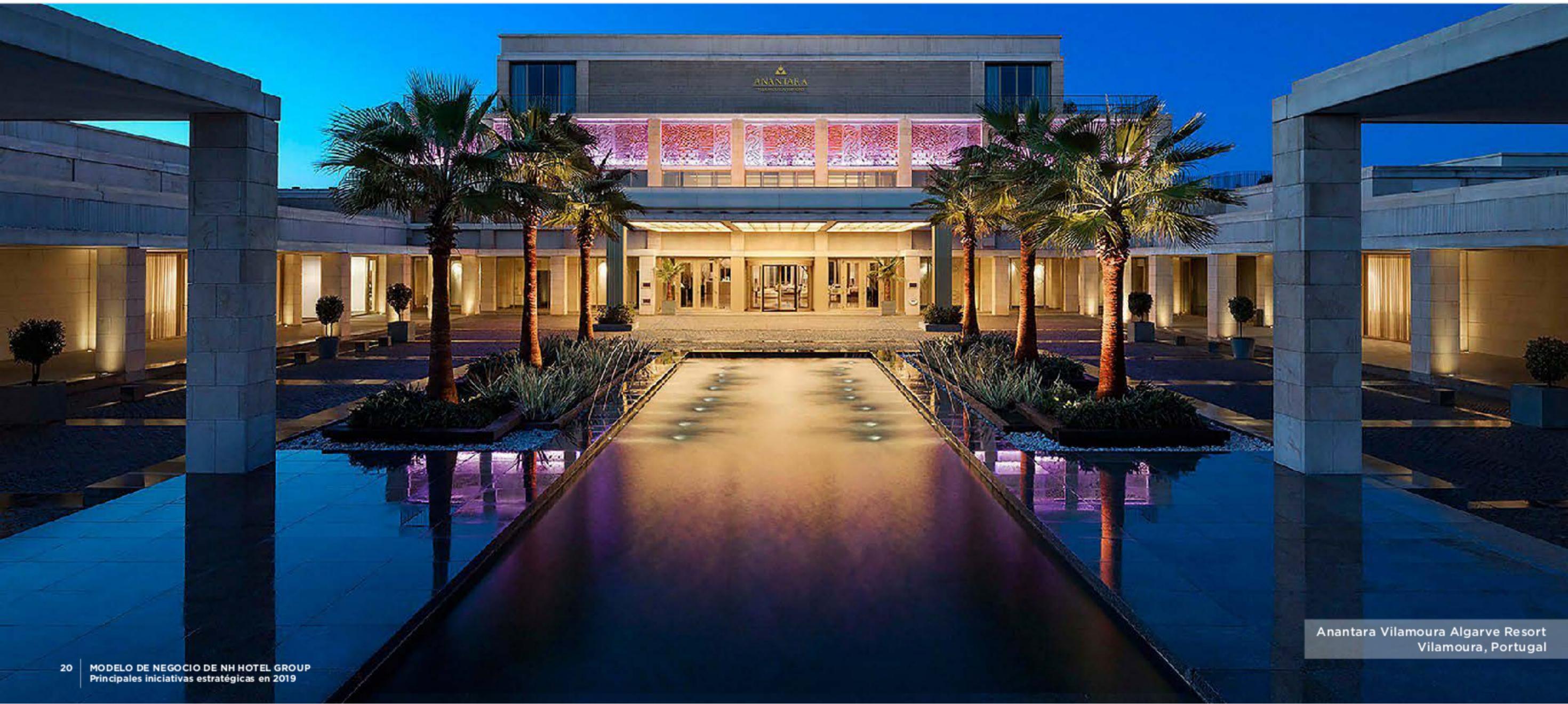
Con la entrada de Minor en el capital se abrió una nueva etapa con oportunidades de creación de valor, a través de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes, que permite llegar a más clientes con un paraguas de marcas más amplio y en nuevas geografías.

Debut of the Anantara Hotels, Resorts & Spas luxury brand in Spain and Ireland

En 2019, como parte de la integración de marcas bajo un único paraguas, se firmó un acuerdo por el que el hotel Villa Padierna Palace, empezaría a ser gestionado por NH Hotel Group y convertido a la marca Anantara bajo la supervisión de Minor Hotels. Este ha sido el primer hito en la materialización de esta estrategia conjunta, que combina el liderazgo y la experiencia de ambas Compañías.

Localizado en el Valle del Golf de la Costa del Sol, la propiedad ha sido relanzada bajo el nombre Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort, convirtiéndose en el primer Anantara de España y el segundo en Europa (siendo el primero el Anantara Vilamoura Algarve Resort en Portugal, lanzado hace dos años).

Asimismo, Anantara Hotels, Resorts & Spas debutará en los próximos meses en Irlanda con el rebranding del hotel "The Marker" en Dublín, en uno de los edificios más contemporáneos de la ciudad. Esta incorporación se convertirá en el primer hotel urbano de la marca Anantara en Europa y supondrá la llegada de esta lujosa enseña al noroeste del continente. El hotel, que a partir de ahora pasa a ser operado por NH Hotel Group, es resultado de la estrategia conjunta con Minor Hotels, propietaria de esta marca.



Anantara Vilamoura Algarve Resort
Vilamoura, Portugal



NH COLLECTION HOTELS

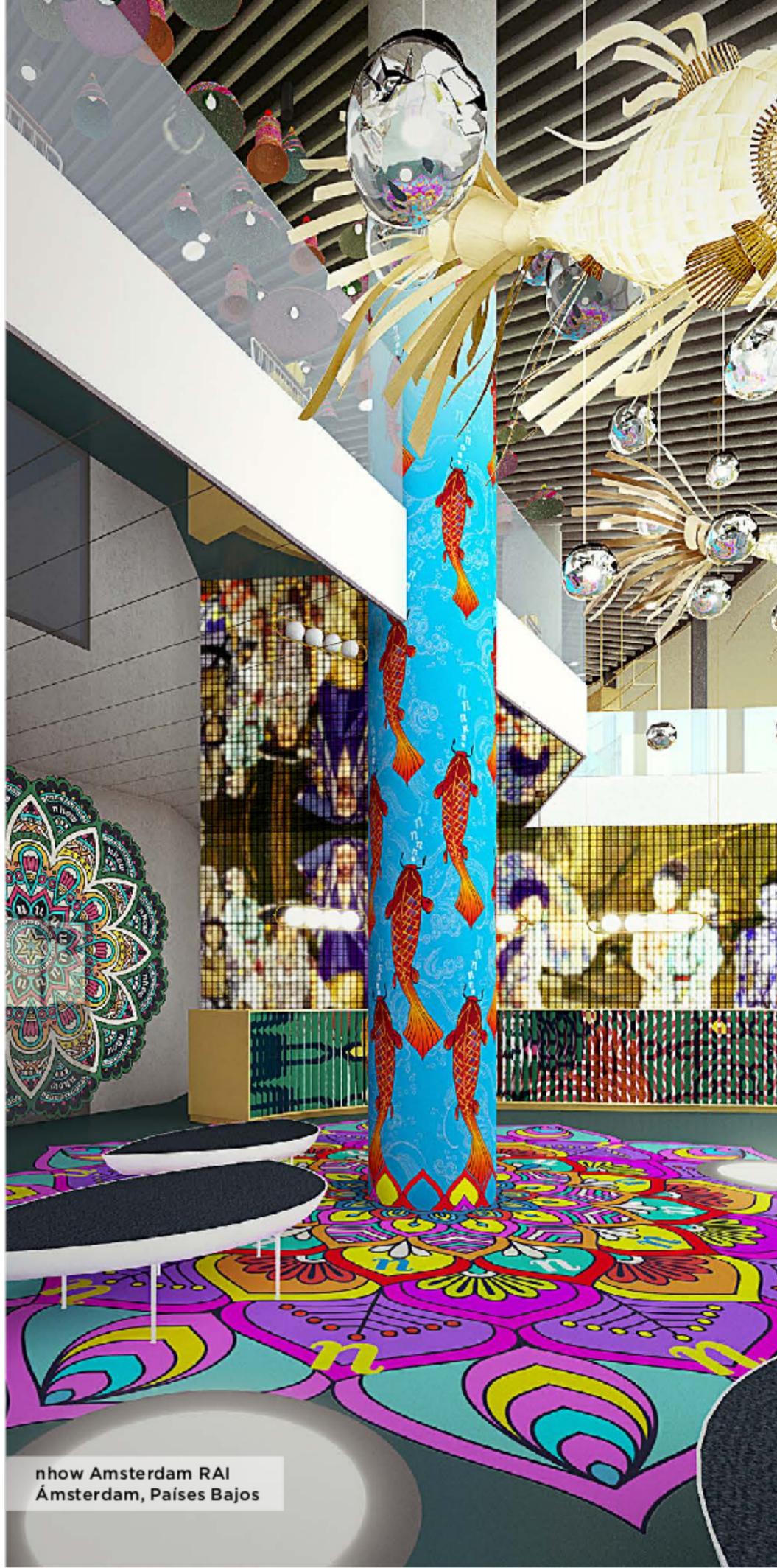
Por su parte, en diciembre de 2019 Minor Hotels anunció la firma de una nueva propiedad que operará bajo la marca NH Collection en Catar. El hotel NH Collection en Doha será el primero de la marca en Oriente Medio y el primero fuera de los mercados naturales de esta enseña, Europa y Sudamérica, y será operado por Minor Hotels.

TIVOLI HOTELS & RESORTS

Integración de los hoteles de Minor de Portugal en la operativa de NH Hotel Group

En enero de 2019, se acordó que los hoteles de Minor en Portugal fuesen gestionados por NH Hotel Group. Tras la operación, el portfolio conjunto entre Minor International y NH Hotel Group en Portugal alcanza los 17 hoteles* operativos de 4 y 5 estrellas, que permiten liderar el sector en el país como principal operador, y consolidar una amplia oferta posicionada en el segmento alto de gama, operados bajo las marcas Tivoli y Anantara Hotels Resorts & Spas en Portugal, ubicados en Vilamoura, Carvoeiro, Sintra, Coimbra, Lagos y Portimão.

* Esta cifra incluye el hotel Tivoli Évora Ecoresort operado en régimen de franquicia



nhow Amsterdam RAI
Ámsterdam, Países Bajos

nhow HOTELS

Aumentando el portfolio de NH COLLECTION y NHOW

En 2019, la Compañía ha continuado invirtiendo en el reposicionamiento y la mejora de su portfolio en cada una de las Unidades de Negocio.

En el Sur de Europa, cabe destacar la apertura del NH Collection Fori Imperiali, en Roma, que consolida el gran crecimiento de la marca NH Collection en Italia, donde la Compañía ha abierto 12 hoteles en los últimos 4 años bajo esta enseña. Con esta apertura, NH Hotel Group ha reforzado así su posicionamiento en el segmento upper-upscale en la ciudad de Roma.

Asimismo, se ha inaugurado NH Collection Valencia Colón, el primer establecimiento de la marca NH Collection en la ciudad.

Por otro lado, en la Unidad de Negocio del Norte de Europa, destaca tras una profunda reforma de seis meses, el hotel NH Carlton Ámsterdam que cierra una etapa en su historia y ha reabierto sus puertas bajo el nombre de NH Collection Amsterdam Flower Market. En los Países Bajos se han abierto dos nuevas propiedades, NH Collection München Bavaria que es la octava propiedad de la marca premium del país germano; y el NH Collection Antwerp Centre, que es el primer hotel del Grupo en la ciudad y tercer NH Collection de Bélgica.

La Compañía mantiene su interés en incrementar su presencia bajo la marca nhow durante los próximos años. A finales del ejercicio 2019, esta vanguardista enseña opera cuatro hoteles ubicados en Berlín, Milán, Marsella y Rotterdam, y cuenta con una cartera de seis proyectos en Europa y Latinoamérica que se abrirán entre 2020 y 2022. Entre estos últimos, destacan el hotel nhow London y nhow Amsterdam RAI, ambos con apertura prevista en enero de 2020. El primero, ubicado junto al barrio de Shoreditch de Londres, es parte de un complejo arquitectónico que lleva el sello del prestigioso estudio de arquitectura de Sir Norman Foster.

En su diseño interior, la Compañía combina iconos británicos tradicionales y elementos contemporáneos poco convencionales, aspirando a convertir el hotel en un lugar referente de creatividad y dinamismo en la ciudad. Por su parte, la apertura de nhow Amsterdam RAI supone la llegada a la ciudad holandesa del hotel de nueva construcción más grande de todo Benelux. Sus 650 habitaciones, están situadas en un singular edificio de 25 plantas formado por tres prismas triangulares superpuestos que simbolizan la diversidad que caracteriza el pasado, presente y futuro de la ciudad de Ámsterdam, y en cuyo diseño interior se ha querido reflejar el espíritu multicultural de la ciudad holandesa.



NH Collection Antwerp Centre Antwerp, Bélgica

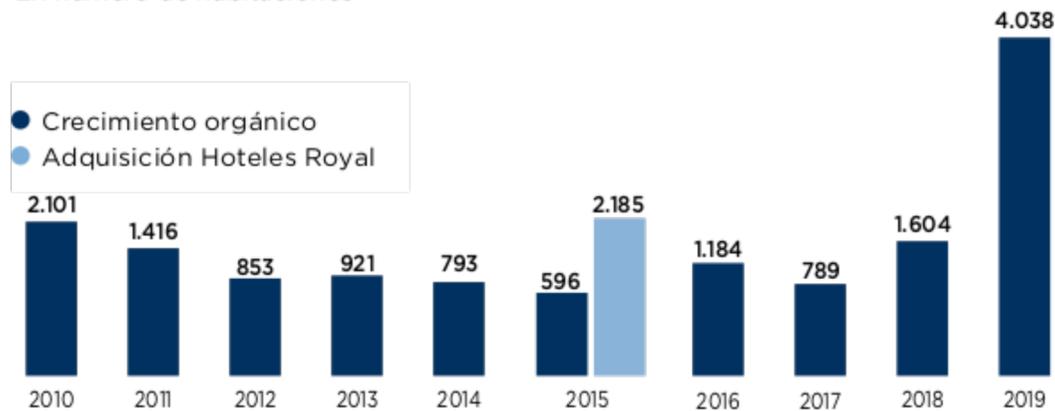
PLAN DE EXPANSIÓN Y OPTIMIZACIÓN DEL PORTFOLIO

En 2019, el Grupo ha continuado con la mejora significativa de la calidad de los activos y destinos a incorporar en el portfolio, con la apertura de 25 nuevos hoteles y 3.982 habitaciones en el ejercicio. Entre estos nuevos hoteles se encuentran: Anantara Villa Padierna Palace (Marbella, España), NH Collection Roma Fori Imperiali (Roma, Italia), The Marker (Dublin, Irlanda), Anantara Vilamoura Algarve Resort (Portugal) y NH Collection Antwerp Centre (Antwerp, Bélgica).

En 2020 la Compañía continuará su plan de expansión con la apertura de 14 nuevos hoteles, de un conjunto de 34 proyectos firmados en Europa y Latinoamérica hasta 2023, y redobla su apuesta por la marca de lujo. En concreto, de los 34 hoteles firmados para el trienio un 70% de las habitaciones son del segmento de alta gama.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE APERTURAS E INCORPORACIONES

En número de habitaciones



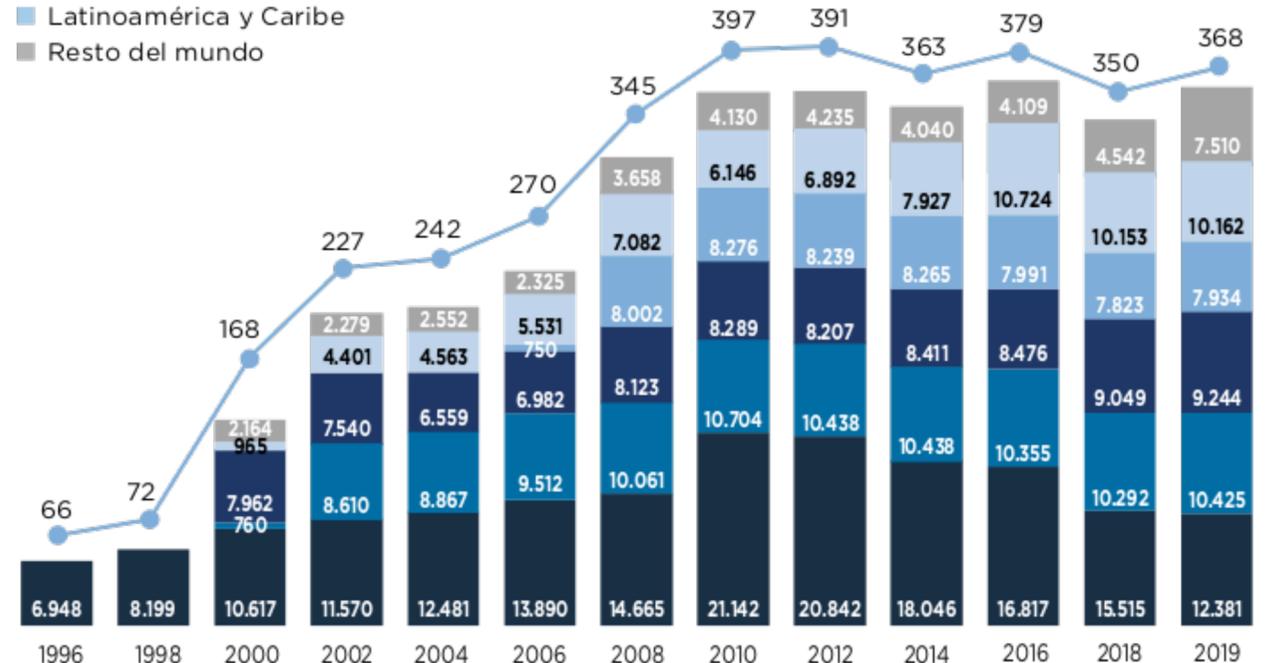
CRECIMIENTO CONTINUO

En número de habitaciones y hoteles entre 1996 y 2019
Crecimiento medio anual compuesto: **9,6 %**

Habitaciones

Hoteles

- España
- Alemania
- Benelux
- Italia
- Latinoamérica y Caribe
- Resto del mundo



HOTELES ABIERTOS

En el ejercicio 2019, el Grupo ha comenzado a operar 26 nuevos hoteles, ubicados en nueve países con un total de 4.038 habitaciones.

HABITACIONES ABIERTAS DESDE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019			
HOTELES	CIUDAD	PAÍS	HABITACIONES
NH Collection Santiago Casacostanera	Santiago de Chile	Chile	85
NH Leipzig Zentrum	Leipzig	Alemania	197
NH Mannheim	Mannheim	Alemania	225
NH Collection Mérida Paseo Montejo	Merida (MX)	México	120
Anantara Vilamoura Algarve Resort	Vilamoura	Portugal	280
AVANI Avenida Liberdade Lisboa	Lisboa	Portugal	119
Tivoli Avenida Liberdade Lisboa	Lisboa	Portugal	285
Tivoli Carvoeiro Algarve Resort	Carvoeiro	Portugal	248
Tivoli Coimbra	Coimbra	Portugal	100
Tivoli Évora Ecoresort	Evora	Portugal	56
Tivoli Lagos Algarve Resort	Lagos	Portugal	296
Tivoli Marina Portimão Algarve Resort	Portimao	Portugal	196
Tivoli Marina Vilamoura Algarve Resort	Vilamoura	Portugal	383
Tivoli Oriente Lisboa	Lisboa	Portugal	279
Tivoli Palácio de Seteais	Sintra	Portugal	30
Tivoli Sintra	Sintra	Portugal	77
The Residences at Victoria Algarve	Vilamoura	Portugal	103
Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort	Marbella	España	132
NH Collection A Coruña Finisterre	La Coruña	España	92
NH Collection Valencia Colón	Valencia	España	47
NH Porto Jardim	Oporto	Portugal	79
NH Collection Roma Fori Imperiali	Roma	Italia	42
NH Andorra la Vella	Andorra la Vella	Andorra	60
NH Collection Antwerp Centre	Antwerp	Bélgica	180
Anantara The Marker Dublin	Dublín	Irlanda	187
NH Cancún Airport	Cancún	México	140
TOTAL HABITACIONES			4.038

HOTELES FIRMADOS

NH Hotel Group firmó 34 hoteles en 2019 con 4.829 habitaciones. Todas las firmas han sido bajo fórmulas de alquiler, gestión y franquicia.

HABITACIONES FIRMADAS DESDE EL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019			
CIUDAD	PAÍS	HABITACIONES	APERTURA PREVISTA
Marbella	España	132	Abierto en 2019
La Coruna	España	92	Abierto en 2019
Roma	Italia	42	Abierto en 2019
Andorra la Vella	Andorra	60	Abierto en 2019
Dublín	Irlanda	187	Abierto en 2019
Vilamoura	Portugal	280	Abierto en 2019
Lisboa	Portugal	119	Abierto en 2019
Lisboa	Portugal	285	Abierto en 2019
Carvoeiro	Portugal	248	Abierto en 2019
Coimbra	Portugal	100	Abierto en 2019
Evora	Portugal	56	Abierto en 2019
Lagos	Portugal	296	Abierto en 2019
Portimao	Portugal	196	Abierto en 2019
Vilamoura	Portugal	383	Abierto en 2019
Lisboa	Portugal	279	Abierto en 2019
Sintra	Portugal	30	Abierto en 2019
Sintra	Portugal	77	Abierto en 2019
Vilamoura	Portugal	103	Abierto en 2019
Málaga	España	43	2020
Verona	Italia	70	2020
Aguascalientes	México	105	2021
Hamburgo	Alemania	136	2021
Alilcante	España	63	2021
Roma (Extensión NH Collection Vittorio Veneto)	Italia	82	2021
Cagliari	Italia	100	2022
Oporto	Portugal	150	2022
Roma	Italia	238	2020
Venecia	Italia	64	2020
Venecia	Italia	100	2020
Florenca	Italia	86	2020
Budapest	Hungría	185	2020
Budapest	Hungría	138	2020
Praga	República Checa	152	2020
Niza	Francia	152	2020
TOTAL HABITACIONES		4.829	

COMERCIAL EVOLUTION MODEL: BOOSTING BUSINESS

La nueva estrategia comercial, basada en un enfoque *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 que han representado un nuevo canal de demanda importante. En esta línea, NH Hotel Group continúa con su proyecto de transformación digital en el área B2B, con el objetivo de aumentar la rentabilidad y generar demanda adicional.

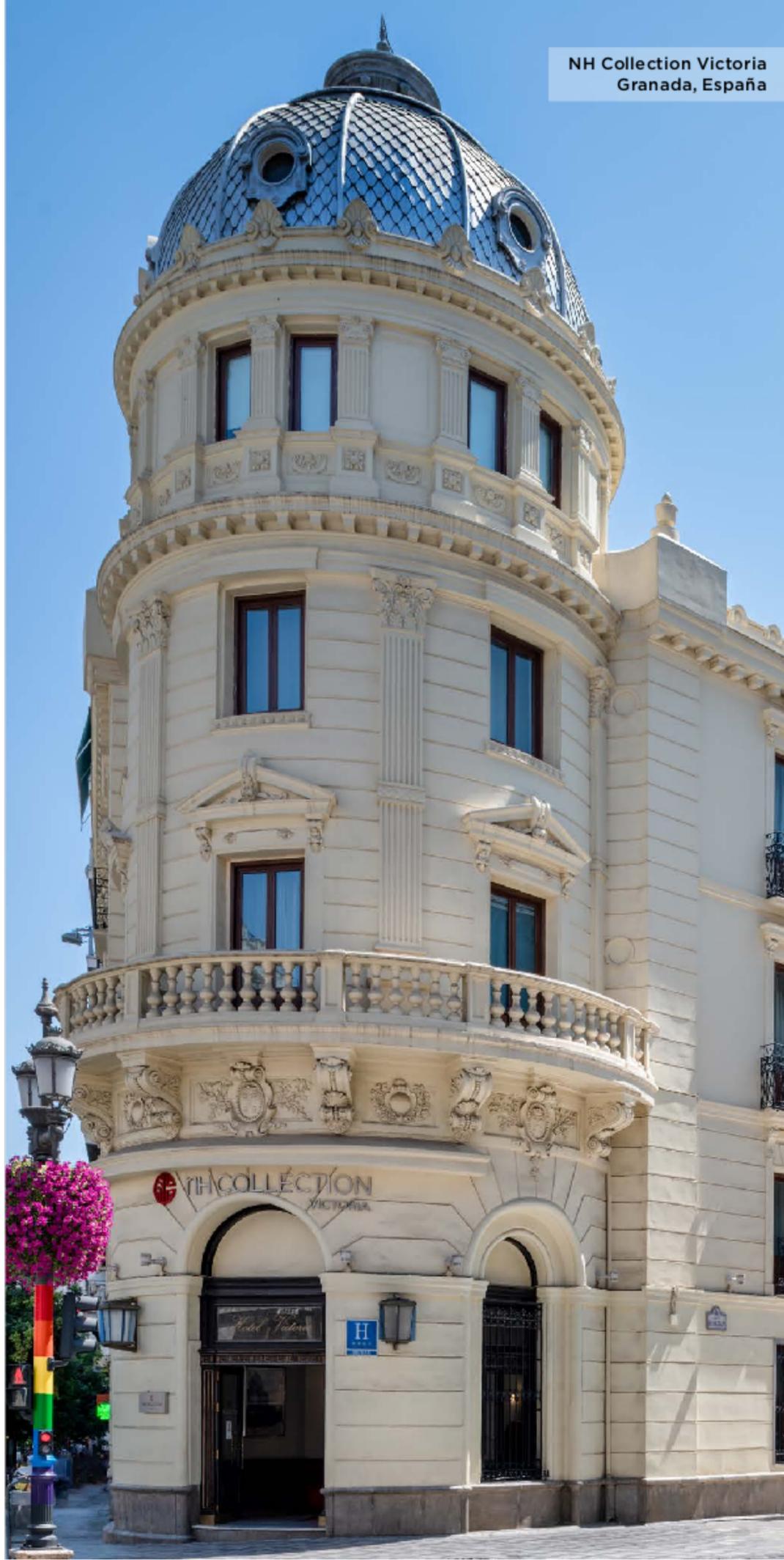
Boosting Business es una oportunidad para acelerar la capacidad de negocio de la Compañía que guiará la evolución para la adaptación tanto hacia los clientes del futuro como los del presente. Se centra en crear nuevas herramientas digitales, impulsar el crecimiento y fortalecer la conexión con los clientes. 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 planes de acción transversales, adaptados a cada mercado, impulsa el crecimiento de NH Hotel Group tanto en nuevos mercados (gracias a las sinergias comerciales del Minor Hotels) como en los 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.

NH Collection Victoria
Granada, España



PLAN DE TRANSFORMACIÓN

NH Hotel Group continúa a la vanguardia de la innovación. 2019 ha concluido siendo un año muy importante en el Proyecto de Transformación Digital de la Compañía, una de las iniciativas más importantes del Plan Estratégico para 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 de la Compañía 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.

Entre los principales beneficios destacan la mejora de la experiencia de cliente en un entorno global como el actual, la optimización y reducción de los costes operativos, la profundización en el análisis de datos -lo que ha permitido a la Compañía generar nuevas fuentes de ingresos-, más agilidad a la hora de responder a los cambios del mercado y, especialmente, el importante impulso de la cultura de la innovación dentro de la organización.

En NH Hotel Group consideramos la digitalización como una herramienta clave para ofrecer una experiencia extraordinaria, pero siempre como acompañamiento al trabajo de nuestros empleados que, orgullosos de servir, son los que realmente marcan la diferencia. Ellos son el alma de NH Hotel Group 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.



nhow London
Londres, Reino Unido

PROYECTOS DESTACADOS EN 2019

Dashboards Financieros y Operativos

Proyecto operativo para Directores Generales y Directores Regionales, destinado a lograr un proceso de generación de informes más fácil, rápido y relevante, se ha llevado a cabo gracias al gran desempeño de un equipo multidisciplinario y transversal. Con él se garantiza la visibilidad de los principales KPI y la situación de la Compañía de una forma visual e inmediata, lo que permite un análisis rápido y eficiente de los datos, para tomar decisiones fiables. Los informes se envían por email, posibilitando una gestión mucho más eficiente y rápida.

Inteligencia Artificial

Este proyecto, desarrollado en la Central de Reservas de NH Hotel Group, utiliza la Inteligencia Artificial y la interpretación del lenguaje natural de los clientes para tramitar de forma eficiente los emails que se reciben para la gestión de reservas y cotizaciones.

Cada agente recibe de forma inmediata la información precisa, distribuida en función del idioma, tipología de cliente, lo que permite realizar una gestión individualizada y más correcta de cada una de las reservas.

Housekeeping Mobility

NH Hotel Group ha creado una aplicación para "Housekeeping" que permite optimizar el proceso de check-in de los clientes. 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, y una mejora en la percepción del mismo.

En 2019, los equipos de limpieza de NH Schiphol, NH Collection Paseo del Prado, NH Nacional y NH Podium ya han empezado a trabajar con esta aplicación y todos están de acuerdo: ¡hace su trabajo mucho más fácil!



Robotics

NH Hotel Group aplica la tecnología de la robótica en diferentes áreas de la Compañía, para automatizar procesos de escaso valor añadido (gestión y validación de reservas, cotizaciones, etc.), permitiendo mejorar la productividad y los tiempos de respuesta a nuestros clientes.

También se está aplicando esta tecnología para optimizar procesos básicos de las recepciones, automatizando tareas repetitivas que permiten dedicar un mayor tiempo al cliente y mejorando su experiencia.

Formulario de Registro

La digitalización de los procesos es una prioridad para NH Hotel Group. En 2019, se ha realizado un proyecto de digitalización para formularios de registro de huéspedes que simplifica el proceso. Se pasa de tres documentos (tarjeta de bienvenida, formulario de registro firmado y el folleto NH Rewards) a un solo documento de registro que cumple con los requisitos legales de todos los países y presenta un diseño nuevo y atractivo que permite la personalización por marca.

Se trata de una manera sencilla de agilizar el proceso de registro y su automatización, y permite al empleado ofrecer una mejor atención y experiencia al cliente.

GOBIERNO CORPORATIVO Y COMPROMISO ÉTICO

NH Palazzo Moscova
Milán, Italia



ESTRUCTURA ACCIONARIAL

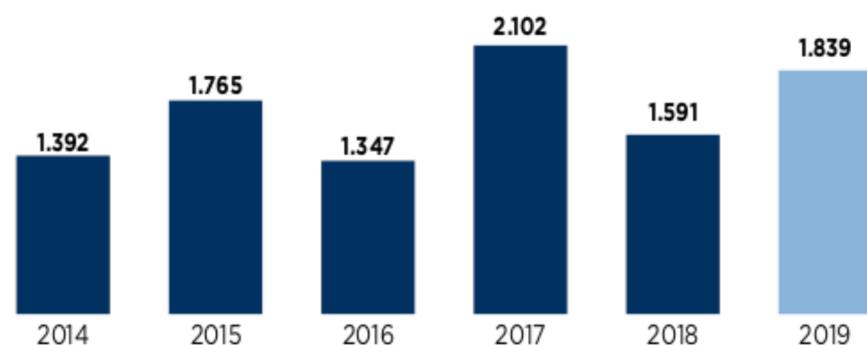
Al cierre del ejercicio 2019 el capital social de NH Hotel Group, S.A. ha sido de 784.360.486€ y ha estado representado por 392.180.243 acciones al portador de 2€ de valor nominal cada una, íntegramente suscritas y desembolsadas.

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:

	2018	2019
Minor International Public Company Limited ("MINT")*	94,13%	94,13%

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

CAPITALIZACIÓN AL CIERRE DE CADA EJERCICIO (en millones de euros)



RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

A lo largo de 2019, 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 2019

Entidades que realizan análisis de NH en el año 2019	13
Consultas atendidas de accionistas e inversores	20
Reuniones individuales de accionistas e inversores	40
Informes de seguimiento de los analistas	55

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.

Como empresa cotizada, NH Hotel Group publica los resultados trimestrales al mercado. En estas publicaciones trimestrales se realiza adicionalmente una llamada / conferencia con el mercado, con una asistencia media de 25 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.



NH Coatzacoalcos
Coatzacoalcos, México

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 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 y 47 de los Estatutos y artículos 5 y 25 del Reglamento del Consejo. El Consejo de Administración desarrollará sus funciones de conformidad con el interés social, entendido como el interés de la Compañía; y en este sentido actuará 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.

Cambios en la normativa interna del Consejo

En el ejercicio 2019, la Junta General de Accionistas de NH Hotel Group, celebrada el 13 de mayo de 2019 ha aprobado una modificación en sus Estatutos Sociales que afectan al decálogo de funciones del Consejo de Administración, incorporando en el artículo 33.2. de los Estatutos Sociales un nuevo subapartado v), a fin de reflejar fielmente el decálogo de facultades del Consejo de Administración recogido en los artículos 249 bis y 529 ter Ley Sociedades de Capital ("LSC"), tras su modificación por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, por la que se modifica el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad".

Comisiones de control del Consejo

Durante el ejercicio 2019, el Consejo de Administración de NH Hotel Group cuenta con las siguientes comisiones de control:

- **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 regulada, velando por la independencia y eficacia de la función de auditoría interna y del auditor externo.
- **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 la Política y el Plan de Responsabilidad Social Corporativa, proponiendo al Consejo los Informes y Memorias que fueran necesarias.



NH Collection Köln Mediapark
Colonia, Alemania



En cuanto a la Comisión Delegada, el 7 de febrero de 2019 el Consejo aprobó asumir todas las funciones que le eran propias, por lo que la Comisión Delegada cesó en sus actividades.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
A 31 de diciembre de 2019

NOMBRE	CARGO	CATEGORÍA
D. Alfredo Fernández Agras	Presidente	Independiente
D. Ramón Aragonés Marín	Consejero Delegado	Ejecutivo
D. Stephen Andrew Chojnacki	Consejero	Dominical
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Consejero	Independiente
D. Kosin Chantikul	Consejero	Dominical
D. William Ellwood Heinecke	Consejero	Dominical
D. Emmanuel Jude Dillipraj Rajakarier	Consejero	Dominical
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Consejero	Independiente
D ^a . Beatriz Puente Ferreras	Consejera	Ejecutiva
D. Carlos Ulecia Palacios	No Consejero	Secretario

Durante el ejercicio 2019 se produjeron ciertos cambios en la composición del Consejo. La composición actual es el resultado, tanto de las dimisiones por motivos profesionales de los Consejeros Independientes D^a. María Greca, D. José María Sagardoy y D. Paul Johnson presentadas en fecha 10 de abril de 2019, como los nombramientos de D. Kosin Chantikul como Consejero Dominical y D^a Beatriz Puente Ferreras en calidad de Consejera Ejecutiva, previo Informe favorable de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones nombrados ambos por cooptación por el Consejo de fecha 10 de abril de 2019, posteriormente ratificados por la Junta General de 13 de mayo de 2019.

Desde el 31 de diciembre de 2019 hasta la fecha de formulación del presente Informe, no ha habido cambios en la composición del Consejo.

COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CONTROL
A 31 de diciembre de 2019

NOMBRE	CARGO	CATEGORÍA
D. Fernando Lacadena Azpeitia	Presidente	Independiente
D. Stephen Andrew Chojnacki	Vocal	Dominical
D. José María Cantero de Montes-Jovellar	Vocal	Independiente
D. Carlos Ulecia Palacios	No miembro	Secretario

Durante el ejercicio 2019 se han producido algunos cambios en la composición de la Comisión de Auditoría y Control, motivados por los nombramientos de D. Stephen Andrew Chojnacki (el 7 de febrero de 2019), sustituyendo a D. José María Sagardoy y de D. José María Cantero (10 de abril de 2019) sustituyendo a D^a. María Greca.

COMPOSICIÓN DE LA COMISIÓN DE NOMBRAMIENTOS, RETRIBUCIONES Y GOBIERNO CORPORATIVO
A 31 de diciembre de 2019

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	No miembro	Secretario

Durante el ejercicio 2019 se han realizado varias modificaciones en la composición de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo de NH Hotel Group. El 7 de febrero de 2019 se nombra a D. Stephen Chojnacki, miembro de la Comisión y el 10 de abril de 2019, se designa Presidente de la Comisión a D. José María Cantero, sustituyendo a D. José María Sagardoy, nombrando asimismo Vocal a D. Alfredo Fernández Agras.

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 25 de febrero de 2016 el Consejo de Administración aprobó, previo Informe favorable de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo una Política de Selección de Consejeros, 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 menosprecio 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, hasta que se alcance el objetivo del 30% en el año 2020.

Para la consecución del mencionado objetivo, la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo velará para 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:

- 1. Mr. Ramón Aragonés Marín**
Chief Executive Officer
- 2. Mr. Fernando Córdova Moreno**
Chief People Officer
- 3. Ms. Laia Lahoz Malpartida**
Chief Assets & Development Officer
- 4. Mr. Isidoro Martínez de la Escalera Álvarez**
Chief Marketing Officer
- 5. Mr. Rufino Pérez Fernández**
Chief Operations Officer & Global Transformation Leader
- 6. Ms. Beatriz Puente Ferreras**
Executive Managing Director of Finance & Administration
- 7. Mr. Carlos Ulecia Palacios**
General Counsel
- 8. Mr. Fernando Vives Soler**
Chief Commercial Officer

REMUNERACIÓN DEL CONSEJO Y LA ALTA DIRECCIÓN

REMUNERACIÓN MEDIA DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y COMITÉ DE DIRECCIÓN DE NH HOTEL GROUP		
	2019	2018
Retribución Consejero Vocal*	Mujeres: 53.000€ Hombres: 50.500€	Mujeres: 64.000€ Hombres: 67.996€
Remuneración media Comité de Dirección**	Mujeres: 604.198€ Hombres: 569.837€	Mujeres: 488.811€ Hombres: 504.253€

* Incluye: Dietas, remuneración fija devengada y una gratificación extraordinaria que se espera sea aprobada en el consejo del 25 de febrero con devengo 2019 (importes brutos). Conviene destacar que las 2 presidencias de las Comisiones y la presidencia del Consejo, están ocupadas por Consejeros hombres. Estas son posiciones que cobran 200.000 euros en el caso del Presidente del Consejo y 90.000 euros en el caso de los Presidentes de Comisiones. Si se tomase esta comparabilidad ("Retribución Consejero Vocal mujer" respecto de "Consejero Presidente hombre") la relación sería "Mujeres: 64.000€ | Hombres: 101.747€" para el ejercicio 2018, y "Mujeres: 53.000€ | Hombres: 128.844€" para el ejercicio 2019.

** Incluye: Salario Fijo, bonus cobrado, ILP, vehículo, seguro médico, seguro de vida y seguro de accidentes. Todos los importes devengados en 2019 (importes brutos).

La remuneración de los Consejeros Ejecutivos se incluye en las cuantías del Comité de Dirección puesto que sus funciones como meros consejeros no están retribuidas. El cambio en las remuneraciones medias del Comité de Dirección respecto a 2018 viene explicado por un mayor aumento en la retribución anual de las mujeres respecto a los hombres miembros del comité.

Más información sobre las políticas de retribuciones del Consejo de Administración disponible en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2019.



NH Nice
Niza, Francia

SISTEMA DE CUMPLIMIENTO

NH Hotel Group continúa impulsando la función de cumplimiento, con enfoque en las siguientes temáticas clave:

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. Se desarrolla más información sobre el Código de Conducta en el apartado “Ética y Conducta” del presente Informe.

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.

Reglamento Interno de Conducta

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

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.

COMITÉ DE CUMPLIMIENTO

Constituido en 2014, el Comité de Cumplimiento está formado por miembros del Comité de Dirección y por altos directivos. Este órgano tiene la facultad de supervisar el cumplimiento de las áreas clave del Sistema de Cumplimiento: el Reglamento Interno de Conducta, el Procedimiento de Conflictos de Interés, el Código de Conducta y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo.

El Comité de Cumplimiento supervisa la gestión realizada por la Oficina de Cumplimiento, y tiene potestad para imponer medidas disciplinarias a los empleados en las materias que competan a su alcance.

Durante el ejercicio 2019, 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 Comité de Cumplimiento y es la encargada de la difusión y supervisión del cumplimiento del Código de Conducta y de la elaboración del Modelo de Prevención de Riesgos Penales, así como de gestionar las consultas del Código de Conducta.

Por su parte, el responsable de Auditoría Interna es el encargado de gestionar el Canal confidencial 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.

Durante 2019 se ha informado de 45 presuntos incumplimientos del Código de Conducta, una disminución del 17% con respecto a 2018; habiéndose ejecutado las medidas disciplinarias pertinentes y habiéndose dado respuesta a la totalidad de las 32 consultas.



NUEVAS POLÍTICAS APROBADAS EN 2019

En 2019 el Consejo de Administración de NH Hotel Group ha aprobado, previo informe favorable de la Comisión de Auditoría y Control, la actualización de la Política de Antifraude y Corrupción, así como la 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, tanto de NH Hotel Group, como de su grupo.

La aprobación de dichas Políticas ha sido debidamente comunicada a todos los empleados, habiéndose lanzado las correspondientes formaciones online a fin de garantizar su comprensión y consecuente cumplimiento.

Política antifraude y corrupción

Aprobada en 2019, actualiza la Política anticorrupción de 2018 para incluir específicamente los principios de lucha contra el fraude. A partir de la tolerancia cero de NH Hotel Group con el fraude y la corrupción, establece las pautas principales para la detección y prevención de comportamientos fraudulentos, con un enfoque especial en la prohibición de cualquier tipo de soborno. Se puede consultar en el apartado "Gobierno Corporativo" de la web de NH Hotel Group.



Política de Prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo

Aprobada en mayo de 2019, refleja el compromiso de NH Hotel Group con la prevención del blanqueo de capitales y la financiación del terrorismo con el objetivo de detectar y prevenir que NH Hotel Group y las sociedades de su grupo puedan ser utilizados en operaciones de blanqueo o financiación del terrorismo. Su principal objetivo es el establecimiento de pautas generales que ayuden a la prevención y detección temprana de situaciones que puedan suponer un riesgo para NH Hotel Group y las sociedades de su grupo en estas materias. Se puede consultar en el apartado "Gobierno Corporativo" de la web de NH Hotel Group.



Política de Regalos

Con el fin de prevenir y detectar situaciones que puedan derivar en incumplimientos legales o que puedan suponer un impacto reputacional negativo para la Compañía, NH Hotel Group dispone de una Política de regalos corporativa, aprobada en 2018. Su objetivo es regular los regalos recibidos y entregados por empleados cuando están actuando en nombre de la Compañía.



ÉTICA Y CONDUCTA

El marco para la ética de NH Hotel Group se basa en su Código de Conducta, cuya responsabilidad de aprobación recae en el Consejo de Administración del Grupo. Su última actualización se llevó a cabo en 2015.

El Código afecta a todas las personas que trabajan en NH Hotel Group, siendo de aplicación no sólo a empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, sino también, otros grupos de interés como clientes, proveedores, competidores o accionistas, así como a las comunidades en las que NH Hotel Group opera sus hoteles.

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.

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, anti-corrupción, 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

El Código de Conducta está publicado en 6 idiomas en la página web oficial de NH Hotel Group y a disposición de todos los grupos de interés. 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.

NH Hotel Group ha habilitado un canal de denuncias que permite a empleados, directivos, miembros de los órganos de Administración, proveedores, clientes o cualquier grupo de interés, notificar de forma confidencial y sin temor a represalias cualquier incumplimiento del Código de Conducta. La dirección de correo electrónico del canal de denuncias está disponible en la web de NH Hotel Group y en la intranet y es gestionado por el Senior Vice President de Auditoría Interna.

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, 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

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 que recoge determinados controles con los que cuenta la Compañía que mitigan riesgos, tanto penales, como de la información financiera. Este sistema es auditado periódicamente.

4.411
horas de formación en
Código de Conducta

103
horas de formación en
Modelo de Prevención
de Riesgos Penales

6.374
horas de formación en
Prevención de
Blanqueo de Capitales
y Financiación del
Terrorismo

5.478
horas de formación en
Antifraude

No aplica dar la evolución de estas horas de formación con respecto a 2018, ya que se reportan en el capítulo de NH ROOM4 People: Empleados, en el apartado correspondiente a "Formación" como requerimiento de la Ley 11/2018.

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 los 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. Así se recoge en la Política de Responsabilidad Corporativa y en el Código de Conducta de la Compañía, donde se señala como objetivo liderar el compromiso del sector con la ética, la protección de los Derechos Humanos y la lucha contra los abusos y el tráfico de personas. El propio Código de Conducta de NH Hotel Group es el documento que sirve como marco de compromiso en el respeto a los Derechos Humanos de la Compañía.

Las relaciones entre todos los grupos de interés a los que aplica el Código 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.



Tivoli Carvoeiro
Carvoeiro, Portugal

Cumplimiento en materia de Derechos Humanos

Como se ha explicado anteriormente, y con el fin de garantizar el cumplimiento del Código de Conducta, el departamento de Auditoría Interna se encarga de supervisar los principios de actuación y las normas recogidas en el Código y, por tanto, es responsable de analizar cualquier irregularidad relacionada con él. Para ello, la Compañía 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 que rigen NH Hotel Group.

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.

Al igual que en 2018, durante 2019 no se ha registrado ninguna denuncia relacionada con una posible vulneración de los Derechos Humanos.

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.



NH Collection Plaza Mayor
León, España

El Grupo forma parte, asimismo, de la International Tourism Partnership (ITP) una plataforma mundial para empresas líderes del sector hotelero que comparten un compromiso común con la responsabilidad social y la sostenibilidad. Esta organización establece cuatro objetivos principales entre los que se encuentra la protección y promoción de los Derechos Humanos, una meta que suscribe y apoya NH Hotel Group.

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.

Novedades para la protección de los Derechos Humanos

En 2020, NH Hotel Group reforzará su compromiso con el respeto de los Derechos Humanos mediante la elaboración de una Política corporativa, que se aprobará a mediados de 2020 y que estará integrada en el modelo de negocio. A través de esta Política, la Compañía se comprometerá 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 y contratistas, en todos los países en los que está presente, de acuerdo con la ley vigente en cada uno de ellos.

Una vez definida la Política, NH Hotel Group trabajará en el proceso de debida diligencia del Grupo, para identificar los potenciales impactos en los Derechos Humanos en la cadena de valor. Fruto de este compromiso, se identificarán 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.



NH Collection Victoria La Habana
La Habana, Cuba

PROTECCIÓN DE DATOS

En consonancia con la implementación que comenzó en el ejercicio anterior con motivo de la entrada en vigor de la nueva normativa en materia de protección de datos, NH Hotel Group ha continuado adecuando sus sistemas de gestión y control de los datos de carácter personal al Reglamento UE 679/2018 (GDPR) y la Ley 3/2018 (LOPDGDD). 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 las diferentes políticas de privacidad, así como 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.

Igualmente, se ha creado la figura del Delegado de Protección de Datos, 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.

Finalmente, NH Hotel Group ha continuado en 2019 con el proyecto de mejora en relación con la calidad de los datos dentro de la organización.

4.053
horas de formación en
Privacidad y Protección
de Datos

No aplica dar la evolución de estas horas de formación con respecto a 2018, ya que se reportan en el capítulo de NH ROOM4 People: Empleados, en el apartado correspondiente a "Formación" como requerimiento de la Ley 11/2018.

RELACIÓN CON GOBIERNOS Y POLICY INFLUENCE

La Compañía gestiona su negocio de acuerdo a 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. En 2019 la Compañía ha recibido un total de 3.031.741€ de subvenciones públicas, de las que un 5 % corresponden a las recibidas para la formación de sus empleados.

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 apartado NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles de la presente Memoria.

GESTIÓN DE RIESGOS



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 de dicho Reglamento, 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 fiscales.

Durante las diferentes reuniones celebradas en 2019, se ha realizado un control y seguimiento de los principales riesgos de la Compañía, su evolución en los últimos años y las principales medidas de mitigación y respuesta.

Por otra parte, el Comité de Dirección de la Compañía cuenta entre sus funciones con la gestión y el control de los riesgos en función de la tolerancia al riesgo, la asignación de la titularidad de los principales riesgos, el seguimiento periódico de la evolución de los mismos, 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 Directivos, apoya al Comité de Dirección en dicha supervisión, además de promover una cultura de riesgos en la Compañía. Para ello, la Compañía dispone de un manual interno de gestión de riesgos 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 Hotel Group funciona tal y como está previsto en la Política Corporativa de Gestión de Riesgos, un tercero independiente ha revisado anualmente su funcionamiento en los dos últimos ejercicios.

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.





NH Danube City
Viena, Austria

En línea con lo anterior, NH Hotel Group sigue el modelo de las Tres Líneas de Defensa.



Adaptado de la Guía emitida por ECIIA/FERMA sobre la 8va Directiva de Derecho de Sociedades de la Unión Europea, artículo 41

- Primera línea de defensa: realizada por las funciones o Unidades de Negocio y Corporativas propietarias de los riesgos y de su gestión (Operaciones, Comercial, Marketing, etc.).
- Segunda línea de defensa: realizada por las funciones encargadas de la supervisión de los riesgos (Gestión de Riesgos, Cumplimiento, Protección de Datos, Control Interno, etc.)
- Tercera línea de defensa: realizada por la función de Auditoría Interna, que proporciona 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 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.

Además, existen una serie de políticas específicas que complementan la Política de Corporativa de Gestión de Riesgos y que se encuentran establecidas en relación con determinados riesgos:

Política de compras	Política de comisiones corporativa
Política de viajes	Política antifraude y corrupción
Política de sostenibilidad medioambiental	Política de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo
Política de seguridad de la información	Política de Responsabilidad Corporativa
Política de crédito corporativa	Política de deuda financiera
Política fiscal corporativa	Código de Conducta
Política de regalos corporativa	Reglamento Interno de Conducta (RIC)

MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS

El modelo de gestión de riesgos de NH Hotel Group se encuentra desplegado tanto en la sede corporativa del Grupo como en las Unidades de Negocio. Su objetivo es identificar 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 intereses de la Compañía.

El modelo establecido para la gestión de riesgos está basado en el marco integrado de Gestión de Riesgos Empresariales COSO IV ERM (Enterprise Risk Management), se gestiona a través de una herramienta interna y comprende un conjunto de metodologías, procedimientos y herramientas de soporte, indicadas en el siguiente flujo de información:





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 2019, la Compañía ha actualizado su Mapa de Riesgos mediante un proceso en el que 37 Altos Directivos identificaron y evaluaron los principales riesgos a los que se enfrenta la Sociedad. Éste fue aprobado en julio de 2019.

Para los principales riesgos del Mapa de Riesgos, la Comisión de Auditoría y Control recibe semestralmente un informe que detalla el funcionamiento del sistema de control y gestión de riesgos e incluye conclusiones acerca del mismo. Para ello, se incluye la medición de los indicadores clave, con información sobre si se mantienen dentro de los valores de tolerancia marcados o si es necesario un ajuste de los mismos. Además, se incluye también en el informe 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. Cada gestor de riesgos acude de forma periódica a la Comisión de Auditoría y Control a presentar las medidas de mitigación existentes o en curso para sus riesgos, estado de implantación de los planes de acción y medición de indicadores clave de acuerdo con las tolerancias establecidas.

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).

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



RIESGOS ESG

En 2019 se ha llevado a cabo un análisis específico para identificar aquellos riesgos (del total de 65 riesgos identificados en el Mapa de Riesgos de la Compañía) relacionados con criterios ESG (Environmental, Social and Governance).

Así, se ha determinado que 24 de 65 riesgos, un 36,9% del total de riesgos, tienen que ver con criterios Sociales, Medioambientales y de Gobierno Corporativo. La mayor parte de ellos se encuentra en las categorías de riesgos "Negocio" y "Estratégicos".



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.	↑	<p>Presencia en asociaciones del sector turismo.</p> <p>Presencia en comités de expertos del sector.</p> <p>Relaciones institucionales con diversos organismos.</p> <p>Presencia de personal especializado de RRHH en la negociación de convenios colectivos.</p> <p>Colaboración con consultores especializados en RRHH.</p>
Estratégicos	Canales de distribución (internos y externos) y maximización de ADR (Average Daily Rate)	<p>Las agencias de viaje online (OTAs) 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.</p> <p>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 scraping/crawling en distribución y precio.</p> <p>Por último, es necesario asegurar que los proyectos relativos a la fijación de precios no se demoren para que NH pueda maximizar el ADR (Average Daily Rate) neto. También se debe considerar la capacidad para negociar condiciones comerciales.</p>	↑	<p>Existencia de un Comité de Revenue Management.</p> <p>Análisis periódico de resultados vs presupuesto y definición de planes de acción.</p> <p>Proceso de control sobre las comisiones de intermediarios.</p> <p>Política corporativa de comisiones.</p> <p>Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar las ventas por canales directos (Hotel, Web, Central de Reservas).</p> <p>Programa de fidelización NH Rewards.</p> <p>Análisis de la competitividad de precios (paridad de precios vs agencias de viaje online ("OTAs" en inglés) y distribuidores.</p> <p>Herramientas tecnológicas para mejorar la fijación de precios y la gestión de ingresos.</p> <p>Cálculo optimizado del ADR neto empleando técnicas de Inteligencia de Negocio (Business Intelligence).</p> <p>Estrategia de diversificación de OTAs y renegociación de costes de intermediación.</p>
	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.	↑	<p>Existencia de un Comité de Expansión.</p> <p>Implementación de la Oficina de Integración con Minor International (accionista de referencia).</p> <p>Asistencia periódica a conferencias de inversión en el sector hotelero.</p> <p>Organización de encuentros periódicos con posibles inversores en desarrollo de proyectos hoteleros.</p>
	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.	↔	<p>Existencia de un proceso documentado sobre expansión (contratos de alquiler y gestión).</p> <p>Definición de un Plan Estratégico orientado a potenciar el crecimiento de la Compañía por área geográfica, tipo de contrato, marcas, segmentos, etc.</p> <p>Implementación de la Oficina de Integración con Minor International (accionista de referencia).</p>
Cumplimiento	Privacidad de datos (GDPR)	Posibles incumplimientos del Reglamento General de Protección de Datos (GDPR), 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.	↑	<p>Revisión y actualización periódica de la matriz de actividades de tratamiento de datos para cada sociedad del Grupo NH.</p> <p>Procedimientos de "privacidad desde el diseño".</p> <p>Creación de la Oficina de Protección de Datos apoyada por asesores especializados.</p> <p>Formación online de GDPR para todos los empleados.</p> <p>Existencia de una herramienta informática para comunicar posibles brechas de seguridad relacionadas con protección de datos.</p> <p>Existencia de un Plan de Recuperación de Desastres.</p>

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
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.	↓	<p>Implantación de una herramienta informática de gestión de contratos que cubre la normativa IFRS16.</p> <p>Asesoramiento especializado en nuevas normativas.</p> <p>Asistencia periódica a conferencias sobre cambios en normativas contables impartidas por asesores especializados (firmas de auditoría externa).</p> <p>Evaluación interna de los posibles impactos de las nuevas regulaciones contables.</p> <p>Cursos de formación sobre nuevas normativas contables para el personal interno correspondiente.</p>
	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.	↓	<p>Monitorización periódica del impacto del tipo de cambio de las principales monedas locales.</p> <p>Planes específicos de repatriación de caja en moneda local a moneda fuerte (p.ej. USD).</p> <p>Estrategias específicas de gestión del efecto de tipo de cambio por país (p.ej. dolarización de ingresos).</p>
	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.	↑	<p>Seguimiento periódico de las negociaciones de convenios colectivos.</p> <p>Análisis y revisión de las principales fuentes de coste operativo (limpieza de pisos, restauración, energía, agua, etc.).</p> <p>Monitorización de la correcta aplicación de la normativa IAS29 debido a la hiperinflación en Argentina.</p>
Factores externos	Cambio de ciclo económico	La contracción de la economía global podría afectar negativamente a los ingresos y a la rentabilidad de NH, así como ralentizar el crecimiento futuro de la Compañía.	↔	<p>Definición de un Plan Estratégico Comercial orientado a la diversificación y fortalecimiento de segmentos.</p> <p>Proyectos de optimización operativa y eficiencia.</p> <p>Estrategia de Reposicionamiento de Activos.</p>
	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. 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>Póliza de seguro relativa a 'interrupciones de negocio' por atentados terroristas en Europa.</p> <p>Existencia de un protocolo de comunicación en caso de crisis.</p> <p>Existencia de un Plan de Continuidad de Negocio y de un Plan de Recuperación de Desastres.</p> <p>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.</p> <p>Existencia de un Comité Ejecutivo de Riesgos.</p> <p>Política que cubre el corto plazo tras un atentado terrorista.</p> <p>Proceso documentado de Gestión de Riesgos y Seguros.</p>
	Nuevos competidores en el sector turismo	<p>El uso y la popularidad de los proveedores de economía colaborativa, por ejemplo, Airbnb. 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 para competir de manera efectiva. Incertidumbre en el comportamiento y la actitud del regulador hacia estos nuevos modelos de alojamiento.</p> <p>NH se encuentra sujeta a una intensa competición por parte de otras cadenas hoteleras, así como por operadores hoteleros especialistas o independientes.</p> <p>Grandes concentraciones de mercado debido a fusiones y adquisiciones podrían amenazar la cuota de mercado de NH.</p>	↑	<p>Presencia en asociaciones locales y/o nacionales del sector turismo.</p> <p>Presencia en comités de expertos del sector.</p> <p>Relaciones institucionales con diversos organismos.</p> <p>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.</p> <p>Iniciativas operativas orientadas a atraer familias a los alojamientos de NH.</p>

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
Sistemas	Ciberataques	<p>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.</p> <p>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.</p>	↓	<p>Póliza de seguros relativa a ciberseguridad.</p> <p>Existencia de una Política de Seguridad corporativa.</p> <p>Pruebas periódicas de intrusión para detectar vulnerabilidades en los sistemas y comunicaciones.</p> <p>Medidas de seguridad perimetral.</p> <p>Análisis periódico de malware, virus, etc.</p> <p>Campañas de concienciación en ciberseguridad.</p> <p>Formación online de ciberseguridad para todos los empleados.</p> <p>Sistema de Gestión de la Seguridad de la Información basado en estándares internacionales.</p> <p>Auditoría anual por parte de un externo del cumplimiento de la normativa PCI-DSS.</p>
	Incapacidad para estar al día en tecnología	<p>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, 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>Existencia de controles periódicos para monitorizar el rendimiento de las plataformas tecnológicas de NH.</p> <p>Análisis recurrente para garantizar que las versiones de los sistemas se mantienen actualizadas.</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, -3 a 5 o más años- aunque en algunos casos puede ocurrir que ya hayan comenzado a impactar al negocio de NH Hotel Group en la actualidad.

Por ello, durante el proceso periódico de identificación, supervisión y monitorización de riesgos, la Compañía cuenta con los mecanismos adecuados para garantizar que los riesgos emergentes y nuevos desafíos sean tomados en consideración. De forma adicional, la herramienta interna permite a los gestores de riesgos 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.

RIESGOS EMERGENTES DETECTADOS EN 2019



Riesgos tecnológicos

Ciberataques, seguridad de la información, innovación tecnológica



Riesgos relacionados con patrones sociales de comportamiento

Economía colaborativa, preferencias cambiantes de los clientes, cambios demográficos



Riesgos relacionados con el cambio climático

Desastres naturales, fenómenos meteorológicos extremos



Riesgos regulatorios

Nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), nueva legislación medioambiental



Dependencia de los intermediarios

Especialmente de agencias de viajes online (OTAs) y de los distribuidores, y sofisticación de las herramientas tecnológicas de reserva



Ciertos riesgos geopolíticos

Terrorismo, cambio de ciclo económico, inestabilidad política y, en menor medida, el Brexit



Riesgos derivados de factores externos

Pandemias, huelgas tanto internas (personal de hotel) como externas (p.ej. controladores aéreos)



NH Royal Urban 93
Bogotá, Colombia

NH ROOM 4

SUSTAINABLE BUSINESS

NH Gran Hotel Provincial
Mar del Plata, Argentina



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 2019 la Compañía ha trabajado en la elaboración del nuevo Plan Estratégico, dando continuidad al anterior, en el que uno de los pilares es NH ROOM4 Sustainable Business, siendo 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.



NH Wien Belvedere
Viena, Austria

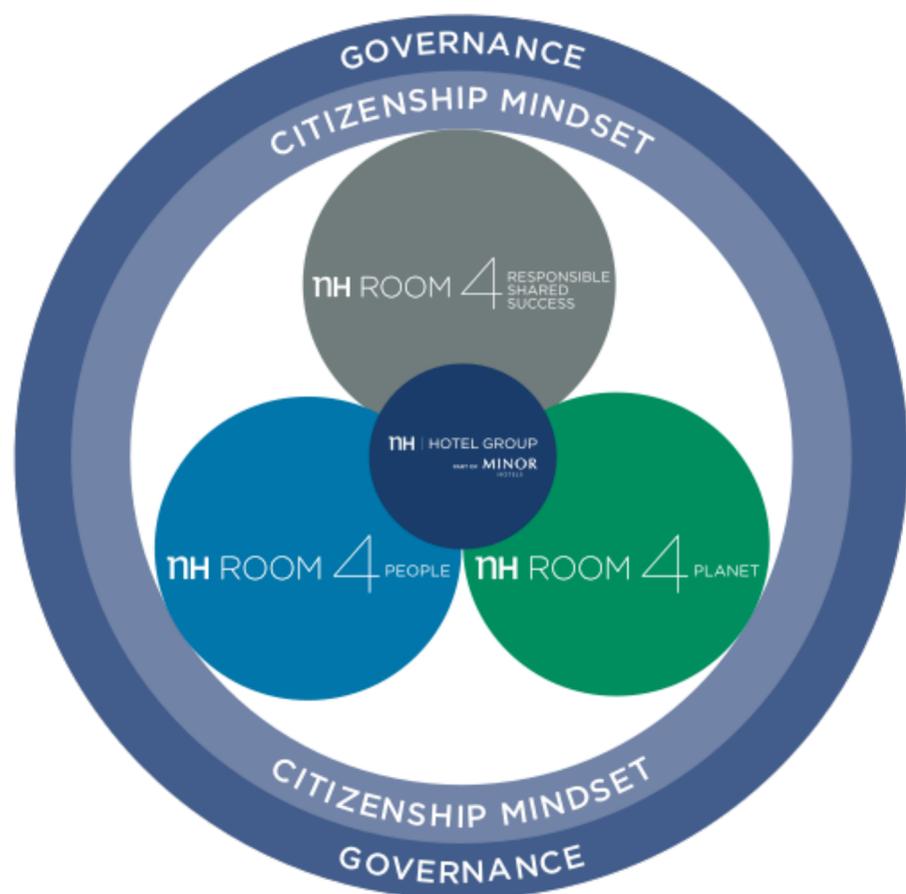


NH Santo Stefano
Turin, Italia

MODELO NH ROOM 4 SUSTAINABLE BUSINESS

Para NH hotel Group, la estrategia está basada en "Room4 a better world".

En esta línea, la gestión de la responsabilidad corporativa de la Compañía, "NH Room 4 Sustainable Business, se tracciona a través de sus tres líneas de acción: NH ROOM4 People, NH ROOM4 Planet y NH ROOM4 Responsible Shared Success:



nh ROOM 4 PEOPLE

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

nh ROOM 4 PLANET

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.

nh ROOM 4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS

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.

GOBIERNO CORPORATIVO

Gestión 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.

Gobierno corporativo & Cumplimiento

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.

CITIZENSHIP MINDSET

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.

NH ROOM 4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS

Cientes

- 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 ROOM 4 PEOPLE

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.



NH ROOM 4 PLANET

Cambio Climático

- Lucha contra el Cambio Climático como core 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 onsite, fuentes de energía renovable y optimización del agua.

Residuos y economía circular

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



nhow Marseille
Marseille, Francia

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

En 2019, NH Hotel Group ha participado por primera vez de manera voluntaria en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA) 2019 realizada por la agencia de inversión sostenible RobecoSAM. La evaluación genera un ranking mundial en desempeño sostenible de compañías de diferentes sectores.

La Compañía se ha situado en cuarta 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, resaltando dos criterios con percentil 100: estrategia fiscal y reporte ambiental.

Impulsados por esta evaluación, NH Hotel Group está llevando a cabo un plan de Acción 2020 en el que se han identificado áreas de mejora y oportunidades para reforzar el compromiso de la Compañía, de forma que consigamos que todas las acciones tengan un impacto positivo, tanto económico como social y ambiental.



PRESENCIA DE NH HOTEL GROUP EN ÍNDICES DE SOSTENIBILIDAD



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 primera vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2020, siendo la única hotelera española de entre las 325 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.



NH Hotel Group es miembro de Ethibel Sustainability Index desde el 2015. Ethibel es un índice que reúne a las empresas de diferentes sectores líderes en Responsabilidad Social Corporativa. La presencia de NH Hotel Group revela el buen desempeño de la Compañía, por encima de la media del sector, e incentiva la Inversión Socialmente Responsable (ISR) entre los inversores y fondos.



Carbon Disclosure Project reconoce el trabajo de las principales Compañías globales en la lucha contra el cambio climático. En el último informe de enero 2020, 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.

En 2019 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 2018. El proceso se ha realizado en tres fases:

IDENTIFICACIÓN

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.

Estrategia y prioridades para NH Hotel Group

- Plan estratégico 2017-2019
- Estrategia Sustainable Business
- Informe Anual y materialidad de NH Hotel Group 2018
- Estado de Información No Financiera 2018

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 International Tourism Partnership (ITP)
- SASB's Materiality Map®
- Sustainability Yearbook 2019 de RobecoSAM: cuestiones clave para el sector hotelero
- Ranking Carbon Disclosure Project (CDP) - Cambio Climático

Tendencias sociales y en sostenibilidad

Tendencias sociales y en RSC a nivel global, identificados a través del RADAR CANVAS, metodología que identifica las tendencias en reputación, sostenibilidad, ética y transparencia, haciendo hincapié en el sector turístico y hotelero.

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 2019
Governance	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crecimiento financiero sostenible 2. Buenas prácticas en Gobierno Corporativo 3. Compromiso ético y transparencia 4. Protección de los Derechos Humanos 5. Gestión de riesgos financieros, no financieros y emergentes 6. Innovación y tecnología 7. Diálogo con los grupos de interés
NH ROOM4 People	<ol style="list-style-type: none"> 8. Talento, formación y desarrollo profesional 9. Cultura de igualdad, diversidad e inclusión 10. Compromiso y participación de los empleados 11. Salud y bienestar en el trabajo 12. CVoluntariado corporativo 13. Impacto positivo en la comunidad y cultura local 14. Promoción del empleo joven
NH ROOM4 Responsible Shared Success	<ol style="list-style-type: none"> 15. Alianzas sostenibles 16. Cadena de valor responsable y local 17. Experiencias únicas para el cliente 18. Calidad del servicio y satisfacción 19. Fomento de la sostenibilidad entre los clientes
NH ROOM4 Planet	<ol style="list-style-type: none"> 20. Energía verde y eficiencia energética 21. Gestión responsable del agua 22. Lucha contra el Cambio Climático 23. Servicios sostenibles de hostelería 24. Gestión de residuos y economía circular

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.
- **Impacto en los grupos de interés.** Peso de cada tema entre los diferentes stakeholders 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 Responsabilidad Corporativa 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.

Con dicha priorización se elabora la Matriz de Materialidad para la Memoria Sustainable Business 2019, según los dos ejes de relevancia: para la actividad de NH Hotel Group y para sus grupos de interés. Todos los temas materiales identificados tienen una relevancia mayor al 40%.



● GOVERNANCE ● ROOM4 PEOPLE ● ROOM4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS ● ROOM4 PLANET

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 11 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

PILAR DE LA ESTRATEGIA SUSTAINABLE BUSINESS

nh ROOM 4 PEOPLE

ODS RELACIONADOS Y PRINCIPALES INDICADORES EN 2019



- **1,3M€** inversión en formación
- **652** cursos disponibles
- **134.651** horas de formación a empleados
- **7** horas de formación por empleado



- Presencia en el **índice Bloomberg de Igualdad de Género**
- **#48** del Top 100 Ranking **Equileap**
- **51%** del total de plantilla son mujeres
- **43%** de mujeres en puestos directivos



- **650,5M€** total pagos a proveedores
- Arrendamientos: **83,6M€**
- **56M€** en pago de impuestos
- Sueldos y salarios: **339,8M€**
- Cargas sociales: **81,5M€**
- **133M€** Inversión en la comunidad



- **344 hoteles** con modificaciones para la accesibilidad.
- **193 jóvenes en exclusión** en programas de empleabilidad

nh ROOM 4 RESPONSIBLE SHARED SUCCESS

ODS RELACIONADOS Y PRINCIPALES INDICADORES EN 2019



- Adhesión al **Pacto Mundial**
- Presencia en el Índice de Inversión Responsable **Ethibel**
- Presencia en índice **FTSE4Good**



- **157 fundaciones y ONG** con las que se ha colaborado
- **Más de 1.523 horas** en voluntariado social
- **331** proyectos sociales
- **55.410** beneficiarios
- **19.916** voluntarios

nh ROOM 4 PLANET

ODS RELACIONADOS Y PRINCIPALES INDICADORES EN 2019



- **23,1%** reducción de consumo de agua*



- El **62%** de la energía consumida anualmente proviene de fuentes de energía renovables



- **149** hoteles **certificados**
- **46 hoteles** con **puntos de recarga** instalados para coches eléctricos
- **75 hoteles** con servicio de alquiler de bicicletas



- **Política de Compras Responsables**
- **1.872 suppliers** han firmado el Código de Conducta.
- **95%** compras a proveedores locales
- **93,6%** compras a proveedores homologados



- Establecimiento de Objetivos **aprobados** por **SBTi** (Science Based Targets)
- **Eliminación** de plásticos de un solo uso
- **60,87%** reducción de huella de carbono*
- **30,9%** reducción de consumo energético*
- **6,3M€** invertidos en proyectos de eficiencia energética

*Reducción con respecto a 2007.



nh ROOM 4 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.

EXPERIENCIA NH

En la Estrategia 2017-2019, 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.

PRINCIPALES INICIATIVAS EN 2019

Mood Room

Tras su presentación en España en NH Collection Madrid Eurobuilding, Alemania tomó el relevo con nuevas habitaciones Mood Room™.

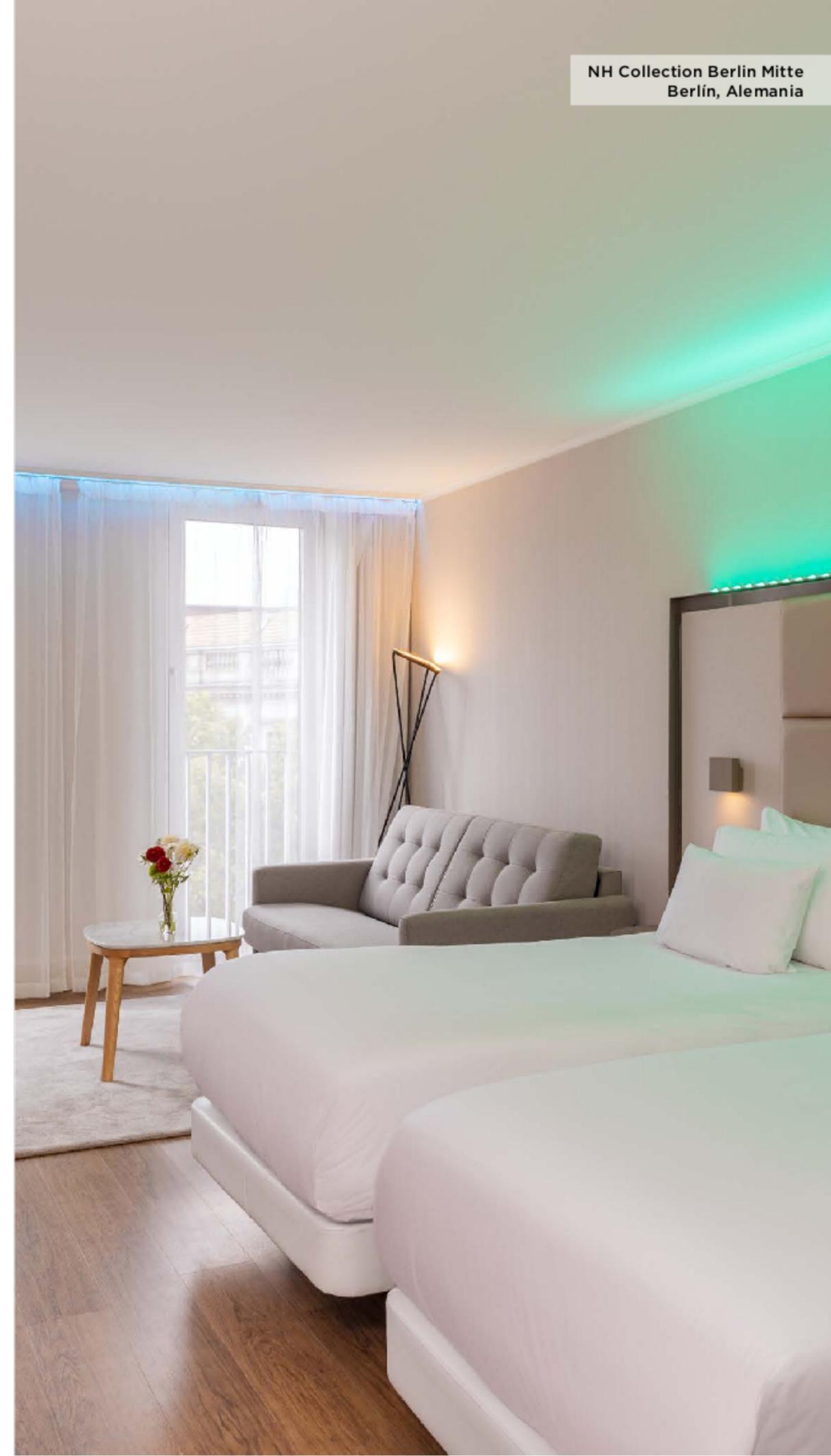
La Compañía presentó en abril de 2019 las habitaciones Mood Room™ en NH Collection Berlin Mitte (Alemania). Este concepto ha sido diseñado alrededor de tres principales parámetros: personalizar las experiencias del huésped, tecnología conectada y sostenibilidad. Desde una tablet, los huéspedes pueden regular la iluminación, la música y la temperatura de la habitación y adaptarlas a sus deseos personales. Concretamente, el cliente puede elegir entre seis ambientes principales y 19 estados de ánimo, con el objetivo de disfrutar de una experiencia tecnológica inimitable.

City Connection

City Connection es un nuevo servicio donde poder disfrutar de la ciudad sin límites. Bajo el claim "Stay in one hotel, enjoy them all", NH Hotel Group presentó City Connection en noviembre de 2019, una selección de servicios que permite a sus clientes disfrutar de ellos en cualquier NH Hotels, NH Collection, nhow, Tivoli o Avani en la ciudad en la que se encuentren, independientemente del hotel en el que estén alojados, durante el tiempo que dure su estancia.

City Connection, disponible en un total de 129 hoteles en ciudades de Europa y Latinoamérica, es un servicio pionero que supone un extra para los huéspedes, que ya no necesitan tener como base solamente el hotel donde se alojan, sino que pueden además aprovechar la excelente ubicación característica de las propiedades de NH Hotel Group para tomarse un respiro. De este modo, cuando los huéspedes realizan el check-in, reciben un pasaporte en el que se les explica qué hoteles de la Compañía tienen este servicio, dónde se encuentran y hasta cuándo pueden hacer uso de él.

Entre los servicios incluidos en la iniciativa City Connection destacan la utilización de los espacios comunes, como los lobbies, guardar el equipaje en el hotel que más les convenga, utilizar el Business Corner o disponer de un 10% de descuento en cualquier bar o restaurante del Grupo.



Otras experiencias a destacar:

FASTPASS:

Iniciativa cuyo objetivo principal ha sido ofrecer a los clientes la posibilidad de realizar transacciones fluidas como el Online Check-in y el Online Check-out. El valor añadido ha sido la inclusión de la funcionalidad "Choose your Room" en el Online Check-in, donde se le da al cliente la opción de elegir su propia habitación explorando el plan arquitectónico del hotel.

Contenido generado por usuario en Digital Signage:

Innovador proyecto destinado a enriquecer el Digital Signage de los hoteles del Grupo con contenidos generados por los huéspedes. Esta iniciativa está basada en las imágenes que los huéspedes comparten en Instagram, así nuestros clientes se sentirán más identificados con el contenido que mostramos, ya que son fotos no profesionales tomadas por otros usuarios. Este proyecto también proporcionará a las pantallas de los hoteles un contenido dinámico e interactivo, actualizado continuamente y destacado por cada territorio de la marca.

Lobbies Alive:

La forma de viajar y las necesidades de las nuevas generaciones han cambiado. La tendencia actual es crear espacios socializadores, dinámicos y multifuncionales que ofrezcan un valor experiencial a los visitantes. Por ello, NH Hotel Group ha empezado a implantar su concepto Lobbies Alive, una propuesta coherente y armónica, transformando el lobby de lugar de paso a "the place to be", con distintas áreas: una zona de descanso con chimenea para leer, una zona de ocio, una zona de trabajo equipada con business corner, ordenador e impresora; y otra zona F&B, que se abre a todo el lobby y permite poder tomar algo en cualquier área y a cualquier hora.

En 2019 se ha implantado el proyecto en NH Collection Milano Touring (Italia) y a lo largo de 2020 se irá implementando en otros hoteles como el NH Dusseldorf City (Alemania) y NH Buenos Aires 9 de Julio (Argentina), con la intención de convertir a los lobbies de estos hoteles en establecimientos de referencia en sus ciudades.





NH Collection Abascal
Madrid, España

INNOVACIÓN GASTRONÓMICA:

NH Hotel Group apuesta por la alta gastronomía y las últimas tendencias del sector, por lo que el proceso de innovación y desarrollo de estándares gastronómicos exclusivos es constante en la Compañía. Además, se implementan procesos que combinen valores locales y globales y que sirvan para enriquecer la oferta a los clientes. Algunos de estos procesos, que se han consolidado en toda la Compañía durante 2019, son:

- M&E Tempting breaks, que incluye el Healthy Corner y Sweets Corner
- Minibar, con nuevo contenido para elevar la calidad.
- Breakfast Juice Corner, con batidos saludables y zumos recién hechos a petición.
- Memorable Element, que ofrece un smoothie sorpresa cada día.
- Regional Corner en los desayunos, donde se ofrecen productos locales especiales.
- Welcome Corner, un espacio para darle la bienvenida al cliente que llega al hotel, de manera saludable y fresca.

Durante el año 2019, NH Hotel Group ha continuado renovando el servicio de desayuno, el más conocido de la Compañía, potenciando sus valores en calidez y uso de producto local. Éste incluye una gran variedad de productos y un amplio surtido –se ofrecen a diario más de 110 productos diferentes– que combina valores locales y globales. Siendo consciente de la importancia de la alimentación saludable y sostenible, la Compañía incluye en su oferta gastronómica productos sin gluten, ecológicos, bajos en azúcar y bajos en grasas trans y saturadas.

NH Hotel Group cuenta con una oferta gastronómica excepcional ofrecida por chefs galardonados con **9 estrellas Michelin:**

- **Dabiz Muñoz**, 3 estrellas Michelin con DiverXO en NH Collection Eurobuilding
- **Paco Roncero**, 2 estrellas Michelin con La Terraza del Casino
- **Chris Naylor**, 1 estrella Michelin con Vermeer en NH Collection Barbizon Palace
- **Randy Karman**, 1 estrella Michelin, con White Room en NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
- **Miguel Barrera**, (1 Estrella Michelin) chef asesor en Re Levante, NH Mindoro
- **Marcos Morán** (1 Estrella Michelin) chef asesor en Hispania Brussels, NH Collection Grand Sablon

Además, durante el año 2019 se han diseñado y desarrollado proyectos propios de restaurantes y bares en diversas localizaciones para mejorar la propuesta de valor y servicio de la Compañía, entre ellos destacan Tablafina en NH Málaga y en NH Plaza de Armas en Sevilla (que, al igual que el que está alojado en NH Nacional de Madrid, basa su propuesta gastronómica en el producto de calidad de denominación de origen y producto local, en combinación con clásicos de la cocina española); Bottles & Jars en NH Collection Barbizon Palace de Amsterdam con un concepto y oferta singulares diseñada por nuestro chef Chris Naylor, también se han incorporado en NH Collection Eindhoven Center el nuevo concepto de Vane como restaurante de alto nivel gastronómico dirigido por el chef Casimir Evens que incluye un Sky bar y lounge.

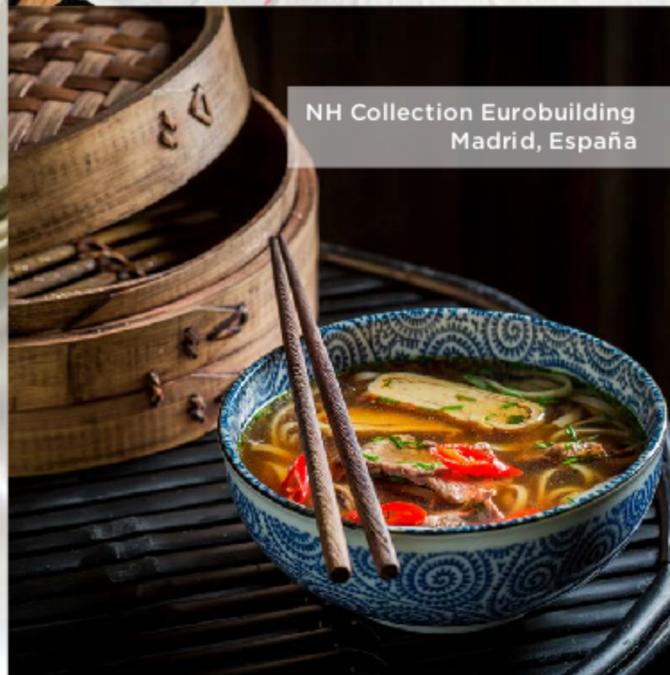
En NH Collection Madrid Colón se ha realizado la apertura de Bar Colón con un concepto de gastrobar innovador; Sonata 32 (espacio obra de Lorenzo Castillo, fresco y mediterráneo, con el chef Carlos Monsonís a la cabeza que ofrece una increíble cocina local con productos frescos durante todo el año) y Caracara by Diego Cabrera (una selección de bebidas y cócteles diseñados por el conocido mixólogo) en NH Collection Valencia Colón.



Paco Roncero, (2 Michelin Star)
NH Collection Casino de Madrid
Madrid, España



NH Collection Eurobuilding
Madrid, España



NH Collection Eurobuilding
Madrid, España



SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Con la implementación de los distintos proyectos llevados a cabo en 2019 y gracias al sistema de Gestión Integral de la Calidad de la Compañía, las ratios de calidad percibida por los clientes han subido ligeramente, manteniendo una tendencia positiva año tras año. Además, se ha incrementado el número de valoraciones registradas.

Asimismo, durante 2019 hemos seguido apostando por la figura de los “Quality influencers”, para potenciar nuestra red de embajadores de calidad NH Hotel Group, actuando como soporte de los Quality Directors en las diferentes Unidades de Negocio, que tienen el objetivo de mejorar el servicio y satisfacer las expectativas del cliente.

EVOLUCIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DE MEDICIÓN DE CALIDAD EN 2019

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 2019, destaca la creación de un módulo de alarmado automático de respuestas focalizado en valoraciones negativas que permite al director del hotel tener más agilidad y flexibilidad para responder a dichos comentarios, incrementando así el servicio de atención percibido por el cliente. También se ha traducido la herramienta al portugués debido a la expansión de la compañía en Portugal, además de numerosas mejoras técnicas y nuevas funcionalidades que mejoran la experiencia del usuario final.

Para mantener los altos niveles de exigencia de la Compañía en la calidad y satisfacción del cliente, los responsables de calidad de cada Unidad de Negocio de NH Hotel Group realizan visitas a prácticamente la totalidad de los hoteles, enfocándose primero en aquellos donde se identifican áreas de mejora, para poner en marcha las acciones correctoras necesarias. La principal herramienta para efectuar controles de calidad en los hoteles de NH Hotel Group es una app para móviles denominada Iristrace.

Además, 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 a identificar las principales áreas de mejora, tanto en servicio como en producto.

PRINCIPALES INDICADORES DE CALIDAD	2018	2019	DIF. (%)
VALORACIÓN ENCUESTA NH HOTEL GROUP (ESCALA 1 A 10)			
General	8,5	8,6	+0,1pp
Servicio	9	9,1	+0,1pp
Nº de Valoraciones Encuesta NH*	114.753	134.489	19.736
VALORACIÓN ON LINE (ESCALA 1 A 10)			
General	8,4	8,5	+0,1pp
Servicio	8,6	8,8	+0,2pp
Nº de Valoraciones Encuestas On Line	499.110	551.227	52.117

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 2019, 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 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 Customer Care.

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.

En 2019, el área de Customer Care ha gestionado un total de 13.440 contactos desde el Centro Único de Atención al Cliente (ya sean felicitaciones, peticiones, sugerencias, quejas...); lo que supone un incremento de, aproximadamente, un 12% sobre los contactos totales gestionados desde el área con respecto a 2018. Cabe destacar, que en 2019 se han registrado un 24% menos de quejas directas, aun habiéndose incrementando el número total de comunicaciones, así como del aumento de solicitudes de contacto a través de las encuestas. A la hora de gestionar las reclamaciones, éstas se resuelven mediante una carta de disculpas, la respuesta por parte del hotel u otro departamento (por ejemplo, Jurídico); y, en ocasiones, una compensación -en forma de bono descuento, carga de puntos de NH Rewards, upgrade gratuito de habitación, etc.

Además, en el área de Customer Care se ha conseguido reducir en 2019 el plazo máximo de respuesta de 72 a 48 horas en el 93% de las comunicaciones recibidas. El objetivo fijado con el que se trabaja cada día es un máximo de 24 horas. Esta reducción, junto con la interacción directa por parte de hoteles, Directores, Guest Relations y Jefes de Recepción a través de Quality Focus, ha propiciado resoluciones más rápidas y eficaces. La Compañía continúa, así, poniendo foco en el cliente y su satisfacción.

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*

	2018		2019	
RECLAMACIONES DIRECTAS (SAP)	Número	% sobre el total	Número	% sobre el total
Comentarios/Sugerencias	104	1,86%	438	6,5%
Quejas	3.401	60,95%	2.610	38,5%
Felicitaciones	72	1,29%	64	0,9%
Solicitudes	1.706	30,57%	2.985	44,0%
Reclamaciones	180	3,23%	670	9,9%
Incidencias técnicas	117	2,10%	10	0,1%
TOTAL	5.580		6.777	
CONTACTOS DE LA ENCUESTA AL CLIENTE (QUALITY FOCUS)	Número	% sobre el total	Número	% sobre el total
Comentarios/Sugerencias	412	7,3%	809	12%
Quejas	1.348	24%	1.275	19%
Felicitaciones	19	0,3%	15	0,2%
Solicitudes	51	0,9%	151	2,3%
Reclamaciones	32	0,6%	48	0,7%
Incidencias técnicas	5	0,1%	1	0,02%
Mailing - respuesta automática	3.744	67%	4.364	65%
TOTAL CONTACTADOS POR ENCUESTAS A CLIENTES	5.611		6.663	
Gm's contactados (QF)	22.821		24.907	
TOTAL CONTACTOS CUSTOMER CARE	11.191		13.440	
TOTAL QUEJAS	4.749		3.885	

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



RECLAMACIONES RECIBIDAS POR RESOLUCIÓN APORTADA EN NH HOTEL GROUP

MEDIDA DE RESOLUCIÓN	2018	2019
Carta de disculpas	2.752	2.774
Desayuno gratuito	9	5
Noche gratuita	13	5
Puntos NH Rewards	97	248
Reembolso	133	159
Upgrade gratuito	25	15
Bono de descuento	536	478
Respuesta desde departamento legal	7	4
Respuesta desde el hotel	754	722
Carta de agradecimiento	64	28
Respuesta a sugerencia/solicitud/comentarios	2.736	4.567
Otros	100	44
Ninguna*	128	18
Error**	55	35

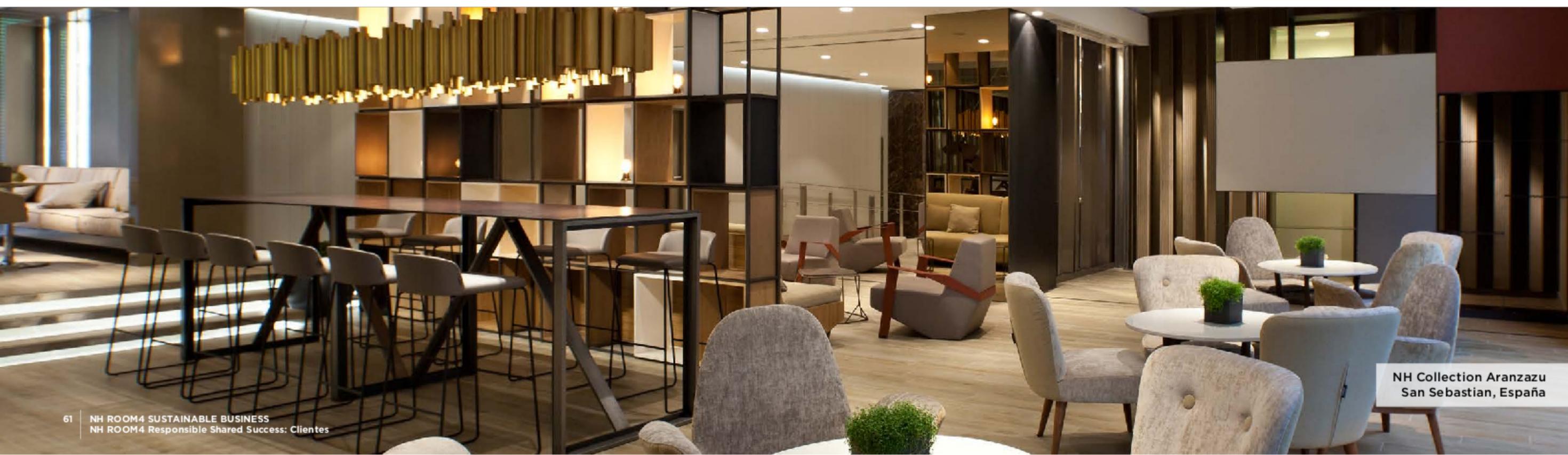
* Incidencias técnicas - resolución aportada desde IT
 ** Duplicidades

RESOLUCIÓN APORTADA POR TIPO DE GESTIÓN HOTELERA

MEDIDA DE RESOLUCIÓN	Perímetro consolidado		Perímetro corporativo***	
	2018	2019	2018	2019
Carta de disculpas	2.752	2.458	3.583	2.774
Desayuno gratuito	9	5	9	5
Carta de agradecimiento	64	20	68	28
Puntos NH Rewards	97	210	97	248
Reembolso	133	142	133	159
Upgrade gratuito	25	14	25	15
Bono de descuento	536	395	580	478
Respuesta desde departamento legal	7	1	7	4
Respuesta desde el hotel	754	637	754	722
Respuesta a sugerencia/solicitud/comentarios	2.736	3.142	2.736	4.567
Otros	100	36	128	44
Ninguna*	128	13	130	18
Error**	55	21	36	35
Noche gratuita	13	4	13	5

* Incidencias técnicas - resolución aportada desde IT
 ** Duplicidades

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



NH Collection Aranzazu
 San Sebastian, España

IMPACTOS EN LA VISIBILIDAD Y PERCEPCIÓN DE CALIDAD

La percepción global de la calidad de la Compañía ha incrementado en 0.1pp con respecto al año pasado, cerrando 2019 con una nota global de 8,5 (nota global de Reviews on line). Estos resultados han impulsado positivamente la visibilidad de la Compañía, destacando en Google, donde se ha incrementado la nota global de Compañía de un 8,5 en 2018 a un 8,7 en 2019.

Visibilidad de hoteles NH Hotel Group en TripAdvisor y Google 2014-2019



Respecto a las marcas de NH Hotel Group, NH Collection sigue afianzando su éxito en términos de valoración de clientes, percepción de calidad y visibilidad. Los hoteles de esta marca también han aumentado su nota en una décima, con una nota total de 8,9*. (*Media entre cuestionarios internos de NH y valoraciones online).

NH Collection Mexico City Centro Histórico
Ciudad de Mexico, México



COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE

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 2019, se han enviado más de 120 millones de emails a clientes.

PROGRAMA NH REWARDS

NH Rewards cuenta con más de 9,5 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- canjeables por noches gratuitas o servicios extras en el hotel sin restricción de fechas. Además, NH Rewards 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 más de un tercio del total de noches de la Compañía. El incentivo de obtener puntos extra estimula a reservar en canales directos, hasta el punto de que más del 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.

La transparencia, flexibilidad y generosidad que definen la propuesta de valor de NH Rewards le hicieron ganador en 2019 de un Freddie Award, lo que supone el reconocimiento por parte de una exigente comunidad de viajeros frecuentes con uno de los galardones más prestigiosos en la industria de los programas de fidelización del sector a nivel global.



NH Parco Degli Aragonesi
Catania, Italia

CLIENTE RESPONSABLE

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

Un ejemplo de estas acciones inclusivas es el programa de donación solidaria de NH Rewards a UNICEF, por el cual los miembros donan sus puntos NH Rewards a UNICEF.

Durante 2019 se han recaudado para UNICEF a través de la donación solidaria con NH Rewards:

2.262€

ACUERDO PARA LA DONACIÓN DE ESTANCIAS A FAMILIAS DE PACIENTES CON ENFERMEDADES RARAS

El Grupo acordó la donación de noches de hotel a través de su programa de fidelización NH Rewards a los familiares de pacientes con enfermedades raras cuando estos sean ingresados o tratados médicamente en ciudades distintas a la suya.

La iniciativa se ha extendido a distintos hoteles del Grupo en once ciudades españolas, gracias al acuerdo de colaboración alcanzado entre NH Hotel Group y la Federación Española de Enfermedades Raras (FEDER).

NH Hotel Group acordó la donación a FEDER de 7.500 puntos de su programa de fidelización NH Rewards (equivalentes a entorno 100 estancias) que podrán ser canjeados por noches de hotel entre aquellos asociados que la Federación determine.

CELEBRACIÓN DE LA CUMBRE DEL CLIMA EN MADRID

En diciembre de 2019 tuvo lugar la celebración de la Cumbre del Clima en Madrid, cita imprescindible que se configura como la gran oportunidad anual para tomar medidas efectivas contra el cambio climático.

NH Hotel Group está comprometida y sensibilizada en su lucha contra el cambio climático y durante estos días, transmitió a través de un video corporativo que incluía tanto información ambiental como las acciones llevadas a cabo por la Compañía a los clientes de Madrid. El vídeo se proyectó en todos los hoteles, comunicando el compromiso que la Compañía tiene en esta crítica labor, la importancia de tener una economía baja en carbono y en conseguir modelos más eficientes energéticamente.

Además, durante la COP25 se tomaron medidas especiales para reducir el impacto ambiental. Dentro de estas medidas se incluyen servicios de vehículos compartidos, decoraciones con materiales reciclados, promoción de productos locales y fomento de la separación adecuada de los residuos, así como la supresión de todos los plásticos en la [oficina](#).

MEJORA EN LOS CANALES DIRECTOS DE VENTA

El crecimiento del negocio generado a través de la página web de NH Hotel Group desde su relanzamiento se sigue consolidando. En el 2019 mirando cualquier región, canal, segmento, marca o dominios, ninguno baja del 20% de crecimiento, apoyado por la contribución en 2018 de la marca nhow (+30%) y la región de Latinoamérica (20%). Es destacable, asimismo, el crecimiento del segmento "business to business", que alcanza el 40%.

Este crecimiento ha supuesto que un año más se supere el récord histórico en cuanto a la contribución del canal web a los ingresos de NH Hotel Group, incluso mejorando la cuota de ingresos por habitación.

COMERCIALIZACIÓN DE SERVICIOS EN OTROS CANALES

NH Hotel Group ha ayudado a la comercialización de sus productos a través de 20 sites y microsites, utilizando 15 idiomas o localizaciones idiomáticas.

Esta personalización, combinada con la aplicación sistemática de técnicas para la mejora de la conversión, con más de 350 experimentos en 12 meses, han permitido obtener mejoras de conversión web de doble dígito.

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 en el lanzamiento del servicio **FASTPASS** anteriormente mencionado.



Tivoli Carvoeiro
Carvoeiro, Portugal

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

NH Hotel Group mantiene 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).

Para ello, la Compañía 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.

Adicionalmente, en otras áreas de los hoteles, se consideran las siguientes medidas para garantizar la salud y seguridad de los clientes:

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 ventilador 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.

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.

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 (CEE) alcanzó en 2019 el 9,68%*.

*Estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group.

HOTELES CADA DÍA MÁS ACCESIBLES	PERÍMETRO CONSOLIDADO			PERÍMETRO CORPORATIVO		
	2018	2019	DIF.	2018	2019	DIF.
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	289	301	+4%	291	344	+18%
Nº de hoteles con ascensores accesibles	250	266	+6%	288	307	+7%
Nº de hoteles con parking para personas con discapacidad	207	211	+2%	242	244	+1%
Nº de hoteles con zonas comunes adaptadas para personas con discapacidad física	269	277	+3%	311	317	+2%
Nº de habitaciones adaptadas para personas con discapacidad física	1.011	828	-18%	1.104	920	-17%

NH Collection Palazzo Cinquecento
Roma, Italia



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).

Desde 2010, los diferentes departamentos de Compras de la NH Hotel Group, 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.

650,5M€
VOLUMEN DE COMPRAS ANUAL (OPEX + CAPEX)* EN 2019
12% más que en 2018

470M€
VOLUMEN DE COMPRAS ANUAL OPEX EN 2019

* Gasto e inversión, respectivamente

VOLUMEN DE COMPRAS POR UNIDAD DE NEGOCIO (OPEX + CAPEX)	2018	2019	Diferencia
Unidad de Negocio Sur de Europa*	297,6M€	348,4M€	+17%
Unidad de Negocio Norte de Europa	245,4M€	261,1M€	+6%
Unidad de Negocio América	35,3M€	41M€	+16%
TOTAL VOLUMEN DE COMPRAS	578,3M€	650,5M€	+12%

* El incremento es debido a reforma del hotel Nueva York, asignado a la Unidad de Negocio de Sur de Europa

VOLUMEN DE COMPRAS POR TIPO DE SERVICIO EN SAP	2018	2019	Variación
Alimentos y Bebidas	115,4M€	113,9M€	-1%
OSE (Gastos operativos)	360,7M€	356,6M€	-1%
CAPEX (Obras)*	102,2M€	180,1M€	+76%

* El incremento es debido a reforma con asignación a CAPEX del hotel Nueva York

- 55% OSE
- 28% CAPEX
- 17% F&B



NH Conference Centre Leeuwenhorst
Noordwijkerhout, Países Bajos

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.

Al igual que el Código de Conducta de Proveedores de Coperama, el Código de Conducta de NH Hotel Group forma parte del contrato de homologación del departamento de Compras desde 2012.

La no aceptación de estos códigos éticos, en la fase de selección de proveedores aptos para participar en las siguientes fases del concurso, es un criterio de exclusión.

Durante 2019, se han adherido al Código de Conducta de NH Hotel Group y al de Coperama un total de 374 nuevos proveedores a nivel global. De esta forma, en 2019 el número de proveedores activos con los Códigos Éticos firmados ha alcanzado un total de 1.872, frente los 1.646 del año pasado, un 14% más.

1.872

Proveedores que han firmado los
Códigos Éticos

374

Nuevos proveedores con los Códigos
Éticos firmados



SELECCIÓN DE PROVEEDORES

Para asegurar un aprovisionamiento responsable, la Compañía ha desarrollado una serie de procedimientos que refuerzan el compromiso con la cadena de suministro. Se trata de los procedimientos de gestión de proveedores, el cuestionario para la homologación de éstos (RFI), el Código de Conducta de Proveedores de Coperama y el Código de Conducta de la Compañía, ambos de aceptación obligatoria para todos los proveedores homologados.

El departamento de Compras incluye en el proceso de selección de proveedores un amplio cuestionario de homologación que evalúa automáticamente en función del compromiso de los proveedores y sus políticas. Como hito relevante en 2019, y con la finalidad de asegurar una operación responsable y conseguir relaciones a largo plazo con los proveedores, NH Hotel Group ha ampliado los criterios ESG en su proceso de compras responsables, aumentando el peso de la puntuación en las preguntas referentes a Sostenibilidad en el cuestionario de homologación y priorizando a los proveedores que cuenten con criterios sostenibles. Este cuestionario forma parte de la evaluación global para el proceso de validación. Aunque en la actualidad NH Hotel Group no realiza auditorías sociales y medioambientales a sus proveedores, trabaja de manera continua para alinear criterios ESG con la gestión sostenible de la cadena de suministro.

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 86% 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:

420M€
Volumen total perímetro
de compras

329M€
Volumen de compras
homologadas dentro del
perímetro de compras

78,3%
Compra homologada de
perímetro de compras

Información de hoteles que consolidan del área OPEX:

262M€
Volumen total de compras
de hoteles que consolidan

245,8M€
Compra homologada de
hoteles que consolidan

93,6%
Compra homologada de
hoteles que consolidan



CICLO DE VIDA DE LA HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES EN NH HOTEL GROUP

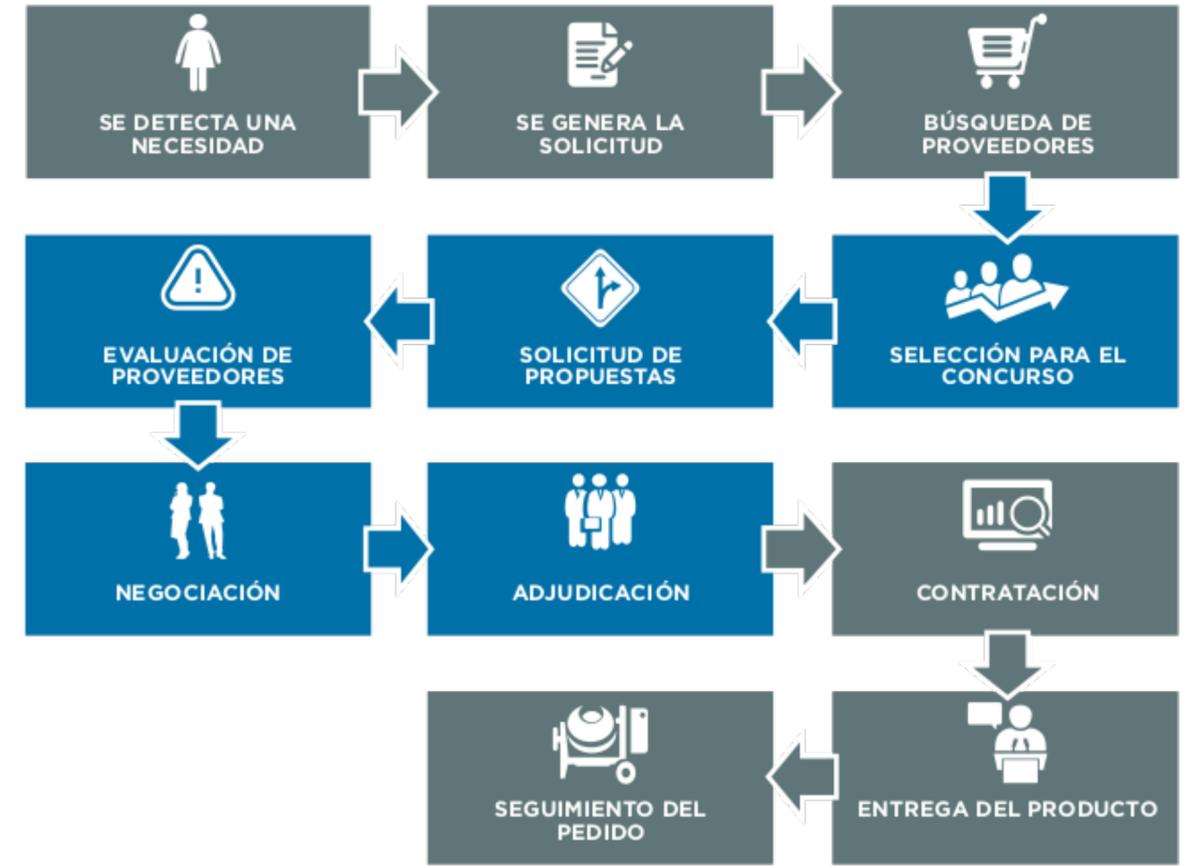
La selección de proveedores, así como la relación de trabajo con estos se basa en la transparencia, honestidad y ética con el claro objetivo de poder garantizar una excelente prestación de servicios, eficiente y de calidad. La gestión de proveedores comienza cuando se detecta una necesidad hasta que finalmente se realiza la prestación del servicio:

1,872
Proveedores homologados

Antes de comenzar el proceso de compra propiamente dicho 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.

Existen algunos criterios que, de no ser aceptados o implementados por los proveedores, resulta su expulsión del concurso de forma automática. Uno de estos criterios es, la firma tanto el Código de Conducta del Grupo como el Código de Conducta de Coperama, que fijan los compromisos medioambientales y laborales por los que se rige NH Hotel Group.

HOMOLOGACIÓN



NH Collection München Bavaria
Múnich, Alemania

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.

La cualificación del proveedor es el requisito necesario para participar en los procesos de compras y se obtiene como resultado del proceso de homologación.

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.

Nº PROVEEDORES POR UNIDAD DE NEGOCIO*	2018	2019	Diferencia
Unidad de Negocio Sur de Europa	6.066	6.670	+10%
Unidad de Negocio Norte de Europa	6.071	6.428	+6%
Unidad de Negocio América	3.200	3.365	+5%
TOTAL	15.337	16.463	+7%

* 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	2019
Volumen total de compra homologada OPEX a nivel global*	338M€
Volumen total de compra homologada CAPEX a nivel global	99M€
% DEL VOLUMEN QUE SE CONCENTRA EN LAS UNIDADES DE NEGOCIO EUROPEAS	93,70%

* Incluye homologaciones fuera del perímetro de compras

Los hoteles que consolidan poseen distintos indicadores de seguimiento para controlar las compras a proveedores homologados dentro del Perímetro de Compras. Durante 2019, se han cumplido los objetivos en todas las Unidades de Negocio:

93,6%
Compra homologada

91%
Objetivo de compra homologada en 2019

95%
del volumen de las compras en 2019 corresponde a proveedores locales*

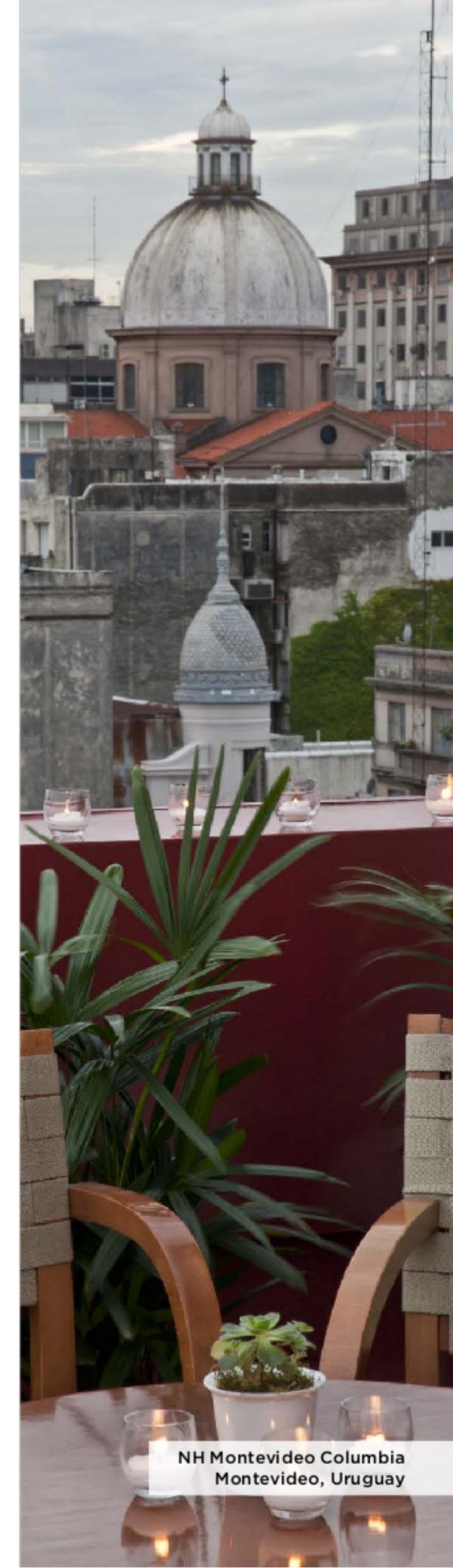
* En NH Hotel Group entendemos como proveedor local, aquel proveedor cuya central está en el mismo país en el que se encuentra su sede fiscal y como internacional cuando se encuentra en un país distinto.

15.117
Proveedores totales**

14.382
Proveedores locales

1.160
Proveedores internacionales

** 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.



NH Montevideo Columbia
Montevideo, Uruguay



GESTIÓN DE RIESGOS EN LA CADENA DE SUMINISTRO: PROVEEDORES CRÍTICOS

33%

Volumen de compra a
proveedores críticos

114

Proveedores críticos
identificados

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.

En 2020 se llevará a cabo una evaluación de riesgos en la cadena de suministro, para determinar el nivel de riesgo de los principales proveedores en relación con criterios de gobierno, medioambientales y sociales. Los aspectos que se analizarán serán los relacionados con Derechos Humanos, Seguridad y Salud, emisiones y corrupción, entre otros.

Para la gestión de las licitaciones, NH Hotel Group utiliza su Plataforma de Negociación Electrónica. Esta herramienta permite, a través de su RFI (Request for Information), evaluar y analizar la situación legal, financiera, medioambiental, 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 medioambientales y laborales.

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 RFP (Request for Proposal).

Posteriormente, 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. 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 este o directamente rescinde el contrato con el proveedor. Durante 2019 no se ha dado este caso en ninguna de las Unidades de Negocio.

Para llevar a cabo su gestión, NH Hotel Group tiene identificados a sus proveedores críticos como aquellos que puedan afectar a la Compañía por tener un volumen significativo de facturación o por disponer de productos especialmente diseñados para la Compañía o por tener un impacto a nivel reputacional.

A lo largo de 2020 se enviarán Cuestionarios de Autoevaluación para aquellos proveedores más importantes y críticos.



NH Collection Salzburg
Salzburgo, Austria

NH ROOM 4 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 (partes interesadas o stakeholders) 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, 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 • Mail para reclamaciones, quejas y sugerencias
Empleados	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet • Encuestas de satisfacción • Intranet • Comunicación interna: Newsletters, charlas Town Hall • App Empleados • 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 • 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.

La Compañía forma parte de organizaciones clave, con las que colabora activamente a través de la elaboración de informes y a las que se destinan recursos que permitan una mejora continua, compartiendo experiencias, conocimiento y potenciando la influencia de la Compañía. Por su relevancia, destaca la adhesión de NH Hotel Group al Pacto Mundial de Naciones Unidas y a la International Tourism Partnership (ITP).

PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS (GLOBAL COMPACT)



United Nations
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.

INTERNATIONAL TOURISM PARTNERSHIP (ITP)



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 y trabajo conjunto 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.

CONTRIBUCIONES A ASOCIACIONES DESTACADAS EN 2019

La Compañía forma parte de diferentes asociaciones para estar informada en todo momento y conseguir los objetivos marcados.

Como contribución relevante en 2019 de NH Hotel Group, se ha diferenciado en la tabla el pago a asociaciones involucradas con el medio ambiente, en línea con la estrategia marcada por la Compañía para continuar avanzando en la lucha contra el cambio climático y hacia una economía baja en carbono.

Asimismo, se ha publicado la contribución a ITP, como asociación sectorial de nuestro sector y la publicación de las fundaciones y asociaciones sin ánimo de lucro con las que NH Hotel Group ha colaborado.

ORGANIZACIÓN	CONTRIBUCIÓN EN 2019 (€)
Asociaciones sectoriales	582.384€
Fundaciones o asociaciones sin ánimo de lucro	20.655€
Cámaras de comercio	38.448€
Asociaciones culturales	31.762€
Asociaciones relacionadas con el medio ambiente	72.405€
TOTAL	745.653€

Durante el ejercicio 2019, NH Hotel Group realizó una aportación total de 745.653€, distribuidos entre más de 200 asociaciones sectoriales, culturales, sociales, relacionadas con el medio ambiente, y cámaras de comercio.

NH ROOM 4 PEOPLE

EMPLEADOS

NH Hotel Group cuida de sus empleados y busca su compromiso e involucración con la Responsabilidad Corporativa de la Compañía, de modo que esté integrada 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 el motor de la Compañía, de esta manera se entiende que para construir una cultura corporativa de liderazgo es imprescindible gestionar la atracción, desarrollo y retención de talento.

NH Hotel Group apuesta por la formación y el desarrollo de los empleados para contar siempre con los mejores profesionales para que los clientes sigan confiando en el servicio de calidad que se ofrece en los hoteles del Grupo. El desarrollo profesional de cada empleado se lleva a cabo mediante una formación multidisciplinar; continua y programas de gestión del desempeño y de talento.

Bajo la premisa "nuestras creencias compartidas y, en consecuencia, nuestros comportamientos, definen lo que somos", NH Hotel Group ha establecido las bases de su cultura interna con la finalidad de ayudar a lograr los objetivos del Plan Estratégico, promoviendo un cambio hacia un modelo de liderazgo.

Esta cultura proporciona los fundamentos y el respaldo para adaptarse a las actuales necesidades del mercado, que exigen prestar importancia al cliente y una transformación tecnológica siempre con las bases de la Responsabilidad Corporativa para garantizar la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Además, la capacidad de generar y potenciar el empleo local nos ha permitido convertirnos en una Compañía que contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades en las que desarrolla su actividad.



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

ESTRATEGIA DE PEOPLE

Durante 2019, se han consolidado las políticas y proyectos clave de la estrategia completando la implementación del Plan Estratégico de RRHH de la Compañía y sentando la base para el lanzamiento de las iniciativas estratégicas que se agrupan en los 3 pilares principales: Liderazgo global y Gestión del talento, Máximo rendimiento y Mejor Lugar para Trabajar. Mucho de ello impulsado por medidas tecnológicas, para aprovechar las oportunidades de ser más eficientes y evolucionar el entorno de trabajo hacia uno más ágil y más conectado. Esta evolución será una parte transversal a los pilares de la estrategia de People en los próximos años.

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 diferencie, 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.

En esta línea, el equipo de Recursos Humanos ha continuado consolidando las líneas de trabajo estratégicas que tenía marcadas en el Plan Estratégico y preparando el lanzamiento de nuevas iniciativas:

LÍNEAS DE TRABAJO ESTRATÉGICAS DE RECURSOS HUMANOS EN 2019

- Evolucionar al equipo directivo como modelo unido e integrado para la toma de decisiones y hacia una forma de trabajar más ágil y más conectada.
- Consolidar la gestión de talento con especial foco en la consecución de los Planes de Desarrollo y Sucesión de posiciones clave.
- Continuar la mejora y estandarización de programas para preparar futuros líderes.
- Apoyo a la mejora y optimización del rol de managers en la gestión de equipos.
- Diseño de programas de reconocimiento y políticas de compensación para empleados con mayor rendimiento en hoteles y CCSS.
- Refuerzo de compromiso interno con campañas de comunicación e implementación del New Way of Working a nivel local y global, así como de campañas que acompañan la integración y gestión del cambio.
- Seguir trabajando en reforzar el nivel de compromiso en la organización dando seguimiento a la conformación e implementación de planes con base a resultados de la encuesta global de compromiso.
- Seguir desarrollando e impulsando nuestra estrategia de Employer Branding para llevarla a su customización local.
- Ser partner para brindar servicio y asesoría en los procesos identificados de integración con Minor.

Además, en 2019, se han liderado o co-liderado proyectos estratégicos transversales con los Departamentos de Operaciones y Finanzas, que garantizan la calidad de los datos de RRHH, la finalización del modelo operativo y la profesionalización de los procesos de presupuestación. La Compañía da seguimiento a las líneas de trabajo marcadas por el antiguo Plan, reforzando los tres pilares de actuación donde se fundan los esfuerzos para mejorar la competitividad, la evolución y el desempeño de la organización.

A continuación, se muestran los empleados de NH Hotel Group por Unidad de Negocio:

EMPLEADOS POR UNIDAD DE NEGOCIO*	2018	2019	Variación (%)
Oficinas Centrales y CRO	475	508	+7,0
Unidad de Negocio Norte Europa	5.088	5.141	+1,0
Unidad de Negocio Sur de Europa	5.635	5.199	-7,7
Unidad de Negocio América	2.304	2.257	-2,0
TOTAL	13.502	13.105	-2,9

* 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.

Con respecto al año anterior, ha habido un ligero descenso de la plantilla en la Unidad de Negocio de América, y uno más significativo en la Unidad de Negocio del Sur de Europa, en parte motivado por la salida de los hoteles Hesperia a finales del 2018. El crecimiento de empleados se ha dado principalmente en las oficinas Corporativas, y ligeramente en la Unidad de Negocio del Norte de Europa.



nhow Marseille
Marsella, Francia

NUESTRO CAPITAL HUMANO

A cierre de 2019, NH Hotel Group tenía 11.464 empleados, ubicados en 20 países, donde el 51% son mujeres y el 49% hombres.

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR PAÍS:

EMPLEADOS POR PAÍS*	PERÍMETRO CONSOLIDADO		DIF.	PERÍMETRO CORPORATIVO		DIF.
	2018	2019		2018	2019	
Argentina	353	361	2%	436	444	2%
Austria	272	284	4%	272	284	4%
Bélgica	596	614	3%	595	614	3%
Chile	182	172	-5%	184	194	5%
Colombia	665	523	-21%	665	523	-22%
Suiza	91	66	-27%	118	87	-27%
República Checa	-	-	-	201	195	-3%
Alemania	1.991	2.027	2%	1.990	2.027	2%
Ecuador	63	60	-5%	62	60	-5%
España	3.252	3.462	6%	4.752	3.596	-24%
Francia	111	132	19%	111	132	19%
Hungría	33	34	3%	33	34	3%
Italia	1.193	1.232	3%	1.195	1.233	3%
Luxemburgo	47	45	-4%	46	45	-2%
México	510	588	15%	917	1.005	9%
Holanda	1.450	1.449	0%	1.690	1.692	0%
Portugal**	39	311	697%	39	738	1.792%
Rumanía	32	35	9%	59	67	12%
Eslovaquia	-	-	-	51	62	20%
Gran Bretaña	28	30	7%	28	34	18%
USA	12	8	-33%	12	8	-33%
Uruguay	36	31	-14%	36	31	-14%
Total	10.956	11.464	5%	13.502	13.105	-3%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

** El incremento de empleados de Portugal es debido a la integración de la gestión Minor Portugal en NH Hotel Group.

*** La disminución del número de empleados en EE.UU se debe al cierre temporal del hotel por obras de renovación.

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR GÉNERO*

Nº DE EMPLEADOS DESGLOSADOS POR GÉNERO	PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CORPORATIVO		DIF	
	2018	2019	2018	2019	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
Mujeres	5.573	5.852	6.898	6.676	5%	-5%
Hombres	5.383	5.612	6.605	6.429	4%	-3%
TOTAL	10.956	11.464	13.502	13.105	5%	-4%

*Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

DESGLOSE DE EMPLEADOS EDAD*

DESGLOSE DE EMPLEADOS EDAD*	PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CORPORATIVO		DIF	
	2018	2019	2018	2019	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
Menores de 25 años	1.218	1.249	1.461	1.471	3%	1%
Entre 25 y 40 años	5.013	5.152	6.125	5.932	3%	-3%
Mayores de 40 años	4.699	5.023	5.881	5.655	7%	-4%
TOTAL**	10.930	11.424	13.467	13.058	5%	-3%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

** Menos de un 1% sin datos de edad

DESGLOSE DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL:

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

- Top Management:
 - SSCC/Oficinas Corporativas: Chief Officer, Senior Vicepresident, Vicepresident, 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.

EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL*

CONSOLIDATED PERIMETER	2018			2019			DIF
	HOTEL	SERVICIOS CENTRALES	TOTAL	HOTEL	SERVICIOS CENTRALES	TOTAL	
Top Management	296	90	386	296	93	389	1%
Middle Management	1.374	398	1.772	1.429	440	1.869	5%
Staff	7.719	1.079	8.798	8.114	1.092	9.206	5%
TOTAL	9.389	1.567	10.956	9.839	1.625	11.464	5%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

PERÍMETRO CORPORATIVO	2018			2019			DIF
	HOTEL	SERVICIOS CENTRALES	TOTAL	HOTEL	SERVICIOS CENTRALES	TOTAL	
Top Management	350	90	440	327	93	420	13%
Middle Management	1.650	397	2.047	1.596	440	2.036	27%
Staff	9.936	1.079	11.015	9.557	1.092	10.650	67%
TOTAL	11.936	1.566	13.502	11.480	1.625	13.106	57%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

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 2019, el 79% del promedio de los contratos de mujeres para los centros de perímetro consolidado son indefinidos. Además, el 79% del promedio de los empleados entre 25 y 40 años tienen contrato indefinido.

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATOS*

PERÍMETRO CONSOLIDADO	2018	2019	VARIACIÓN
Contratos temporales	3.199	2.476	-23%
Contratos indefinidos	9.855	9.532	-3%
TOTAL	13.054	12.008	-8%
Contratos a tiempo parcial	1.361	1.291	-5%
<i>Contratos parciales indefinidos</i>	903	890	-1%
<i>Contratos parciales temporales</i>	458	401	-12%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATO POR GÉNERO*

PERÍMETRO CONSOLIDADO	2018		2019		VARIACIÓN	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Promedio anual contratos temporales	1.650	1.549	1.297	1.179	-21%	-24%
Promedio anual contratos indefinidos	5.079	4.776	4.961	4.570	-2%	-4%
TOTAL	6.729	6.325	6.258	5.749	-7%	-9%
Promedio anual contratos a tiempo parcial	960	401	912	378	-5%	-6%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATO POR EDAD**

PERÍMETRO CONSOLIDADO*	2018			2019		
	MENORES DE 25 AÑOS	ENTRE 25 Y 40 AÑOS	MÁS DE 40 AÑOS	MENORES DE 25 AÑOS	ENTRE 25 Y 40 AÑOS	MÁS DE 40 AÑOS
Promedio anual contratos temporales	1.100	1.470	618	850	1.087	533
Promedio anual contratos indefinidos	521	4.476	4.814	493	4.183	4.810
TOTAL	1.621	5.946	5.432	1.343	5.270	5.343
Promedio anual contratos a tiempo parcial	184	510	656	146	421	706

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)
 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.

** Menos de un 1% sin datos de edad.

PROMEDIO ANUAL DE MODALIDADES DE CONTRATO PROFESIONAL POR CATEGORÍA*

PERÍMETRO CONSOLIDADO	2018			2019		
	TOP MANA-GEMENT	MIDDLE MA-NAGEMENT	STAFF	TOP MANA-GEMENT	MIDDLE MA-NAGEMENT	STAFF
Promedio anual contratos temporales	19	135	3.045	5	107	2.364
Promedio anual contratos indefinidos	460	1.768	7.627	380	1.773	7.379
TOTAL	479	1.903	10.672	385	1.880	9.743
Promedio anual contratos a tiempo parcial	9	75	1.277	10	66	1.215

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)
 Los contratos parciales son un tipo de contrato tanto para la modalidad contractual temporal como indefinida.
 Los empleados jubilados a tiempo parcial están incluidos en la modalidad de contratos temporales

Nº DE CONTRATOS Y SU DESGLOSE POR TIPOLOGÍA DE JORNADA*

Nº DE CONTRATOS

PERÍMETRO CONSOLIDADO**	2018			2019			DIFFERENCE	
	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA	TOTAL	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA	TOTAL	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA
Contratos indefinidos	606	8.115	8.721	663	8.682	9.345	9%	7%
Contratos temporales	138	2.098	2.236	171	1.755	1.926	24%	-16%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler).

** 2% de empleados sin dato de contrato.

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

Los empleados jubilados a tiempo parcial están incluidos en la modalidad de contratos temporales.

Nº DE CONTRATOS

PERÍMETRO CORPORATIVO**	2018			2019			DIFFERENCE	
	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA	TOTAL	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA	TOTAL	JORNADA PARCIAL	JORNADA COMPLETA
Contratos indefinidos	670	9.932	10.602	714	9.850	10.564	7%	-1%
Contratos temporales	210	2.690	2.900	226	2.102	2.328	8%	-22%

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler).

** 2% de empleados sin dato de contrato.

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

Los empleados jubilados a tiempo parcial están incluidos en la modalidad de contratos temporales.



NH Hamburg Altona
Hamburgo, Alemania

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 en esta era 3.0. 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 11.464 empleados de la Compañía en 2019 son de 139 nacionalidades distintas. De éstos, un 18% % trabajan en otros países diferentes al de su origen. Además, el 51% del total de la plantilla son mujeres, quienes ocupan un 43 % del total de puestos directivos.

139
nacionalidades
distintas

18%
trabajan en otros
países diferentes al
de origen

51%
de la plantilla son
mujeres

43%
mujeres en puestos
directivos

En cuanto a edad, en 2019, el porcentaje de empleados con edades entre los 25 y los 40 años ha alcanzado el 45 %, mientras que el de menores de 25 años se ha situado en el 11 % y el de mayores de 40 años en el 44 %.

Además, en 2019 se encuentran en plantilla 114 empleados con discapacidad, que representan un 1% 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 (CEE) como proveedores de servicios de lavandería. La cuota alcanzada por las compras a Centros Especiales de Empleo alcanzó en 2019 el 9,68%*.

* Estimada respecto a la plantilla de España, junto a los empleados del CEE asumibles a las compras de NH Hotel Group.

Igualdad y diversidad	2018*	2019**
Plantilla Media	13.502	13.105
Contratos indefinidos	78,5%	79%
Rotación media	29,5%	23%
Inmigrantes	16,4%	18%
Mujeres en plantilla	51,1%	51%
Mujeres directivas	42,5%	43,2%
Menores de 25 años***	10,8%	11,3%
Entre 25 y 40 años***	45,5%	45,4%
Mayores de 40 años***	43,7%	43,3%

* Los datos publicados son diferentes a los publicados en 2018 por un cambio en el criterio de cálculo. Se han recalculado para poder aportar comparabilidad entre ambos años.

** Perímetro corporativo (hoteles en propiedad, alquiler, gestión y franquicia)

*** Menos de un 1% sin datos de edad

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.

Perímetro consolidado	2018	2019*
Nº de nacionalidades	131	139
Porcentaje de empleados inmigrantes	17%	18%
Empleados con discapacidad	52	114

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)

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

En 2019, NH Hotel Group ha sido públicamente reconocida en dos clasificaciones como una de las empresas más igualitarias del mundo.



Ranking Equileap de igualdad de género en el trabajo

La organización internacional Equileap, creada para acelerar el progreso hacia la igualdad de género en el trabajo, publicó en octubre de 2019 su primera clasificación multisectorial que muestra el comportamiento de las empresas más grandes en el mundo en relación con la igualdad de género. NH Hotel Group obtuvo la posición 48, siendo la española mejor posicionada, entre las más de 3.000 empresas a nivel mundial, sobre la base de 19 criterios de igualdad de género.



Bloomberg Gender & Equality

En enero de 2020 NH Hotel Group ha sido incluida por primera vez en el índice Bloomberg de igualdad de género 2020. La Compañía ha sido la única hotelera de entre las 15 empresas españolas que aparecen en el índice.

Este índice internacional, en el que están presentes casi 6.000 Compañías de 84 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

Este fue 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... Así 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.

Desde julio de 2019 NH Hotel Group está llevando a cabo negociaciones con los Sindicatos más representativos para la renovación del citado Plan. Está previsto que al cierre de 2020 se presente un nuevo Plan donde se mantengan y/o amplíen las acciones que garanticen la igualdad de género.

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 por razón de sexo en el trabajo, 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 2019 constituye el 11% del salario bruto por hora de los hombres; siendo el salario bruto medio por hora de 15,4 euros para los hombres y de 13,7 euros para las mujeres. La brecha salarial se ha calculado comparando retribuciones entre categorías de profesionales equivalentes. Es decir, aquellos que realizan la misma función o tienen la misma posición. Para realizar el cálculo se ha tenido en cuenta el 99,1% de la plantilla.

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 (%)*

	2018	2019
Top Management	26%	27%
Middle Management	5%	1%
Staff	-2%	0%
TOTAL	10%	11%

* Análisis realizado sobre el 99,1% de la plantilla para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)

Aún teniendo un 51% de presencia de mujeres en plantilla, este análisis de brecha calculado ha servido para identificar que la diferencia salarial aumenta en el Top Management, sobre todo por la menor de 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 un 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*

REMUNERACIÓN MEDIA POR GÉNERO	2018	2019	DIF
Mujeres	24.520€	24.662€	1%
Hombres	27.174€	27.693€	2%

REMUNERACIÓN MEDIA POR EDAD**	2018	2019	DIF
Menores de 25 años	17.617€	18.423€	5%
Entre 25 y 40 años	24.697€	24.751€	0%
Más de 40 años	30.634€	30.825€	1%

**Menos de un 1% sin datos de edad.

REMUNERACIÓN MEDIA POR CATEGORÍA Y GÉNERO

	2018		2019		DIF	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Top Management	71.394€	96.213€	75.645€	103.456€	6%	8%
Middle Management	37.097€	39.068€	38.391€	38.880€	3%	0%
Staff	21.867€	21.516€	21.826€	21.858€	0%	2%

* Salario fijo bruto anual más variable. Análisis realizado sobre el 99,1% de la plantilla para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler).

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 de los profesionales que forman parte de la Compañía. Para promover el cumplimiento de estos objetivos y, por tanto, de los de cada unidad de negocio y los de la Compañía, existe un sistema de retribución variable. El modelo se basa en el reconocimiento de los profesionales con una mayor contribución a la consecución de los objetivos de la Compañía.

En España, la Compañía ofrece un plan de retribución flexible que permite a todos los profesionales destinar parte de su retribución a tickets transporte, vales guardería, seguro colectivo de vida y ahorro, compra de días de vacaciones, tarjeta restaurante, seguro médico o formación externa, entre otros; beneficiándose así de precios especiales y ventajas fiscales.



NH Palacio de Tepa
Madrid, España

Anantara Vilamoura Algarve Resort,
Vilamoura, Portugal



COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Durante 2019, NH Hotel Group ha continuado trabajando en el marco del Engagement Commitment poniendo en marcha acciones basadas en los resultados de Engagement Survey 2018.

Los equipos encargados de trabajar el compromiso dentro de cada centro de trabajo llevaron a cabo planes de acción con la finalidad de mejorar el clima laboral de acuerdo con los resultados en sus hoteles. En 2019 se ha contado con la ayuda de una herramienta externa, que ha permitido a cada equipo explorar mejores prácticas del mercado, compartir las suyas propias y realizar un seguimiento de dichos planes.

Los planes de acción puestos en marcha varían profundamente en función de los resultados de cada centro de trabajo.

ACCIONES DE COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DESTACADAS EN HOTELES DURANTE 2019



COMUNICACIÓN

Se mantiene la celebración de los comités semanales, donde el Director del Hotel comparte con sus Jefes de Departamento información relativa a: visión, estrategia, principales retos, priorización de tareas, recursos disponibles, contexto y decisiones que se toman a nivel organizacional y a implementar en el hotel. Adicionalmente, se reserva un espacio en el que los Jefes de Departamento puedan escalar sus principales preocupaciones, lecciones aprendidas, sugerencias y propuestas al director.



DESARROLLO DE CARRERA Y FORMACIÓN

En 2019 se ha buscado que cada empleado haga de "Inspector de Calidad", pasando un día como "cliente / jefe", revisando todo el hotel.



RELACIONES INTERNAS

Con la iniciativa "Un día en la vida de..." se busca que los empleados de diferentes departamentos experimenten el día a día de otra área del hotel, aprendan los estándares de otros departamentos, y adquieran sensibilidad por el trabajo del otro, desarrollando su empatía.

Engagement Pulse Survey 2019

En 2019, un año después de haber lanzado la encuesta de clima bienal de 2018, se lanzó por primera vez una Engagement Pulse Survey a todos los empleados. El objetivo de la misma era medir el progreso de las iniciativas de Engagement puestas en marcha tras los resultados de la Employee Engagement Survey 2018. Se ha alcanzado un índice de participación del 63%, con una tasa de respuesta favorable del 68%. Además, existe un campo de comentarios abiertos que permitirá nueva información para revisar los planes de acción implementados, con el objetivo de aumentar su efectividad en el engagement de los empleados en cada centro de trabajo.

COMUNICACIÓN INTERNA

Para NH Hotel Group, la Comunicación Interna es una pieza clave a la hora de generar y mantener el compromiso de los empleados con la Compañía.

En 2019 se ha concluido con gran éxito el primer año del nuevo Plan de Comunicación Interna 2019-2023, en el que se evoluciona hacia una filosofía centrada en el empleado ("Employee Centric Philosophy"). En esta nueva etapa, la personalización y segmentación de la Comunicación son clave, manejando escenarios de información personalizada, en los que las historias y la opinión de los empleados serán cada vez más protagonistas.

En este ambicioso camino hacia la personalización de la información, incluida en el nuevo Plan de Comunicación Interna, tanto la App MyNH como el resto de canales evolucionarán técnicamente para adaptarse al nuevo modelo. Esto implicará la implementación de un nuevo dashboard analítico, incluyendo los nuevos KPIs locales y globales.

PRINCIPALES PROYECTOS DE COMUNICACIÓN INTERNA EN 2019

MyNH App

La Compañía ha trabajado en un análisis general de KPIs de tráfico de su APP para empleados durante 2019. Los resultados siguen posicionando esta herramienta como clave para lograr el ambicioso reto de llegar a conectar con el 100% de los empleados.

MyNH permite a los empleados consultar desde su dispositivo móvil las últimas noticias, campañas, proyectos o vacantes internas del Grupo y realizar reservas con tarifa empleado, a la vez que da acceso a la intranet y a un chat interno para los hoteles. Además, a partir de 2019, los empleados del Equipo de Ventas cuentan con una sección propia gracias a la cual tienen acceso a toda la información relevante para su trabajo diario.

El número aproximado de descargas registradas entre empleados desde su lanzamiento ha sido de más de 5.000, con más de 3.500 usuarios activos durante 2019.



Canal de comunicación interna 'Tell the World'

El nuevo Plan de Comunicación Interna ha continuado apostando por la estrategia digital aplicada a todos sus entornos y canales. La consolidación de 'Tell The World 3.0' como el canal por excelencia de la Comunicación Interna dentro del grupo ha llevado a explorar nuevos entornos y formatos para la difusión de noticias y contenidos relevantes para el empleado.

En 2019 se dio continuidad al proyecto piloto de Canal de TV interna en las Oficinas Centrales, Central de Reservas y Servicios Centrales de Madrid y Barcelona. 'Tell The World - Latest news', sigue evolucionando, y el objetivo es su implementación en todos los hoteles de la Compañía a través de pantallas de TV ubicadas en las cantinas y zonas comunes.

En 2019 se publicaron 132 ediciones del boletín de noticias Tell The World hasta en siete idiomas, y se han registrado más de 48.518 visitas.



Town Halls

Estas innovadoras conferencias, que buscan compartir con todos los empleados los hitos e iniciativas más relevantes, reafirman el compromiso de la Alta Dirección y de los principales líderes de las diferentes Unidades de Negocio con la comunicación de la Compañía. A finales de 2018, el equipo de Comunicación Interna organizó un multitudinario Town Hall que contó con la presencia del Presidente y CEO de Minor International, además del CEO de NH Hotel Group, y que sirvió para oficializar la integración de ambas Compañías.

En 2019, el CEO de NH Hotel Group, Ramón Aragonés, ha liderado, junto con el Comité de Dirección, un total de 4 conferencias de este tipo; conferencias que, además, han podido ser seguidas en vivo por streaming.



Proyectos de Gestión del Cambio

Sin duda el gran hito de este año ha sido la integración de NH Hotel Group y Minor International y de nuevo la Comunicación Interna se consolida como una herramienta imprescindible en la gestión del cambio. Para acompañar este proceso e informar a los empleados de la evolución y estrategia de esta integración, se creó un nuevo canal de Comunicación Interna: 'Moving Forward', accesible para todos los empleados a través del correo y la APP MyNH. Además, para facilitar el proceso de integración de los hoteles de Minor en Portugal, se creó una edición específica en portugués para todos los empleados.

En 2019 se crea un nuevo Canal llamado 'Quest for Excellence'. En esta ocasión, la Compañía da un paso más en su estrategia hacia la Excelencia y su ambición de liderar el sector en innovación tecnológica. En esta nueva newsletter, priman los contenidos audiovisuales, recoge los grandes logros de este proyecto transversal de Compañía y visibiliza los protagonistas detrás de cada historia de éxito.

En sus primeros meses, la nueva newsletter 'Quest for Excellence' ha lanzado ya 4 ediciones, con un total de 9 vídeos.

EMPLOYER BRANDING – FURTHER TOGETHER

NH Hotel Group se enorgullece de que sus empleados sean la clave del éxito del negocio. Por ello, en 2019 se ha apostado por consolidar la marca empleadora de NH Hotel Group en todo el mundo, para atraer y motivar al mejor talento entre los empleados y candidatos externos.

El Plan de Employer Branding (EB) 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 como marca empleadora. Para lograrlo, se ha continuado trabajando en la campaña “Further Together”, protagonizada por empleados de todas las Unidades de Negocio, que cuentan, de primera mano, qué es lo que más les gusta de trabajar en la Compañía, convirtiéndose así en los Ambassadors de NH Hotel Group.

Con esta campaña, que incluye diversas iniciativas, se ha puesto especial foco en redes sociales y acciones digitales desde finales de 2017, logrando solo en 2019 más de 200 posts publicados, más de 1.300.000 personas impactadas y más de 18.600 interacciones. Todo ello ha sido posible gracias a las historias contadas por los Ambassadors y también a todos los empleados y públicos externos seguidores de NH Hotel Group en Instagram, LinkedIn y Twitter.

MEMORABLE DATES

En 2019 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. En todos los países y centros de trabajo se han celebrado eventos donde los únicos protagonistas son nuestros empleados homenajeados.

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

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.

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.

Time for You

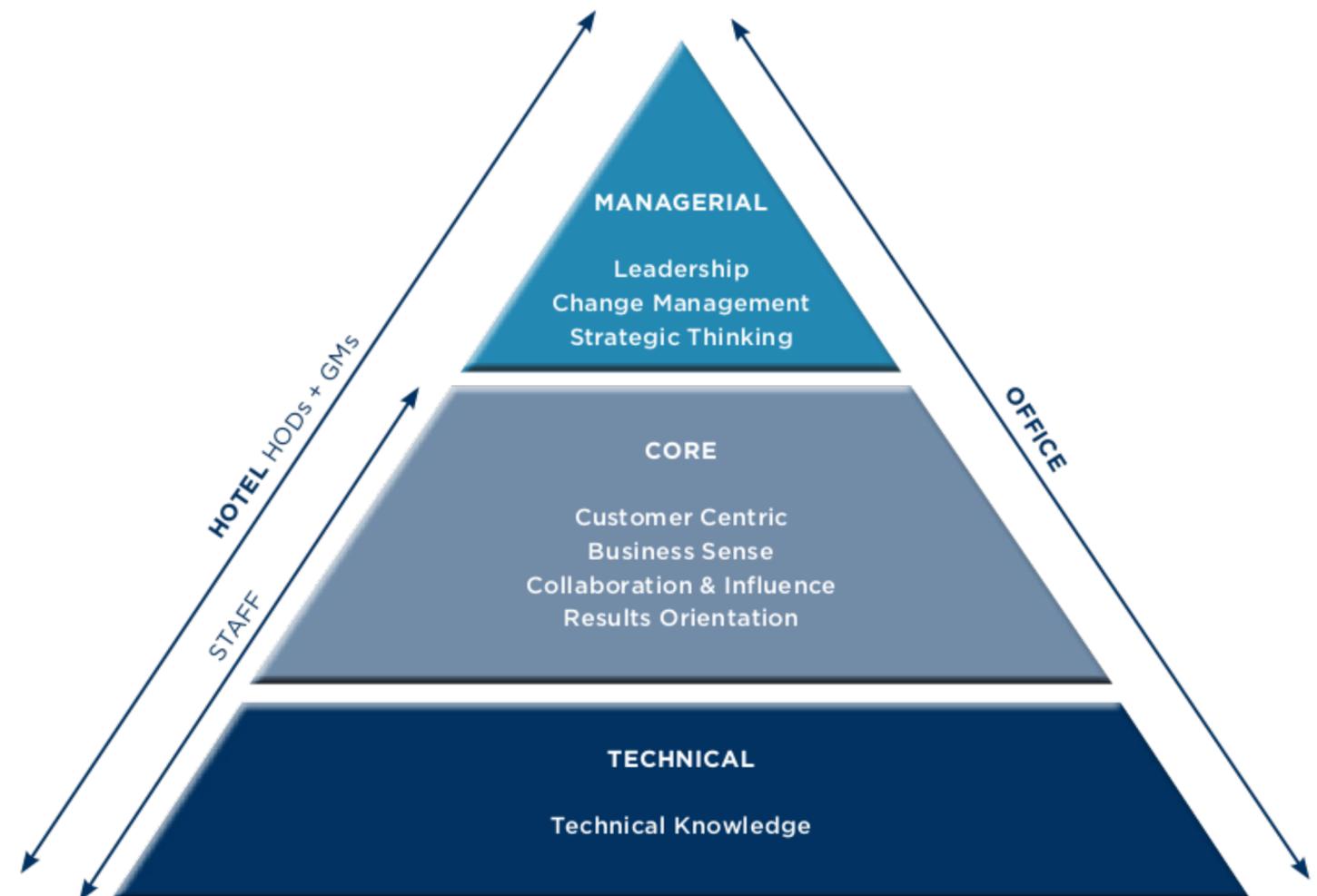
El proceso de gestión del desempeño de NH Hotel Group, denominado ‘Time For You’, está diseñado para respaldar la evaluación del desempeño -que es realizada de manera semestral- y la planificación del desarrollo a lo largo del año. Se dirige a todos los empleados fijos con una antigüedad mínima de 3 meses en la Compañía. El rendimiento mide el QUÉ hacen los empleados y CÓMO lo hacen.

Desempeño basado en competencias

NH Hotel Group tiene un sistema de gestión del desempeño basado en competencias. Así, se identifican un máximo de 8 competencias que el empleado tiene que demostrar. Dependiendo de su posición, se evalúan entre 5 - 8 de ellas. Estas competencias pueden agruparse en tres grupos: Técnica, Base y de Gestión. Las competencias se valoran durante la Revisión Anual de TFY. Con el fin de poderlas comprender y medir mejor, se ha añadido una definición y unas palabras clave.

Adicionalmente, se incluyen algunos comportamientos de referencia para cada nivel organizativo, para dar más información sobre cómo evaluar las competencias. Por otra parte, los managers tienen la posibilidad de solicitar feedback adicional a cualquier otro empleado con correo electrónico corporativo, a través de la misma herramienta, con el objetivo de enriquecer el feedback del empleado, ayudándole a mejorar su autoconocimiento.

La tasa de participación de los empleados objetivo en 2019 ha aumentado respecto a 2018. Así, el Mid Year Review ha tenido una completitud del 85%, más de dos puntos por encima de los resultados del 2018, que llegaron al 82,6%.



Proceso de Evaluación 360°

El proceso de Evaluación 360° está enmarcado en el pilar estratégico "Liderazgo Global y Gestión del Talento" y en él participan todos los directores y subdirectores de hotel a nivel global. A finales de 2019 se lanzó la 3ª edición del proceso, que busca medir la evolución en el desarrollo de competencias de estos líderes clave en NH Hotel Group, así como la efectividad de los planes de acción que definieron en la anterior edición. En la edición del 2019 participan 329 directores y subdirectores.

Adicionalmente, este proceso totalmente anónimo, tiene como objetivo mejorar el autoconocimiento de los participantes a través de la información que reciben de todas las personas invitadas a contestar, en cada una de las perspectivas: pares, equipo, manager y su autoevaluación.

A lo largo del 2020, los participantes recibirán un informe personalizado, diseñado como un cuaderno de trabajo que incluye preguntas de reflexión, y que le será entregado durante una sesión de feedback individual, que ayude a facilitar tanto la comprensión de sus resultados como el diseño de su nuevo plan de desarrollo.

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. Así, NH Hotel Group asegura la preparación adecuada de roles clave para el futuro. 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 currículum formativo para que las personas que trabajan en NH Hotel Group puedan seguir actualizando sus conocimientos, tanto técnicos como de habilidades.

El total de horas de formación tanto presencial como on line en 2019, ha sido de 134.651. NH University ha formado a 6.547 empleados en 1.197 sesiones de formación presenciales, lo que supone un 50% del total de la plantilla.

En línea con la estrategia de formación de la Compañía y siguiendo la tendencia de años anteriores, este año destaca por un alto ratio de participación en formación online. Un total de 12.546 empleados recibieron alguna formación online a lo largo del año, lo que supone un 95% del total de la plantilla.

Adicionalmente, la Compañía ha recibido un total de 155.208€ en subvenciones públicas para formación.

La Compañía continúa un año más apostando por su talento interno y contó en 2019 con 313 formadores internos en sus clases presenciales.

1,3M€
Inversión total en
formación en 2019

Se han impartido
126.779
horas totales de formación
presencial y on-line

Se ha formado a
13.286
Participantes en
651
programas presenciales

**Información de perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)*

Se han impartido
134.651
horas totales de formación
presencial y on-line

Se ha formado a
13.667
Participantes en
652
programas presenciales

**Información de perímetro corporativo (hoteles en propiedad, alquiler y gestión)*

	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
Horas por empleado formado (presencial)	12,35	12,41
Horas por empleado formado (e-learning)	4,29	4,25
Horas totales por FTE	10,27	11,06
Horas totales por empleado formado	7,05	7,17

HORAS DE FORMACIÓN POR UNIDAD DE NEGOCIO

FORMACIÓN PRESENCIAL	2018		2019		VARIACIÓN	
	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
BU América	14.297	14.927	13.562	14.321	-5%	-4%
BU Norte de Europa	25.062	27.343	30.783	31.964	23%	17%
BU Sur de Europa	18.794	22.743	28.321	28.766	51%	26%
Corporativo	2.733	2.733	5.779	5.779	111%	111%
Total presencial	60.886	67.746	78.445	80.830	29%	19%

FORMACIÓN ONLINE	2018		2019		VARIACIÓN	
	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
BU América	3.662	4.605	5.315	6.403	45%	39%
BU Norte de Europa	9.096	9.810	27.250	30.762	200%	214%
BU Sur de Europa	10.126	13.955	14.625	15.511	44%	11%
Corporativo	1.880	1.893	1.144	1.144	-39%	-40%
Total Online	24.764	30.263	48.334	53.820	95%	78%

Total Horas Formación	85.649	98.012	126.779	134.650	48%	37%
------------------------------	---------------	---------------	----------------	----------------	------------	------------

HORAS DE FORMACIÓN A EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL	2018				2019			
	PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CORPORATIVO		PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CORPORATIVO	
	PRESENCIAL	ONLINE	PRESENCIAL	ONLINE	PRESENCIAL	ONLINE	PRESENCIAL	ONLINE
Top Management	8.006	621	8.911	753	7.825	3.036	7.528	2.828
Middle Management	12.888	3.555	13.735	4.056	24.843	7.050	24.050	6.446
Staff	39.992	20.587	45.103	25.454	48.162	43.735	46.867	39.060
TOTAL	60.886	24.763	67.749	30.263	80.830	53.820	78.445	48.334



NH Collection Antwerp Centre
Antwerp, Bélgica

HORAS DE FORMACIÓN PRESENCIAL

	2018		2019		VARIACIÓN	
	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
Administración	697	776	680	720	-2%	-7%
Alimentación y Bebidas	16.637	19.041	24.011	24.680	44%	30%
Recepción	12.601	14.075	17.854	18.561	42%	32%
Pisos	4.279	5.314	4.417	4.643	3%	-13%
Mantenimiento	2.430	2.814	2.713	2.821	12%	0%
Gestión	8.123	9.143	8.360	8.680	3%	-5%
Otros	112	305	77	82	-31%	-73%
Reservas	4.996	5.023	7.911	7.911	58%	57%
Revenue Management	787	787	1.749	1.754	122%	123%
Ventas	4.334	4.573	4.608	4.914	6%	7%
SSCC	5.890	5.898	6.063	6.063	3%	3%
TOTAL	60.886	67.749	78.445	80.830	29%	19%

SHOWTIME: Experimentar lo que es el negocio hotelero

Todos los nuevos empleados que entran a formar parte de NH Hotel Group en Servicios Centrales, tienen una formación en uno de los hoteles del Grupo.

El objetivo de esta formación es que estos nuevos empleados conozcan nuestro negocio y experimenten la pasión que sentimos por lo que hacemos, promoviendo la integración, la empatía, y una visión holística de la compañía.

ShowTime consiste en una estancia de 2 días completos en uno de los hoteles de la Compañía, donde el nuevo empleado pasa a ser un miembro más en el equipo del hotel que lo acoge y que le permite obtener un conocimiento más profundo de los diferentes departamentos. A través de 3 metodologías distintas: contacto directo con el cliente, participar en actividades diarias de los departamentos o aprendizaje a través de la observación de sus compañeros, los nuevos empleados de Servicios Centrales logran acercarse al corazón de la Compañía: los hoteles y sus equipos.



PRINCIPALES PROYECTOS CORPORATIVOS DE FORMACIÓN EN 2019

Atendiendo a las necesidades estratégicas de formación, a lo largo de 2019 NH University ha llevado a cabo, entre otros, 3 programas de formación para colectivos de todas sus unidades de negocio.

• “BUILD THE EXPERIENCE” NH HOTELS BRAND GAME

NH University ha lanzado una nueva acción formativa para transmitir la esencia de la marca NH Hotels y sus principales elementos comunes a todos los hoteles de dicha marca. El principal objetivo es concienciar a los equipos del importante papel que tienen a la hora de transmitir los valores de la marca a los clientes.

A través de una formación gamificada, durante 5 semanas, todos los equipos de NH Hotels participan en grupos mientras superan retos relacionados con cada uno de los elementos de la marca. Todo ello, mientras construyen las mejores experiencias para nuestros clientes.

Está previsto que esta formación se lleve a cabo en cada nueva apertura.

• GSO GROUP SALES COMMERCIAL PROCESS

Esta formación blended (online + presencial) se diseñó para los equipos de las Global Sales Offices (GSO) de la Compañía con el propósito de reflexionar en los 5 momentos clave del proceso comercial de ventas grupales, y así conseguir que todos los especialistas de las GSO reciban la misma información y tengan un nivel de conocimiento homogéneo.

Para ello, el programa consta de dos partes: un escape room on-line titulado ‘The Lost Client’ y, posteriormente, una clase presencial denominada ‘Los 5 momentos de la verdad’ donde se ponen en práctica los conocimientos adquiridos en el e-learning previo. El programa lo completaron 145 empleados.

• REVENUERS CLUB

A través de la temática de una liga de Rugby, NH University diseñó este itinerario de formaciones para 527 empleados entre directores de hotel, subdirectores y los equipos de Revenue, de los cuales finalizaron el programa 466, más del 88% de los participantes.

El itinerario se compone de 5 formaciones e-learning, todas ellas relacionadas con Revenue Management, que los empleados realizan a través de la plataforma de formación NH Talent y 4 sesiones denominadas “Coach Sessions” en formato webinar, lideradas por expertos en la materia.

La formación busca fortalecer el conocimiento sobre revenue y reforzar la colaboración, así como compartir las mejores prácticas entre los equipos en esta materia.

PRINCIPALES PROYECTOS POR UNIDADES DE NEGOCIO EN 2019

Unidad de Negocio Sur de Europa

• PROYECTO TOP HOTELS 2018 - 19

Proyecto en el que se analizaron y clasificaron más de **1.700 comentarios cualitativos** incluidos en el apartado “Áreas de Mejora” del Plan de Desarrollo Individual correspondientes a la evaluación de más de **900 personas de los 19 hoteles que representan el 80% de Ebitda de España y Portugal**. Una vez categorizados los comentarios, se identificaron las necesidades de formación por diferentes áreas de conocimiento: calidad e innovación (relacionados con la mejora del servicio al cliente y la innovación); Compañía (relacionados con aspectos de negocio, financieros y definición de indicadores); Liderazgo y Management (gestión y desarrollo de equipos, comunicación); Eficacia Profesional y Desarrollo Profesional (habilidades para la mejora del desempeño en el trabajo) y Herramientas Informáticas.

A partir de estas áreas de conocimiento se desarrolló un plan de formación completamente a medida para cada hotel, con el objetivo **principal de cubrir las necesidades de mejora** que cada supervisor había propuesto para su equipo.

RESULTADO: Desarrollo de un plan de formación completamente a medida para cada hotel con el objetivo principal de cubrir las necesidades de mejora que cada supervisor había propuesto para su equipo.

• F&B ACADEMY 2019

El programa de formación de F&B Academy, que comenzó en septiembre de 2019, está dirigido a todo el departamento italiano de F&B. Consiste en ocho módulos diferentes para reforzar las habilidades y competencias de nuestros especialistas en F&B. Los temas principales hablan sobre la economía, la hospitalidad, las técnicas culinarias, el mundo del café y el vino y para identificar las principales necesidades para planificar la formación, hemos creado una encuesta que se compartió con todos los GM italianos, chefs y Maitres.

RESULTADO: Involucramos a diferentes formadores procedentes de Italia y Europa, ha sido una gran oportunidad para nuestro personal de F&B para crecer y compartir experiencias.

• ELEVANDO TU LIDERAZGO 2019

Cómo liderar y administrar a las personas es uno de los puntos principales a tratar en las organizaciones modernas. NH ha pensado cómo formar y desarrollar a sus managers de Hotel y Servicios Centrales. Se planificaron dos cursos de formación diferentes, uno dirigido a todos los directores de hotel y el otro a los Jefes de departamento de Servicios Centrales. El tema común para ambos se refería a cómo elevar las habilidades de liderazgo profundizando el conocimiento de temas como la comunicación, el proceso de retroalimentación, el rol, la motivación y la gestión del desempeño.

Los formadores involucrados eran dos expertos en liderazgo y coaching avalados por un importante bagaje cultural y profesional. En las aulas se han formado alrededor de 60 personas con un total de 96 horas de crédito.

• HABILIDADES DE PRESENTACIÓN

Se han organizado diferentes sesiones de formación sobre cómo implementar y desarrollar habilidades de presentación, tanto comunicativas como creativas.

RESULTADO: Crecimiento profesional y poder presentar resultados, proyectos e iniciativas de manera creativa e impactante. Los participantes estaban entusiasmados con las competencias adquiridas.



Unidad de Negocio Norte de Europa

• Proyectos PDI + Onboarding 2019

El grupo PDI de 2018/2019 se graduó en febrero con las presentaciones de sus proyectos especiales en los que habían estado trabajando durante 6 meses. El equipo ganador presentó el proyecto Onboarding, que se implementó en NH Talent.

El programa de incorporación se lanzó para todos los empleados en cada país de la Unidad de Negocio del Norte de Europa. Todos los jefes de departamento, deputies y directores de hoteles fueron presentados al programa.

Todos los nuevos empleados tuvieron un mes para completarlo y consta de información sobre: la Compañía, la unidad de negocio, formaciones on-line obligatorias, listas de verificación y el programa Bienvenido al trabajo, que permite a todos los nuevos empleados experimentar el servicio desde la perspectiva de los huéspedes. Estancia de una noche en el hotel incl. disfrutando de los servicios de F&B.

RESULTADO: Transmitir un proceso de incorporación inspirador para cada nuevo empleado.

• PRÁCTICAS JUMP

Todos los participantes de JUMP tienen la oportunidad de realizar una beca con alguien que les inspira y de quien les gustaría aprender. Los participantes optaron por unirse a inspiradores F&B managers, directores de hotel o incluso miembros del equipo directivo de la unidad de negocio.

• 'START UP NEW TRAININGS'

En 2019, NH Hotel Group comenzó a crear contenido para nuevas formaciones denominadas 'Discover Your Talents' y 'Boost Your Energy'.

Los primeros pilotos de 'Discover Your Talents' tuvieron éxito, por lo que las formaciones se ofrecerán en el Plan de Formación de 2020 en la Unidad de Negocio del Norte de Europa. 'Discover your talents' trata sobre descubrir cuáles son las principales cualidades personales y cómo usarlas de manera efectiva en el trabajo. Esta formación se enfoca en los talentos de cada uno y en cómo se pueden usar al máximo.

Por su parte, 'Boost your energy' es una formación de dos días centrada en la importancia de sentirnos en forma y con energía, tanto física como mentalmente. Cuidarse bien es el primer paso para sentirse en forma y, por esa razón, la primera sesión está relacionada con la nutrición, el ejercicio, el sueño y la relajación. En la segunda sesión, se trataron temas relacionados con el manejo efectivo del estrés, para lo que se presentaron varias herramientas prácticas.

RESULTADO: Tomar la delantera en la vitalidad personal utilizando consejos y trucos concretos.





Unidad de Negocio América

Colombia

• ESTILO NH

Esta formación tuvo como objetivo mejorar el servicio que se ofrece en los hoteles, con la finalidad de generar experiencias memorables tanto para clientes internos como externos.

• NH INDUCTION

Con 'Inducción a NH' se busca que el empleado conozca a la Compañía, su historia, beliefs, estructura, marcas, etc., así como temas importantes relacionados con el empleo (Nómina, Seguridad y Salud en el Trabajo, Gestión de documentos, entre otros) a los nuevos empleados de la Compañía. Es un espacio donde el Director General de la región recibe al nuevo personal y los invita a dar lo mejor de sí y crecer dentro de NH Hotel Group.

• CLASES DE INGLÉS HOTELERO

Formación recibida por Jefes del área Operativa, Managers y Directores Regionales, para un total de 10 personas. La formación en inglés ha ayudado a mejorar el desempeño de los participantes y a sentir mayor seguridad con el idioma para fortalecer sus relaciones profesionales.

Argentina

• NH SERVICE STANDARDS

Continuando la iniciativa que comenzó en 2018, en 2019 se finalizan las formaciones en los estándares de servicio en los hoteles NH, tanto para Housekeeping, como para Front Office.

En 2019, además, se desarrolló un refuerzo del curso de Estándares de Housekeeping para la población de Buenos Aires, comprendido por 6 sesiones de 4 horas de duración. Se incluyó, asimismo, una formación en Imagen Personal & Make Up para agregar valor a la jornada y sorprender a los participantes.

En cuanto al área de F&B, con la incorporación de una nueva Directora de F&B, se logró cubrir el 100% de los hoteles de la región formados en Servicio de Alimentos y Bebidas.

• TALLER DE PASTELEROS

Se invitó a los Pasteleros de Argentina y Uruguay a una formación de dos días en la que recorrieron desayunos, compartieron buenas prácticas, definieron estándares del área y recibieron una charla motivacional de un pastelero reconocido en la región.

• FORMACIÓN FRONT OFFICE MANAGERS

En 2019 NH Hotel Group contó con la oportunidad de reunir a todos los Front Office Managers de Argentina, Uruguay y Chile. La agenda de la formación se distribuyó en tres días y, más allá de los objetivos de formación en sí mismos, supuso un gran espacio de networking.

Las principales temáticas tratadas fueron Estándares de Front Office, Calidad, Comercial y Revenue, Notificaciones, Protección de Datos y NH Rewards, Administración, Impuestos, TraNHsformation Plan y Oratoria.

• FORMACIÓN ESPECIAL POR LA APERTURA NH COLLECTION CASACOSTANERA

Con ocasión de la apertura de este nuevo hotel, se diseñó una formación ad-hoc de nueve días de duración para todo el personal del hotel, en el que se trabajaron las principales áreas del hotel y su operativa particular.

• AMBASSADOR TRAINING

Se llevó a cabo una jornada de dos días con todos los Ambassadors de Cono Sur, cuyo objetivo fue proporcionar conocimiento y un espacio para el desarrollo de habilidades que permitiera a cada participante y a todo el equipo conocer sus fortalezas y trabajar sus áreas de mejora, en cinco áreas esenciales: Autoliderazgo, Comunicación, Trabajo en Equipo, Liderazgo 360 y Motivación.

• LANZAMIENTO DE CROSS TRAININGS

Esta práctica tiene como principal objetivo la formación del colaborador en un área específica que no es aquella en la realiza su trabajo. El programa se puede desarrollar en una semana full time o 15 días part time.

RESULT: El participante tendrá contacto con otra área del hotel en la que aprenderá las principales funciones. Esto otorga a los participantes una visión más amplia del negocio.

FLEXIBILIDAD Y CONCILIACIÓN: 'NEW WAY OF WORKING'

Para NH Hotel Group, la conciliación de la vida personal y laboral es un equilibrio entre las necesidades e intereses de los profesionales y las necesidades e intereses de la Compañía.

La cultura de NH Hotel Group evoluciona hacia un modelo más flexible, en la que las personas pueden disfrutar de mayores facilidades en cuanto a la gestión del tiempo, y el desarrollo de su trabajo en entornos adaptados a sus actividades y con las herramientas necesarias. El proyecto, denominado **"New Way of Working"**, se estructura en torno a tres ejes de actuación:

- Redefinición y adecuación de los espacios físicos de la oficina según las necesidades de los empleados
- Nuevos equipos y sistemas tecnológicos que facilitan la flexibilidad
- Nueva cultura de trabajo flexible tanto en horarios como en lugar de trabajo

De esta forma, en las oficinas corporativas de NH Hotel Group se ha definido la figura de los Majors o alcaldes con la finalidad de facilitar la gestión del cambio, la comunicación, la involucración de los empleados y la resolución de preguntas. Estos 7 Majors representan a cada uno de los barrios o áreas de las oficinas (Comercial, Marketing, Recursos, Operaciones, Finanzas y Comunicación) y tienen las siguientes funciones:

- Representar a su área en las reuniones semanales del Enhgagement Team, equipo responsable del Engagement Commitment en las oficinas corporativas.
- Canalizar posibles peticiones, sugerencias o propuestas de mejora que se hayan generado en sus respectivas áreas y transmitir las al Human Resources Business Partner (HRBP).
- Proponer nuevos planes de acción, con medidas tanto locales como transversales, a partir de los resultados de la Encuesta de Clima.
- Consensuar las medidas propuestas con dos sponsors -Directivos de especial relevancia en la Compañía- para recabar su feedback y buscar su apoyo en la presentación del Plan de Acción.
- Presentar ante el CEO y en el Comité de Dirección el Plan de Acción elaborado.
- Hacer seguimiento de la implantación de las diferentes medidas en sus barrios y proponer, en caso de ser necesario, medidas correctoras.
- Tomar el pulso del clima de forma semanal y sondear cómo las diferentes medidas lanzadas por Recursos Humanos son percibidas por sus compañeros



PRINCIPALES MEDIDAS DE CONCILIACIÓN Y FLEXIBILIDAD Y OTROS BENEFICIOS SOCIALES EN NH HOTEL GROUP



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:

- 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.



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)*

Para todas las posiciones fuera de convenio compatibles con dicha modalidad. En la actualidad, no existen medidas específicas de desconexión laboral.



Nutrición

Comida gratuita para todos los empleados de sede central. Cestas con fruta diaria en la sede central.



Programa de descuentos

Acceso a un programa de descuentos y precios exclusivos en una amplia gama de productos, servicios y ocio de forma online.

SALUD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO

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.

INICIATIVAS DE SALUD EN NH HOTEL GROUP EN 2019

Fruta para los empleados de Servicios Centrales Corporativos

Con el objetivo de cuidar de forma activa a los empleados y fomentar hábitos saludables en la Compañía, NH Hotel Group ofrece diariamente en las oficinas, cestos de fruta fresca para el consumo de los empleados.

Proyecto "Cuidate, Cuidame"

Tiene como objetivo dinamizar la PRL en el hotel NH Collection Eurobuilding, así como mejorar las condiciones de trabajo, hacer más partícipes a los empleados, facilitar y hacer más efectiva la gestión preventiva, adaptar el Plan de Prevención de NH Hotel Group a las características del NH Collection Eurobuilding y cumplir con la normativa de PRL.

El proyecto consiste en una presencia frecuente del Servicio de Prevención de NH Hotel Group en el hotel, así como la realización de acciones formativas, realización de Campañas de Seguridad y Salud (Hábitos Saludables, Gestión Emocional, Prevención del Tabaquismo) y actuaciones técnicas (actualización de la Evaluación de Riesgos, realización de simulacros de emergencia...).

Campaña "Tomate un respiro"

Acción para ayudar al empleado de Servicios Centrales en Madrid a aprender a gestionar el inevitable estrés del día a día.

Se impartió una sesión presencial, en colaboración con The Holistic Concept, en la que se detectaron las situaciones de estrés más habituales y se trabajó cómo ponerles solución de manera práctica y sencilla.

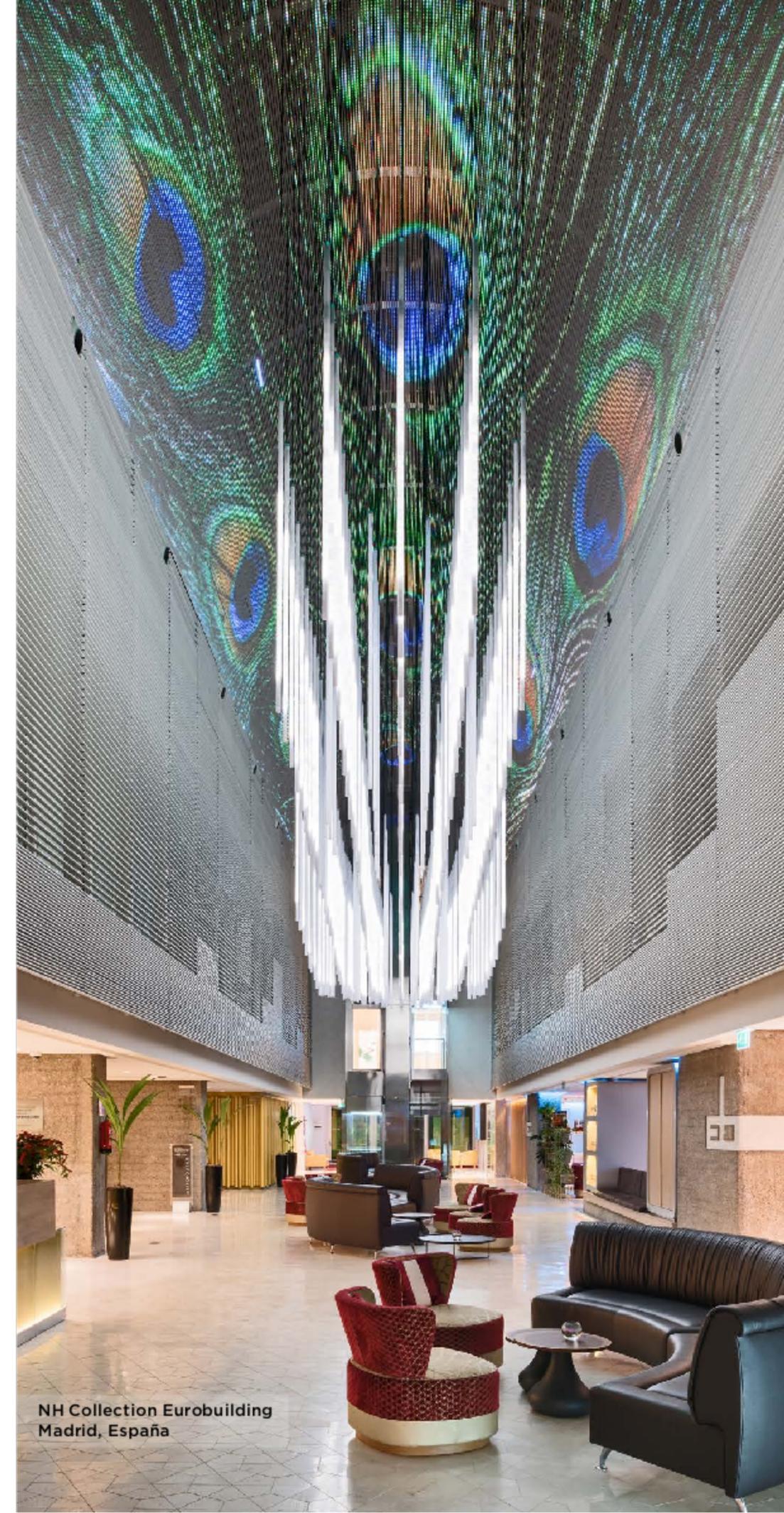
Además, se puso a disposición de toda la plantilla la app "The Holistic Concept", de forma gratuita, para ayudar a mejorar la salud de nuestros empleados.

Carrera anual de las empresas en Madrid

El 15 de diciembre, el equipo de NH Runners participó una vez más en la Carrera de las Empresas que se celebra anualmente en Madrid.

Este evento deportivo, tanto en la modalidad de 6 como en la de 10 kilómetros, está formado por equipos de dos tres y cuatro corredores pertenecientes a la misma empresa.

Este año participaron 67 empleados del NH y después de la carrera tuvieron la oportunidad de disfrutar de un desayuno en el comedor de empleados del NH Zurbano.



NH Collection Eurobuilding
Madrid, España

Nº DE ACCIDENTES EN NH HOTEL GROUP EN 2019

	PERÍMETRO CONSOLIDADO			PERÍMETRO CORPORATIVO		
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Nº accidentes con baja	161	128	289	175	141	316
Nº accidentes sin baja	90	85	175	101	95	196
Nº accidentes totales	251	213	464	276	236	512

* Los países que han reportado información relativa a los accidentes producidos son: Argentina, Chile, Colombia, Francia, Alemania, Italia, México, Portugal y España.

En 2019, NH Hotel Group ha registrado 19 enfermedades profesionales, produciéndose 14 enfermedades en mujeres y 5 en hombres.

ÍNDICES DE ACCIDENTABILIDAD*	2018		2019	
	PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CONSOLIDADO	
	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES
Índice de Frecuencia (IF)** accidentes laborales	19,12	14,00	21,81	19,18
Índice de Frecuencia enfermedades profesionales	0,00	0,16	1,21	0,45
Índice de Gravedad (IG)*** accidentes laborales	0,62	0,35	0,3	0,24
Índice de Gravedad enfermedades profesionales	0,00	0,01	0,02	0,003

* Los índices de accidentabilidad han sido calculados respecto a una muestra representativa de los datos

** IF = número de accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000.000

*** IG = días de baja por accidentes laborales o enfermedades profesionales / horas trabajadas *1.000

ROTACIÓN Y ABSENTISMO

ROTACIÓN EN 2019

UNIDADES DE NEGOCIO	ROTACIÓN DE EMPLEADOS 2019 (EN %)						
	NO VOLUNTARIA			VOLUNTARIA			TOTAL
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
Oficinas centrales y CRO	3,29%	2,58%	5,87%	3,58%	1,72%	5,29%	11,16%
Unidad de Negocio Norte Europa	4,02%	3,73%	7,76%	8,36%	6,58%	14,95%	22,70%
Unidad de Negocio Sur Europa	9,82%	7,48%	17,30%	2,40%	2,82%	5,22%	22,52%
Unidad de Negocio América	2,52%	2,93%	5,46%	11,30%	12,37%	23,67%	29,13%
TOTAL	6,10%	5,08%	11,19%	6,28%	5,88%	12,17%	23,35%

* Rotación Anual considerados hoteles en propiedad, alquiler y gestión, para todo tipo de contratos (exceptuado Outside Labour, Extra Labour y Trainees) recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group.

Debido a las características del negocio hotelero, NH Hotel Group considera relevante conocer y gestionar la rotación específica de los trabajadores con contrato indefinido. La tabla a continuación muestra los resultados obtenidos en 2019 en cuanto a la plantilla fija.

ROTACIÓN DE EMPLEADOS CON CONTRATO INDEFINIDO 2019 (EN %)

UNIDADES DE NEGOCIO	NO VOLUNTARIA			VOLUNTARIA			TOTAL
	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	
Oficinas centrales y CRO	0,96%	0,96%	1,92%	3,08%	0,77%	3,85%	5,77%
Unidad de Negocio Norte Europa	2,40%	1,96%	4,36%	6,57%	4,76%	11,33%	15,69%
Unidad de Negocio Sur Europa	2,07%	2,48%	4,55%	1,80%	2,18%	3,98%	8,53%
Unidad de Negocio América	2,48%	2,95%	5,43%	11,44%	12,30%	23,73%	29,16%
TOTAL	2,25%	2,36%	4,60%	5,92%	5,54%	11,46%	16,06%

* Rotación Anual para empleados fijos, considerados hoteles en propiedad, alquiler, gestión y franquicia, recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group

ABSENTISMO LABORAL EN 2019

	2018		2019	
	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO	PERÍMETRO CONSOLIDADO
Accidente	74.092,03	45.580,94	71.913,5	60.175,5
Enfermedad	1.165.389,92	730.766,03	1.131.123,9	964.749,9
TOTAL	1.239.481,95	766.346,98	1.203.037,4	1.024.925,4

* Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para perímetro corporativo/consolidado.

DESPIDOS EN 2019**

Nº DE DESPIDOS POR GÉNERO	2018	2019	Dif
Mujeres	214	228	7%
Hombres	314	277	-12%
Total	528	505	-4%

Nº DE DESPIDOS POR EDAD*	2018	2019	Dif
Menores de 25 años	113	88	-22%
Entre 25 y 40 años	235	238	1%
Más de 40 años	179	175	-2%

* Menos de un 1% sin datos de edad.

Nº DE DESPIDOS POR CATEGORÍA*	2018	2019	Dif
Top Management	15	17	13%
Middle Management	69	74	7%
Staff	444	414	-7%
Total	528	505	-4%

** Información relativa a los datos recogidos en el sistema de gestión ERP SAP HCM de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado (hoteles en propiedad y alquiler)



NH Hamburg Altona
Hamburgo, Alemania



NH Collection Monterrey San Pedro
Monterrey, México

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.

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.

% DE EMPLEADOS CUBIERTOS

	PERÍMETRO CONSOLIDADO		PERÍMETRO CORPORATIVO	
	2018	2019	2018	2019
Unidad de negocio Sur de Europa (España, Italia, Portugal y Francia)	100%	100%	100%	100%
Unidad de negocio Norte de Europa (Austria, Rep. Checa, Luxemburgo, Alemania, Rumania, Bélgica, Holanda, UK, Suiza, Hungría y Eslovaquia)	97%	95%	94%	96%
Unidad de Negocio de América (México, Argentina, Uruguay, Chile, Colombia y Ecuador)*	63%	36%	63%	32%

* La disminución del porcentaje de cobertura de la Unidad de Negocio de América en 2019 se debe a la diferencia de criterio de un año a otro: considerando en el 2018 solo aspectos salariales, para determinación de si los empleados se ajustaban a convenio o no; mientras que en 2019 se tiene en cuenta la aplicación de todos los aspectos regulados en la normativa

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.

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.

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 global: Together with Love, Hoteles con Corazón y Programas de Empleabilidad.

CONTRIBUCIÓN A LA SOCIEDAD DE NH HOTEL GROUP

	2018	2019
Total de proyectos sociales	128	331
Nº de voluntarios NH	250	1.164
Aportación Tarifa ONG* (mil €)	181	244
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado** (mil €)	183	162
Inversión en acción social (mil €)	181	133

* 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.



TOGETHER WITH LOVE: VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En 2019, y bajo el lema "Together with Love", NH Hotel Group ha celebrado por primera vez una 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. 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.

Durante una semana, cerca de mil empleados han participado como voluntarios en numerosas iniciativas, elegidas y lideradas por ellos mismos. De esta forma, en los Servicios Centrales en España, por ejemplo, han colaborado en varios comedores sociales de Madrid, han llevado a cabo una actividad de estudio y conservación de ríos, han acompañado a personas con discapacidad en actividades de ocio y han participado en campañas de donación de sangre. Por su parte, en la Unidad de Negocio del Norte de Europa, numerosos empleados de hoteles han salido a recoger residuos por canales y parques de ciudades como Ámsterdam o Berlín; y en la Unidad de Negocio del Sur de Europa han llevado a cabo recogidas de alimentos y han recibido la visita de alumnos de colegios a hoteles donde los propios empleados les han explicado el día a día de su trabajo. Por último, en la Unidad de Negocio de América han recaudado fondos y alimentos para varias ONGs locales y han creado un huerto orgánico cuyos frutos serán donados a la Fundación Amiguitos de Royal, entre otras iniciativas.

1.164
Voluntarios TWL

35.494
Beneficiarios TWL*

El programa, en el que se han involucrado tanto el Equipo Directivo del Grupo como los empleados de hoteles y oficinas centrales, se enmarca en el Plan de Sostenibilidad de NH Hotel Group, que no sólo establece los compromisos y las acciones globales de la Compañía, sino que además da cabida a una implantación local específica que sirve para engrandecer todas sus iniciativas con el toque cultural y social de cada uno de los lugares en los que operamos.

* Se ha contabilizado que cada comedor diariamente sirve 230 menús diarios.



HOTELES CON CORAZÓN - HWH

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 próximos a hospitales de numerosas ciudades a nivel nacional e internacional 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. El Hotel NH Madrid Sur es el hotel de referencia del programa "Hoteles con Corazón", debido a que su acuerdo con la Fundación Menudos Corazones, que se inició en 2004, sigue vigente.

Cada establecimiento 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.

#HOTELSWITHAHEART	2018	2019	DIF
Acuerdos con ONG	51	71	39%
Noches de estancia donadas	1.107	1.059	-4%
Hoteles involucrados	59	49	-17%

Acciones en 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", 57 empleados cumplieron los sueños de 57 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.



NH Collection Mexico City Centro Histórico
Ciudad de México, México

PROMOCIÓN DEL EMPLEO JOVEN: PROGRAMAS DE EMPLEABILIDAD

NH Hotel Group ha continuado desarrollando, a lo largo de 2019, diferentes programas internacionales de formación, prácticas laborales y empleo para jóvenes en riesgo de exclusión y con discapacidad en los hoteles de todas sus Unidades de Negocio. 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".

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.

Por ello, 34 hoteles de la Compañía en España se han involucrado en distintos programas, con la ayuda de cerca de 170 empleados que voluntariamente han dedicado más de 7.200 horas a formar y trasladar su entusiasmo y experiencia en el sector hotelero a 188 jóvenes.

PROYECTO COACH:

El Proyecto Coach es una iniciativa de Voluntariado Corporativo que pretende mejorar la empleabilidad de jóvenes en riesgo de exclusión social y laboral a través del coaching y mentoring. En 2019, NH Hotel Group ha participado una vez más en una nueva edición del Proyecto Coach de la Fundación Exit y ha contado con empleados de BUSE como voluntarios. El programa se ha llevado a cabo en Madrid y Barcelona, culminando con éxito, ya que algunos jóvenes están haciendo sus prácticas de formación en nuestros hoteles y continuarán estudiando después.

YOUTH CAREER INITIATIVE

En 2019, NH Hotel Group y varias otras Compañías hoteleras, colaboraron con la asociación ITP para crear una meta de la industria hotelera para impactar colectivamente los jóvenes en riesgo de exclusión a través de programas de empleo.

Youth Career Initiative es una iniciativa internacional de alto impacto para luchar contra el desempleo juvenil, que consta de un programa de empleo de tres a seis meses de duración, para ayudar profesionalmente a los jóvenes con las habilidades y la experiencia que necesitan para dar el primer paso en su carrera.

Con la alianza desarrollada con YCI en la Unidad de Negocio de América, NH Hotel Group se posiciona como la única multinacional de origen español comprometida con este proyecto, junto a otras Compañías líderes del sector como Intercontinental, Marriott y Starwood.

Durante 2019, se ha celebrado su décimo primera edición, la octava en la que participa NH Hotel Group. En ella, 5 jóvenes han recibido durante 6 meses clases impartidas por los responsables de diferentes áreas del hotel, así como prácticas en los diferentes departamentos.

PROGRAMAS DE EMPLEABILIDAD			
	2018	2019	Dif
Alumnos formados	113	193	71%
Acuerdos con ONG e instituciones	35	35	0%

DONACIÓN DE MOBILIARIO DE HOTELES REFORMADOS

Como parte del plan de Reposicionamiento y de los proyectos de reforma de los hoteles de la Compañía, se sigue un protocolo de coordinación para la donación de mobiliario retirado, amenities y productos de menaje a fundaciones y ONGs, instituciones sociales y personas sin recursos.

Así, desde cada Unidad de Negocio durante el año 2019 se han donado colchones, edredones, mantas, juguetes, artículos de limpieza, sábanas, toallas, almohadas y somieres, entre otros productos.

ALIANZAS CON FUNDACIONES Y ONGS

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 colaboración entre estas dos entidades 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.

En Benelux y Alemania la Compañía colabora con hospitales y fundaciones como Ronald McDonald Foundation, con la que también participa en programas enfocados al bienestar de las familias con niños enfermos, proporcionándoles un hogar cuando las casas de la fundación están completas.

NH ROOM 4 PLANET

PLANET

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 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 por reducir sus impactos.

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. En 2019 se han identificado como riesgos más significativos los derivados del cambio climático, la escasez del agua y las consecuencias de la nueva normativa europea sobre 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 tras este análisis.

Los principales compromisos de la Compañía con el Medio Ambiente se recogen en el Plan de Responsabilidad Corporativa 2017-2019, concretamente en el pilar de actuación NH ROOM 4 PLANET, que pone el foco en dos grandes proyectos centrados para la prevención y reducción de las emisiones de carbono y en el fomento de la sostenibilidad con los clientes.

Para cumplir con el compromiso de la Compañía con el medio ambiente, la Política de Sostenibilidad establece los principios de actuación para toda la Organización en este ámbito.

Política de Sostenibilidad Medioambiental de NH Hotel Group

Aplicamos criterios de eficiencia y sostenibilidad en todos los procesos y decisiones con impacto al medio ambiente, utilizando la innovación, la ecoeficiencia y las energías renovables, incluida la prevención de la contaminación, consumir los recursos eficientemente y reducir el volumen de residuos que generamos.

Aseguramos el cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos que afecten a la Organización, comprometiéndonos con la mejora continua de los aspectos ambientales identificados para nuestra actividad.

Promocionamos prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente entre nuestros clientes y proveedores, desarrollando acciones que contribuyen a la mejora de los entornos de los destinos en los que operamos.

Colaboramos con la Administración y con otras entidades del sector en el desarrollo y promoción del turismo sostenible, contribuyendo a la investigación y difusión del conocimiento en cuanto a medio ambiente y eficiencia energética.

Durante el año 2020, se trabajará para actualizar la Política de Sostenibilidad Medioambiental para asegurar que recoge los nuevos compromisos adquiridos del Grupo.

NH Anantara the Marker
Dublín, Irlanda



PREVENCIÓN DE RIESGOS AMBIENTALES Y PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

Los riesgos ambientales están identificados en el mapa de riesgos de la Compañía y contemplados en el pilar NH Room 4 Planet. En 2019 se está trabajando en el nuevo Plan Estratégico 5YP, donde se reforzará más el pilar NH ROOM4 Planet.

Mediante la Estrategia de Sustainable Business, la Compañía trabaja para minimizar el impacto en el Cambio Climático, incrementar la eficiencia de los recursos y desarrollar nuevos productos más sostenibles.

Para la gestión de la estrategia medioambiental, NH Hotel Group cuenta con un Departamento Corporativo de Medio Ambiente que reporta al Vicepresidente de Ingeniería, Mantenimiento y Medio ambiente. Además, con el objetivo de prevenir y reducir los riesgos e impactos ambientales, equipos de distintas áreas, tanto a nivel corporativo como de unidad de negocio y hoteles, trabajan de forma coordinada en tres ámbitos principales:

- 1. Eficiencia energética:** Mejora del uso de los recursos energéticos a través de cambios en equipos y mejora y ajustes de los sistemas de los inmuebles. En 2019, se ha invertido un total de 6,3 M€ en mejorar la eficiencia energética de la Compañía.
- 2. Certificación ambiental:** Implementación de certificaciones ambientales relevantes y reconocidas en el portafolio de NH Hotel Group.
- 3. Control de ratios de consumo:** Supervisión de forma exhaustiva y rigurosa de las medidas implementadas de consumo de energía, huella de carbono y consumo de agua.

NH Hotel Group realiza inversiones en actividades medioambientales 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.

PRINCIPALES INDICADORES AMBIENTALES

En el Plan de Sostenibilidad se definen seis objetivos clave y, en base a ellos, la Compañía toma decisiones de manera transversal para alcanzar las metas planteadas.

PRINCIPALES INDICADORES DE MEDIO AMBIENTE	LÍNEA BASE 2013	REAL 2017****	REAL 2018****	REAL 2019	MEJORA 18 VS 19	OBJETIVO 2019
Ahorros energéticos (M euros)	0	3 ⁽²⁾	4 ⁽²⁾	1 ⁽²⁾	-3 ⁽²⁾	11,55 ⁽³⁾
Hoteles con certificaciones ambientales	75	132	141	149	+8	150
Ratio de Energía (kWh/RN) ⁽¹⁾	53,2	49,34	48,48	48,37	-0,2%	49
Ratio de Agua (m ³ /RN) ⁽¹⁾	0,31	0,318	0,314	0,332	5,7%	0,298
Ratio de Huella de Carbono (Kg. CO ₂ /RN) ⁽¹⁾	15	6,91	7,05	8,42	19,4%	8
Media de satisfacción con el hotel en términos de sostenibilidad (sobre 10) ⁽¹⁾	8	8,15	8,28	8,25	-0,03	8,3

⁽¹⁾ Los datos analizados siguen el criterio de consolidación de la Compañía.

⁽²⁾ Ahorros energéticos respecto a 2013.

⁽³⁾ Ahorros energéticos acumulados desde 2013.

⁽⁴⁾ Los ratios de energía, agua y emisiones pueden sufrir variaciones en próximos reportes según definición del alcance



Los dos proyectos específicos para la consecución de los objetivos medioambientales de NH Hotel Group son Green Savings Project y Green Hotel Project.

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.

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.

GREEN SAVINGS PROJECT

Ahorros adicionales



- Compromiso en la lucha contra el cambio climático
- Plan de eficiencia energética
- Programa de certificación medioambiental
- Gestión de residuos y economía circular

COMPROMISO EN LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

NH Hotel Group participa, desde 2010, en el índice de sostenibilidad global de cambio climático CDP. Esta organización independiente sin ánimo de lucro analiza el desempeño medioambiental de las Compañías.

NH Hotel Group reducirá sus emisiones de carbono un 20% antes de 2030

NH Hotel Group se convierte 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 Wide Fund for Nature.

Se compromete a 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.

Con el fin de lograr los objetivos SBTi, entre otras muchas medidas:

- Se realiza un análisis exhaustivo de las oportunidades para continuar trabajando con los proveedores y reducir conjuntamente la huella de carbono.
- Se continuará la contratación de energía verde y se reforzará la eficiencia energética en los hoteles.

Como objetivo para el primer año, se comenzará a medir nuevas fuentes de emisión indirectas que se producen en la cadena de valor de la Compañía. Durante el 2019, se han identificado a los proveedores con una mayor huella de carbono y se trabajará con ellos para mejorar canales de reporte de información, así como búsqueda del alineamiento para reducir emisiones de la cadena de valor.



La estrategia global de sostenibilidad de NH Hotel Group fue reconocida en la edición de 2019 por CDP Climate Change, que calificó al Grupo con una puntuación de B en su ranking anual. Con esta puntuación, NH Hotel Group ve una vez más reconocida su visión de ubicar la sostenibilidad como un valor estratégico de la Compañía, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década.

MEDIDAS DE ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

En 2019, NH Hotel Group ha comenzado a gestionar los riesgos derivados del Cambio Climático como parte del modelo de gestión de riesgos, tras haber sido identificado el Cambio Climático como uno de los riesgos emergentes para la Compañía.

NH Hotel Group tiene como objetivo obtener mayor eficiencia en el consumo de recursos y reducir su huella de carbono. Con este propósito, el Plan Anual de Inversión, aprobado por el Comité de Dirección, y el compromiso con la energía verde promueven mejoras en la adaptación al cambio climático.

NH Hotel Group se involucra de manera activa en diversas iniciativas que contribuyen a reducir las emisiones que generan los hoteles y las actividades que en ellos tienen lugar. Así, cada hotel del portfolio tiene establecidos objetivos de reducción de huella de carbono y cuenta con un histórico de datos que ha permitido evidenciar el compromiso de reducción.

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.

INICIATIVAS PARA LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO DURANTE 2019

Participación en Grupos de Trabajo



- Grupo Español de Crecimiento Verde

NH Hotel Group forma parte del Grupo Español de Crecimiento Verde desde su creación en 2016. Se trata de una plataforma de colaboración público-privada para avanzar conjuntamente en la lucha contra el cambio climático y hacia una economía baja en carbono.

La Compañía junto a otras 30 multinacionales y medianas empresas españolas ha firmado una propuesta para reclamar una Ley de Cambio Climático y Transición Energética “ambiciosa como fuente de oportunidades”, en una iniciativa pionera en España, coordinado por el Grupo Español para el Crecimiento Verde (GECV). El grupo está presente en multitud de eventos impulsando una transición ecológica urgente.



- Grupo de trabajo en Agua y Huella de Carbono de la International Tourism Partnership (ITP)

En 2019, ITP y sus miembros han continuado trabajando en sus cuatro objetivos comunes; siendo dos de ellos las emisiones de carbono y la escasez de agua.

Desde NH Hotel Group se ha participado en los grupos de trabajo con el objetivo de complementar los objetivos individuales de cada compañía del sector mediante la colaboración y el trabajo conjunto para multiplicar el impacto de las acciones. Siendo uno de los temas tratados con especial interés la lucha contra el plástico de un solo uso.

Iniciativas globales de concienciación en la reducción de emisiones de carbono



- Hora del Planeta 2019 de World Wildlife Fund (WWF)

NH Hotel Group se ha sumado por undécimo año consecutivo a esta iniciativa global que fomenta la concienciación ambiental frente al Cambio Climático. Los hoteles del Grupo participan apagando la iluminación de sus fachadas durante una hora, y organizan numerosas actividades para involucrar a los clientes y empleados como conciertos en acústico, cenas a la luz de las velas, menús preparados desde una perspectiva de bajo consumo energético, etc. En 2019 se ha hecho hincapié en esta iniciativa, otorgándole mayor difusión por parte de los hoteles.



- Semana ROOM4 Planet COP25

Con motivo de la celebración de la COP25 en Madrid, NH Hotel Group ha realizado acciones de sensibilización sobre cambio climático tanto en hoteles como oficinas. Por ejemplo, en el comedor de la oficina corporativa se eliminó el menú con carne una vez a la semana, con intención de mantener esta iniciativa durante todo el año.

Reconocimientos por la reducción de emisiones



- Iniciativa de NH Hotel Group seleccionada como una de las 101 acciones por el clima

NH Hotel Group presentó a la plataforma ‘Comunidad por el Clima’ su iniciativa de reducir un 20% sus emisiones validada por la Science Based Target Initiative. Esta iniciativa ha sido seleccionada como una de las 101 iniciativas empresariales más inspiradoras y con un mayor impacto.

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 ha creado 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 2019 se han ejecutado proyectos que mejoran la eficiencia energética por valor de 6,3 millones de euros.

6,3M€
en proyectos que mejoran la eficiencia energética durante 2019

En 2019 se ha creado y distribuido el Manual de Eficiencia energética, una herramienta clave con la recopilación de las mejores prácticas disponibles en términos de mejora de eficiencia para todos los elementos clave en el hotel.

PROGRAMA DE CERTIFICACIÓN MEDIOAMBIENTAL

NH Hotel Group cuenta con la certificación individual del 40,2% de los hoteles del portfolio.

149
hoteles certificados*

* 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 del portfolio.

Estas certificaciones son reconocidas a nivel global. Algunas de ellas son específicas para el sector turístico, y aprobadas por el Global Sustainable Tourism Council, el mayor organismo de referencia.

Nº DE CERTIFICACIONES AMBIENTALES A CIERRE DE 2019			
ÁREAS GEOGRÁFICAS	CERTIFICACIÓN	PERÍMETRO CONSOLIDADO	PERÍMETRO CORPORATIVO
Northern Europe	ISO 14001	25	25
	ISO 50001	1	1
	BREEAM	1	1
	GREEN KEY	42	43
Southern Europe	ISO 14001	65	67
	ISO 50001	24	24
	BREEAM	3	3
	GREEN KEY	1	1
América	HOTELES +VERDES	5	6
	LEED	1	1
	GREEN KEY	5	6
NÚMERO TOTAL DE CERTIFICACIONES		173	178

NH Hotel Group cuenta, asimismo, con hoteles certificados en el sistema de gestión ambiental ISO 14001 y en el sistema de eficiencia energética ISO 50001 para los servicios de alojamiento, restauración, reuniones y eventos.

92 hoteles con certificación ISO 14001 | **25** hoteles con certificación ISO 50001

A cierre de 2019, el 42% de los hoteles en Alemania, España e Italia cuentan ya con la certificación en ISO 14001 -un total de 92 hoteles- o en ISO 50001 -25 hoteles-.

En 2019, 8 hoteles han conseguido por primera vez algún sello distintivo en sostenibilidad, consiguiendo un total de 149 hoteles certificados de 361 de los hoteles del portfolio. Cabe destacar que en 2019 se han certificado 4 hoteles en Colombia bajo el sello Green Key.

Adicionalmente, 172 hoteles de NH Hotel Group han obtenido el distintivo Green Leaders de TripAdvisor, siendo un total de 46% de hoteles de la Compañía que cuentan con este reconocimiento.

Algunas de estas certificaciones y sellos reconocidos globalmente han sido: BREEAM, LEED, Green Key, Hoteles+Verdes, ISO 14001 o ISO 50001.

NUEVOS HOTELES INCORPORADOS AL PROGRAMA DE CERTIFICACIONES EN 2019*

HOTEL	PAÍS	TIPO DE CERTIFICACIÓN
NH Collection Royal Hacienda	Colombia	GreenKey
NH Collection Royal Teleport	Colombia	GreenKey
NH Collection Royal WTC	Colombia	GreenKey
NH Collection Royal Andino	Colombia	GreenKey
NH Rio Novo	Italia	ISO 14001 and 50001
Tivoli Oriente	Portugal	ISO 14001
Tivoli Carvoeiro	Portugal	ISO 14001
NH Panorama	Argentina	Hoteles+Verdes

** Todos los nuevos hoteles certificados pertenecen al perímetro de consolidación (hoteles en propiedad y alquiler)

GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR

NH Hotel Group implanta en todos sus hoteles un sistema de separación de residuos en origen, que permite su reciclaje. Los residuos separados son papel y cartón, vidrio, aceite usado, envases (plásticos, bricks, latas, etc.) y orgánico. Este sistema, para cuyo correcto uso los empleados reciben una formación, permite recuperar materiales para su reciclaje y posterior valoración. 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.

CORK2CORK

Durante 2019, con el objetivo de promover la economía circular y fomentar el reciclaje, la reutilización y otras formas de recuperación, NH Hotel Group está desarrollando el proyecto CORK2CORK. 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. En España e Italia, son 55 los hoteles que están participando y recogiendo los tapones de corcho.

Gracias a esta iniciativa, la Compañía ha sido galardonada con el “Premio Excelencia Turística 2019”.

LUCHA CONTRA EL DESPERDICIO DE ALIMENTOS

NH Hotel Group es consciente de que, debido al desperdicio de alimentos, no únicamente se pierden 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.

En 2019 se han desarrollado proyectos pilotos, que combina los residuos generados en cocina, identificando qué tipo de residuo se tira, a qué hora, que cantidad, proporcionando información útil para reducir el desperdicio de alimentos.





NH Imperial Playa
Las Palmas, España

GREEN HOTELS PROJECT

GREEN HOTEL PROJECT



- Energía verde
- Servicios de NH Hotel Group para la reducción de emisiones
- Compromiso de reducción de plásticos de un solo uso
- Satisfacción del cliente con la sostenibilidad

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.

ENERGÍA VERDE

NH Hotel Group es una Compañía comprometida con la reducción de su huella de carbono, por ello, apuesta por las energías renovables.

El consumo de energías renovables o verdes está disponible durante 2019 en un 96% de los hoteles de España, Italia, Holanda y Luxemburgo, cubriendo un 62% del total de la energía eléctrica consumida por los hoteles del Grupo en Europa.

Además, se involucra y sensibiliza al cliente con servicios específicos para la reducción de emisiones.

SERVICIOS DE NH HOTEL GROUP PARA LA REDUCCIÓN DE EMISIONES

Eco-friendly meetings and events:

En los hoteles del Grupo se busca involucrar al cliente durante la celebración de sus eventos, ofreciendo el servicio "Eco-friendly Meetings & Events" y el servicio de cálculo de la Huella de carbono por los eventos y reuniones celebrados. También se ofrece el servicio de compensación de emisiones.

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 75 hoteles que ofrecen servicio de alquiler de bicicletas, además de puntos de recarga para coches eléctricos instalados en 46 hoteles. Desde 2014 NH Hotel Group cuenta con un estándar global de movilidad sostenible.

En 2019 se continua la apuesta por ofrecer servicios de recarga de movilidad eléctrica aumentando el número de hoteles con este servicio. En enero 2020 se ha instalado un punto de recarga para vehículos eléctricos para los empleados de Headquarters.

Actualmente se están actualizando los puntos de recarga de los hoteles mejorando la tecnología para conseguir una recarga más rápida y adaptada a los nuevos vehículos.



COMPROMISO DE REDUCCIÓN DE PLÁSTICOS DE UN SOLO USO

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.

Por ello, la Compañía ha establecido un plan para eliminar los artículos desechables de plástico de un solo uso de sus estándares para todas las marcas de la cartera. A partir de 2020, los artículos como vasos de plástico de las habitaciones, bolsas de lavandería, empaques de zapatillas, envoltorios de dulces, entre otros, desaparecerán o serán sustituidos por alternativas más sostenibles. Los productos de jabón ofrecidos en los baños de las habitaciones serán sustituidos por nuevos dispensadores. Dentro del plan de reducción de un solo uso se contempla integrar fuentes de agua en zonas comunes, evitando así el uso de botellas de plástico.

De esta forma, NH Hotel Group ha estimado que para finales de 2020 eliminará 31 millones de artículos de plástico de uso único en los hoteles del Grupo.

SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CON LA SOSTENIBILIDAD

NH Hotel Group mide la satisfacción del cliente en términos de sostenibilidad.

LOS 10 HOTELES DE NH HOTEL GROUP MEJOR VALORADOS EN TÉRMINOS DE SOSTENIBILIDAD POR EL CLIENTE

UNIDAD DE NEGOCIO	HOTELES	VALORACIÓN SOBRE 10 PUNTOS EN 2019
Unidad de Negocio América	NH Puebla Finsa	9,52
	NH Collection Royal Terra 100	9,36
	NH Collection Guadalajara Providencia	9,34
	NH Collection Royal Hacienda	9,19
	NH Collection Mexico City Centro Histórico	9,12
Unidad de Negocio Norte de Europa	NH Collection Fori Imperiali	9,24
	NH Collection Porta Rossa	9,18
Unidad de Negocio Sur de Europa	NH Collection Doelen	9,15
	NH Collection Taormina	9,14
	NH Collection Palacio de Tepa	9,11

PRINCIPALES INICIATIVAS MEDIOAMBIENTALES POR UNIDAD DE NEGOCIO EN 2019

Unidad de Negocio Sur de Europa

- Campaña “No me tapones”

NH Ciudad de Zaragoza-NH Sport colabora en la campaña “NO ME TAPONES”, promovida por NK gestión cultural, un proyecto de recogida de tapones de plástico para financiar la ideación, elaboración y/o compra de instrumentos adaptados para personas con discapacidad usando la tecnología.

Este proyecto multidisciplinar integra la musicoterapia, la composición, la programación, la ingeniería electrónica, la fisioterapia... con el fin de desarrollar instrumentos musicales adaptados que logren potenciar las capacidades de personas con diversidad funcional.

- NH Collection Gran Hotel Calderón: líder en medio ambiente

NH Collection Gran Hotel Calderón, líder en medio ambiente, ha creado un comité denominado NHope, con el fin organizar acciones y eventos para ser un hotel más sostenible. Además, se ha ofrecido a la Unidad de Negocio Sur de Europa, para ser hotel piloto en proyectos de medio ambiente.

- NH Collection Gran Hotel Calderón, líder en medio ambiente, ha creado un comité denominado NHope, con el fin organizar acciones y eventos para ser un hotel más sostenible. Además, se ha ofrecido a la Unidad de Negocio Sur de Europa, para ser hotel piloto en proyectos de medio ambiente.

- Para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono, el hotel tiene instalados puntos de recarga para los vehículos eléctricos en el parking.

- Para reducir el uso de material de plástico, se regalaron durante 2019 botellas reutilizables a todos los empleados, y se han instalado fuentes de agua en varios sitios para poder rellenarlas. También se han quitado del bar las pajitas de plástico, se han sustituido las botellas de plástico en el gimnasio por una fuente, se han sustituido los vasos de plástico de un solo uso por vasos de plástico reusable y se ha sustituido la pegatina NH Collection de los periódicos por un sello.

- Para fomentar la correcta separación de residuos, se han instalado en los despachos cubos de reciclaje.

- Para combatir el desperdicio de alimentos se ha implementado envases, para que los clientes que no acaban su plato en el restaurante puedan llevárselo.

Además, se realizan campañas de sensibilización para los empleados sobre eficiencia hídrica, energética y reciclaje, y se colabora con asociaciones y ONGs para limpiar los océanos o eliminar colillas del suelo.

Unidad de Negocio América: Argentina

- “Menú del Planeta”

Durante la semana previa a la Hora del Planeta, el hotel NH Collection Buenos Aires Lancaster ofreció el “Menú del Planeta”, un menú con platos que no usaban electricidad ni gas en su preparación, y que tuvo muy buena acogida entre los clientes. El menú se promocionó con un mensaje de sensibilización para reducir las emisiones.

- Estudio sobre residuos de cocina

Los hoteles de Buenos Aires están participando en un estudio de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires, que consiste en la medición y muestreo de los residuos de cocina, para identificar oportunidades de mejora para la separación y reducción del desperdicio de alimentos.

- Plantación anual de árboles

Los hoteles de Buenos Aires realizaron en mayo la plantación anual de árboles en la Reserva Ecológica Costanera Sur.

Unidad de Negocio Norte de Europa

- Huevos de gallinas libres de jaulas

NH Hotel Group está analizando los requisitos de bienestar animal fomentando el 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.

nhow Rotterdam
Rotterdam, Países Bajos

OTRAS INICIATIVAS DESTACADAS

La Compañía continúa trabajando en su nuevo Plan Estratégico que comenzará a implantarse a lo largo 2020. Este Plan mantiene las principales líneas de trabajo del anterior, teniendo como pilar fundamental "NH Room 4 Planet" para poner el foco en temas relevantes como: cambio climático, eficiencia energética, la compra de energía verde y la gestión cadena de valor.

En esta línea, Medio Ambiente trabajará con el departamento de Compras responsables para aunar esfuerzos y conseguir sinergias para lograr los objetivos aprobados por la iniciativa Science Based Target, alineada con el Acuerdo de París.

El Grupo no se plantea objetivos de reducción de ruidos, pero se preocupa por realizar una correcta gestión del ruido con el fin de garantizar el descanso y bienestar de los huéspedes, así como colaborar por una buena convivencia con los vecinos donde los hoteles están ubicados.

NH Hotel Group no desarrolla su actividad dentro de áreas naturales protegidas. Sin embargo, la Compañía cuenta con distintas medidas e iniciativas para preservar y restaurar la biodiversidad de los entornos en los que opera.

- Pesca sostenible

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

Los huertos urbanos, cultivados en las zonas colindantes de algunos hoteles de la Compañía, consiguen aumentar el valor paisajístico y gastronómico de los platos, y disminuyen su impacto ambiental negativo al reducir la necesidad de transporte de estos productos cultivados.

NH Collection Royal Medellín (Colombia) cuida de una huerta ecológica donde se cultivan, a 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 cuida la zona verde alrededor de su hotel favoreciendo el hábitat de numerosas especies de animales y manteniendo así la conexión y zona de paso entre áreas naturales. Esta zona verde está disponible para que los huéspedes puedan disfrutar de ella, además de favorecer la amortiguación de emisiones sonoras y contaminantes.

El NH Collection Royal Hacienda, en Bogotá (Colombia), también tiene 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, NH Milano Congress Center y NH Torino Centro también cuentan con huertos con plantas aromáticas; y el NH Orio Al Serio 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 y conocedores de la situación crítica de las abejas en Europa, se mantienen cinco hoteles del Grupo alojan a abejas en sus tejados de manera segura para los clientes. Estos hoteles son: NH Wien City (Austria), NH Berlin Alexanderplatz (Alemania), NH Potsdam (Alemania), NH Köln Altstadt (Alemania) y NH Collection Barbizon Palace (Países Bajos).

- COMEDORES DE PERSONAL SOSTENIBLES

El equipo de NH Madrid Abascal ha creado el primer piloto de comedor de personal ecológico en su hotel. Este proyecto consistió en la renovación de la cantina de los empleados para crear un espacio completamente sostenible, incluyendo criterios de elección de material sostenible. Este espacio se ha utilizado para crear conciencia sobre el cambio climático y la sostenibilidad entre los empleados del hotel.

Algunas de las mejoras que se han incluido son la recuperación de materiales para crear estanterías, priorización de materiales de madera certificados FSC, sustitución de iluminación por tecnología LED, recuperación de elementos de otras áreas del hotel en perfecto estado para su uso en este espacio, utilización de pintura ecológica para las paredes.

Esta iniciativa se recoge también en una instrucción operativa dentro del sistema de gestión corporativo, de manera que este proyecto siga creciendo en otras regiones. Durante el 2019 se han creado 3 comedores sostenibles, siendo el objetivo que este proyecto se extienda a un total de 6 hoteles en una primera fase 2020.



USOS SOSTENIBLES DE LOS RECURSOS

CONSUMO DE ENERGÍA

kWh/RN

CONSUMO DE ENERGÍA	CONSUMO DE ENERGÍA 2018 (kWh)	CONSUMO DE ENERGÍA 2019 (kWh)	DIF. 2018 vs 2019 (%)	RATIO ENERGÍA 2018 (kWh/RN)	RATIO ENERGÍA 2019 (kWh/RN)	DIF. 2018 vs 2019 (%)
Unidad de Negocio América	57.563.926	54.090.594	-6,0%	50,15	49,06	-2,2%
Unidad de Negocio Norte de Europa	274.515.769	275.339.422	0,3%	49,53	49,37	-0,3%
Unidad de Negocio Sur de Europa	231.777.218	252.022.163	8,7%	46,92	47,20	0,6%
TOTAL	563.856.914	581.452.180	3,1%	48,48	48,37	0,2%

Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

CONSUMO DE AGUA

m³/RN

Desde la definición del primer Plan de Sostenibilidad con un año base 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. Además, desde 2014 se inicia la implantación progresiva de duchas que consiguen una reducción del volumen de agua en un 40% gracias a su tecnología de ahorro.

Durante 2019 se trabaja en la creación de un curso de sensibilización ambiental que reforzará estos pautas y actuaciones. Estará disponible para todos los empleados de la Compañía en 2020.

WATER CONSUMPTION*	CONSUMO DE AGUA 2018 (m ³)	CONSUMO DE AGUA 2019 (m ³)	DIF. 2018 vs 2019 (%)	RATIO AGUA 2018 (m ³ /RN)	RATIO AGUA 2019 (m ³ /RN)	DIF. 2018 vs 2019 (%)
Unidad de Negocio América	470.590	445.469	-5,3%	0,410	0,404	-1,5%
Unidad de Negocio Norte de Europa	1.509.841	1.506.862	-0,2%	0,272	0,270	-0,7%
Unidad de Negocio Sur de Europa	1.672.000	2.037.211	21,8%	0,331	0,382	15,4%
TOTAL	3.652.431	3.989.542	9,2%	0,314	0,332	5,1%

Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.



NH Campo Grande
Lisboa, Portugal



NH Avenida Jerez
Jerez de la Frontera, España

HUELLA DE CARBONO

ALCANCE 1*	EMISIONES TOTALES 2018 (Tn eq CO ₂)	EMISIONES TOTALES 2019 (Tn eq CO ₂)	DIF. 2018 vs 2019 (%)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2018 (kg eq CO ₂ /RN)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2019 (kg eq CO ₂ /RN)	DIF. 2018 vs 2019 (%)
Unidad de Negocio América	4.595	4.311	-6,2%	4,22	3,91	-7,4%
Unidad de Negocio Norte de Europa	32.363	32.182	-0,6%	5,90	5,77	-2,3%
Unidad de Negocio Sur de Europa	21.243	22.940	8,0%	4,28	4,29	0,4%
TOTAL	58.200	59.433	2,1	5,04	4,94	-2,0

* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

ALCANCE 2*	EMISIONES TOTALES 2018 (Tn eq CO ₂)	EMISIONES TOTALES 2019 (Tn eq CO ₂)	DIF. 2018 vs 2019 (%)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2018 (kg eq CO ₂ /RN)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2019 (kg eq CO ₂ /RN)	DIF. 2018 vs 2019 (%)
Unidad de Negocio América	12.303	11.294	-8,2%	11,31	10,24	-9,4%
Unidad de Negocio Norte de Europa	8.105	27.434	238,5%	1,48	4,92	232,7%
Unidad de Negocio Sur de Europa	2.701	3.080	14,0%	0,54	0,57	6,0%
TOTAL	23.109	41.808	80,9%	2,0	3,48	73,6%

* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

ALCANCE 1+2*	EMISIONES TOTALES 2018 (Tn eq CO ₂)	EMISIONES TOTALES 2019 (Tn eq CO ₂)	DIF. 2018 vs 2019 (%)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2018 (kg eq CO ₂ /RN)	RATIO HUELLA DE CARBONO 2019 (kg eq CO ₂ /RN)	DIF. 2018 vs 2019 (%)
Unidad de Negocio América	17.552	15.605	-11,1%	15,29	14,15	-7,5%
Unidad de Negocio Norte de Europa	41.182	59.616	44,8%	7,43	10,69	43,9%
Unidad de Negocio Sur de Europa	23.303	26.020	11,7%	4,72	4,87	3,2%
TOTAL	82.037	101.241	23,4%	7,05	8,42	19,4
Alcance 1	59.304	59.433	0,2%	5,10	4,94	-3,1%
Alcance 2	22.732	41.808	83,9%	1,95	3,48	78,5%

* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

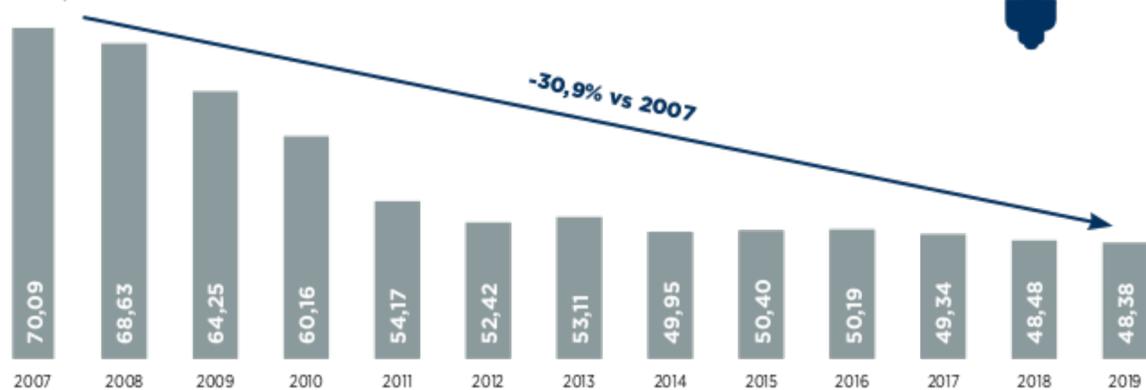
Tras la aprobación de los objetivos de reducción de emisiones validados por SBTs, NH Hotel Group ha estimado, siguiendo esta metodología, una totalidad de emisiones alcance 3 de 389.862 Tn eq CO₂⁵ en 2019.

⁵ Las emisiones de alcance 3 publicadas no entran dentro del alcance de la auditoría.

RESULTADOS 2019 Y REDUCCIÓN INTERANUAL

CONSUMO DE ENERGÍA

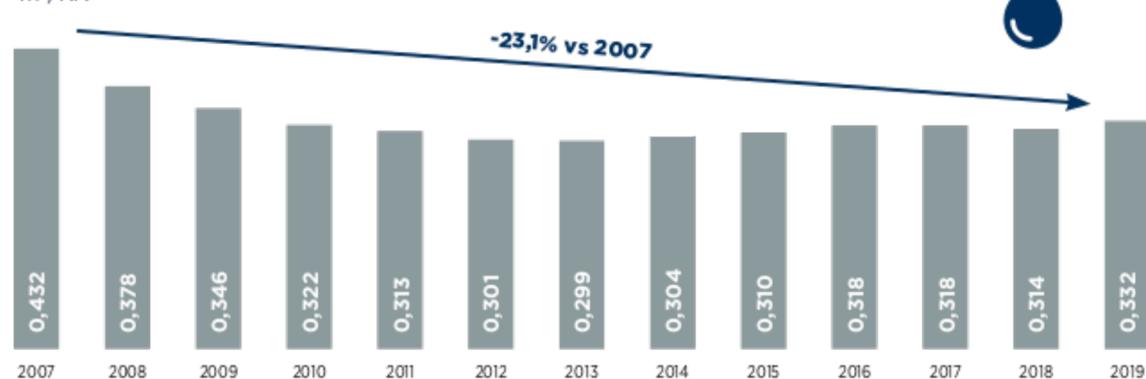
kWh/RN



* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

CONSUMO DE AGUA

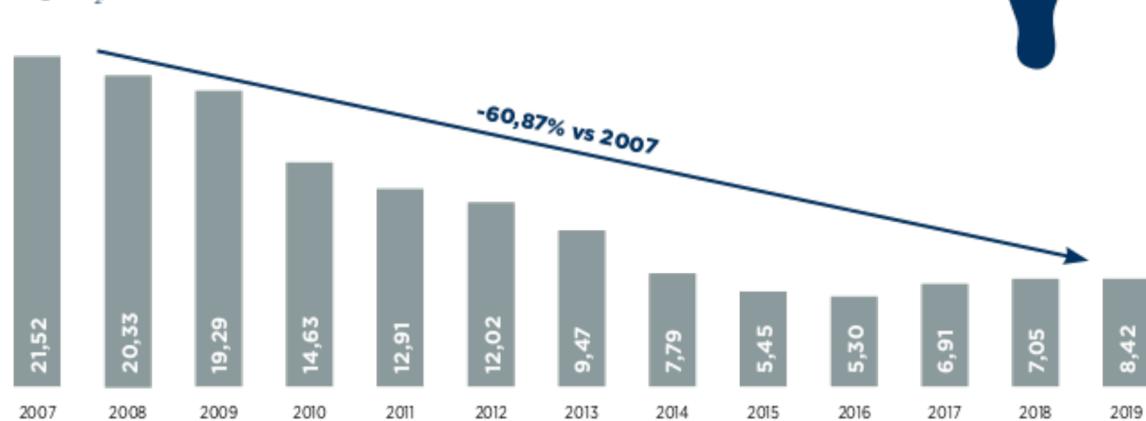
m³/RN



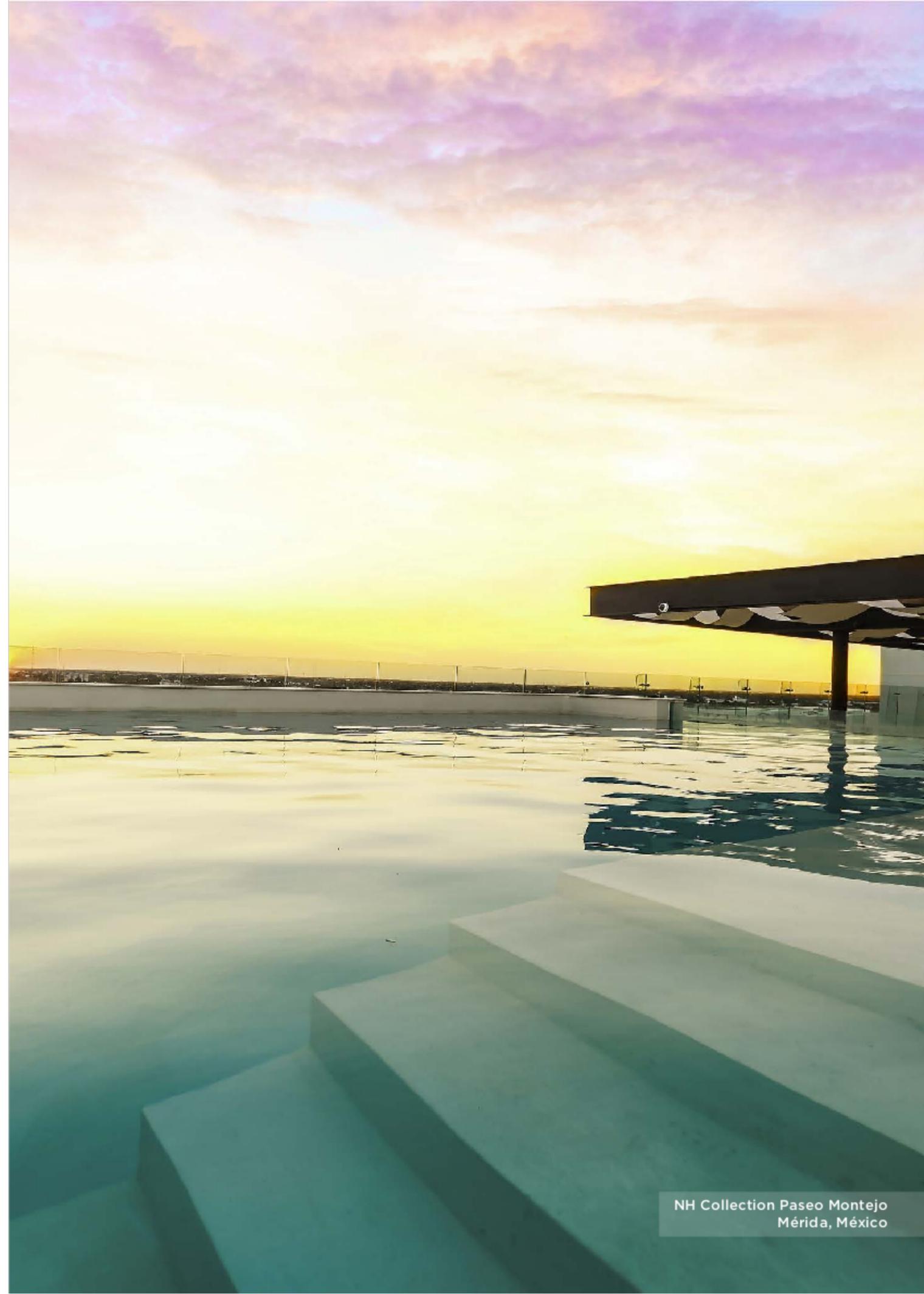
* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.

HUELLA DE CARBONO SCOPE 1+ SCOPE 2

kg CO₂/RN



* Información relativa a los datos de NH Hotel Group para los centros del perímetro consolidado.



NH Collection Paseo Montejo
Mérida, México

RECONOCIMIENTOS A NH HOTEL GROUP EN 2019



NH Collection Grand Hotel
Convento di Amalfi
Amalfi, Italia

PREMIOS CORPORATIVOS



BUSINESS TRAVELER AWARDS (ALEMANIA)

- Mejor Cadena Hotelera del mundo para viajeros de negocios
- Mejor Cadena Hotelera para viajeros en Alemania (3ª posición)

BUSINESS TRAVELER & MICE AWARDS (PAÍSES BAJOS)

- Mejor Cadena Hotelera en segmento reuniones y eventos



PREMIOS DE TURISMO CIUDAD DE MÁLAGA (ESPAÑA)

- Premio a NH Hotel Group por su compromiso e inversión en la oferta turística de la región



AGENT TRAVEL MAGAZINE (ESPAÑA)

- Mejor Cadena Hotelera para España y el extranjero



TRAVEL RANKING AWARDS (ESPAÑA)

- Cadena hotelera más recomendada para turismo de negocio y urbano



SELLING TRAVEL AGENTS' CHOICE AWARDS (REINO UNIDO)

- Mejor cadena hotelera de Europa



ECCELLENZA AWARD (ITALIA)

- Empresa Excelente en el sector hotelero



ALEXANDER HAMILTON (GLOBAL)

- Mención honorable en Tesorería



BRAND FINANCE (ESPAÑA)

- Segunda marca hotelera más fuerte en España



TEAM MAGAZINE TOP 500

- Mejor Empleador



PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS A HOTELES



DUTCH NATIONAL MEETING AWARDS (PAÍSES BAJOS)

- NH Amsterdam Schipol Airport: Mejor espacio para reuniones y eventos en Países Bajos



ITALIAN MISSION AWARDS (ITALIA)

- nhow Milano: Mejor espacio para reuniones y eventos en el norte de Italia

LA RAZÓN

PREMIOS DE TURISMO LA RAZÓN (ESPAÑA)

- Anantara Villa Padierna Palace: Best luxury golf and beach resort in Spain



CONDÉ NAST TRAVELLER SPAIN GOLD LIST (ESPAÑA)

- NH Collection Madrid Suecia: Top 10 de hoteles urbanos en España (finalista)

CONDÉ NAST TRAVELER READERS' CHOICE (ESTADOS UNIDOS)

- NH Collection Firenze Porta Rossa (nominado)
- NH Collection Madrid Palacio de Tepa (nominado)
- NH Collection Genova Marina (nominado)
- NH Collection Gran Hotel de Zaragoza (nominado)
- nhow Berlin (nominado)
- nhow Milano (nominado)
- nhow Rotterdam (nominado)



HISTORIC HOTELS WORLDWIDE (ESTADOS UNIDOS)

- NH Collection Grand Convento di Amalfi: Top 10 magníficos jardines



FORBES (ESTADOS UNIDOS)

- NH Collection Amsterdam Doelen: entre los 8 mejores hoteles de Amsterdam



THE INDEPENDENT (REINO UNIDO)

- NH Collection Lisboa Liberdade: entre los 10 mejores hoteles en Lisboa

THE LONDON ECONOMIC

THE LONDON ECONOMIC (REINO UNIDO)

- NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderon: entre los 8 hoteles más lujosos de Barcelona



THE TELEGRAPH (REINO UNIDO)

- NH Collection Madrid Suecia: entre los 50 Mejores Hoteles de España para el verano



LOVED BY GUESTS - HOTELES.COM /EXPEDIA (ESPAÑA)

- NH Collection Pódium: Familia



BRABANT HOSPITALITY AWARD (ALEMANIA)

- NH Collection Eindhoven Centre: Espacio más hospitalario de la provincia de Brabante



ENTREE AWARD (PAÍSES BAJOS)

- NH Collection Amsterdam Flower Market: mejor remodelación en Países Bajos

PREMIOS EN SOSTENIBILIDAD



RETHINK HOTEL AWARDS (ESPAÑA)

- NH Hotel Group: uno de los diez mejores proyectos de sostenibilidad y rehabilitación energética hotelera

AUSBILDERHERZ 2019 (ALEMANIA)

- NH Düsseldorf City Nord: por su apoyo al empleo juvenil entre jóvenes en riesgo de exclusión



EQUILEAP RANKING 2019 (WORLDWIDE)

- NH Hotel Group: Compañía líder en España en defensa de la igualdad de género y en el Top 100 a nivel mundial (posición 48)

PREMIOS EN INNOVACIÓN Y EXPERIENCIA



100 MEJORES IDEAS DEL AÑO (ESPAÑA)

- FASTPASS



SKIFT DESIGN AWARDS (ESTADOS UNIDOS)

- FASTPASS: Mejor Experiencia para viajeros de negocio



PREMIOS NACIONALES DE MARKETING (ESPAÑA)

- FASTPASS: Mejor Innovación



FREDDIE AWARDS (ESTADOS UNIDOS)

- NH Rewards: Premio 210 al Mejor programa de fidelización emergente de Europa



NH Collection Guadalajara Providencia
Guadalajara, Jalisco, México

PREMIOS EN MARKETING



PREMIOS FITUR (ESPAÑA)

- NH Hotel Group: Mejor stand corporativo de la feria



ITB INTERNATIONAL TOURISM FILM AND MULTIMEDIA AWARD (ALEMANIA)

- nhov London Reloaded video: mejor video en el sector turístico

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS GASTRONÓMICOS

IAT (ITALIA)

- NH Hotel Group: mejor compromiso para una oferta gastronómica de alta calidad



WINE SPECTATOR (ESTADOS UNIDOS)

- The White Room
(NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky): mejor premio de excelencia



DUTCH WORLD CLASS BARTENDER FINALS (PAÍSES BAJOS)

- The Tailor Bar
(NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky)



DELTA RESTAURANT GUIDE (PAÍSES BAJOS)

- Hispania Brussels
(NH Collection Grand Sablon): restaurante del Año



THE LUXURY EDITOR (REINO UNIDO)

- Vermeer
(NH Collection Amsterdam Barbizon Palace): seleccionado entre los Mejores Restaurantes de Ámsterdam
- The White Room
(NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky): seleccionado entre los Mejores Restaurantes de Ámsterdam

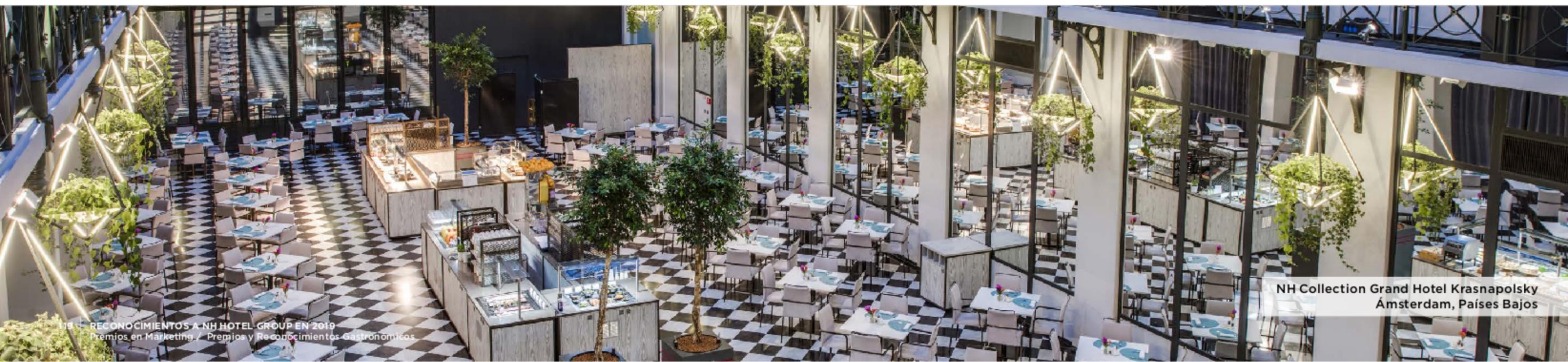


LA RAZÓN GASTRO & CÍA AWARDS (ESPAÑA)

- Sonata 32, restaurante de NH Collection Valencia Colón: Mejor Restaurante de Hotel

BEST CHEESE TABLE IN MADRID, INALC (ESPAÑA)

- Tablafina Madrid, restaurante de NH Madrid Nacional: Mejor Mesa de Quesos



NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky
Ámsterdam, Países Bajos

PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA



PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ELABORACIÓN DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

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); siguiendo la edición 2016 de la guía.
- 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 los mismos. 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

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

INDICADOR	2018	2019
Perfil		
Cartera de hoteles	350	368
Número de habitaciones	54.374	57.466
Número de clientes	16 millones	31 millones
Subvenciones*	132.088€	3.031.741€
Beneficio neto**	101,6M€	90M€
Total de ingresos	1.613,4M€	1.708,1M€
NH ROOM4 Responsible Shared Success		
CLIENTES		
Valoraciones de los clientes - Encuesta NH	8,5	8,6
Valoraciones de los clientes - Encuestas online	8,4	8,5
Comunicaciones gestionadas desde el área de Customer Care	11.191	13.440
Puntos donados (1 punto=1€) a través del programa de donación solidaria de NH Rewards	2.655€	2.262€
Nº de hoteles con elementos adaptados a necesidades especiales	291	344
PROVEEDORES		
Volumen de proveedores gestionados	15.141	15.117
Proveedores firmantes Código Ético	1.646	1.872
% compras a proveedores locales	89,90%	95%
Volumen de compra anual (gasto + inversión)	578,3M€	650,5M€
Volumen total de compras negociado por Coperama a nivel global	407,2M€	437,3M€
Número de Códigos Éticos firmados con proveedores activos	1.646	1.872
ALIANZAS		
Aportación a asociaciones	478.802€	745.653€
Aportación a asociaciones sectoriales	365.468€	582.384€
Aportación a asociaciones sin ánimo de lucro	18.723€	20.654€

* El incremento de subvención en 2019 corresponde a una subvención solicitada hace 10 años para una obra de construcción, que se ha recibido este ejercicio.

** Atribuible a la Sociedad Dominante.

INDICADOR	2018	2019
NH ROOM4 People		
EMPLEADOS		
Plantilla media (nº de empleados)	10.956	11.464
Contratos indefinidos	75%	79%
Rotación media	29,50%	23,35%
Empleados en país diferente al de origen	13,40%	17,60%
Mujeres en plantilla	51,10%	50,90%
Mujeres directivas	42,50%	43,30%
Empleados menores de 25 años	11%	11%
Empleados de entre 25 y 40 años	46%	45%
Empleados mayores de 40 años	43%	44%
Nº de Nacionalidades	131	139
Empleados con discapacidad	52	114
FORMACIÓN		
Horas de formación impartidas a través de NH University	98.012	134.651
Inversión total en formación	1,7M€	1,3M€
Subvención en formación	117.558€	155.208€
COMUNIDAD		
Total de proyectos sociales	128	331
Nº de voluntarios NH	250	1.164
Inversión en acción social	181M€	133M€
Aportación Tarifa ONG	181M€	244M€
Aportación de Bono Amigo + Tarifa Empleado	183M€	162M€
Programa Hoteles con Corazón: acuerdos con ONG	51	71
Programa Hoteles con Corazón: noches de estancia donadas	1.107	1.059
Programa Hoteles con Corazón: hoteles involucrados	59	49
NH ROOM4 Planet		
Inversión en eficiencia energética	6,9M€	6,3M€
% de energía eléctrica consumida por los hoteles del Grupo en Europa	81%	62%
Consumo de energía (kWh)	563.856.914	581.452.180
Ratio de energía (kWh/RN) (consumo por habitación/noche)	48,48	48,38
Consumo de agua (m³)	3.652.431	3.989.542
Ratio de agua (m³/RN) (consumo por habitación/noche)	0,314	0,332
Huella de carbono - Emisiones de CO ₂ (Tn CO ₂)	82.037	101.241
Huella de carbono - Ratio de emisiones de CO ₂ (kg CO ₂ /RN) (consumo por habitación/noche)	7,05	8,42
Nº total de hoteles certificados	141	149

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, y su relación con los indicadores del estándar Global Reporting Initiative (GRI).

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá: 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.	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	Nuestra presencia en el mundo 2019 Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartados "Estrategia de NH Hotel Group" y "Principales iniciativas estratégicas")
		102-6	Mercados servidos	Nuestra presencia en el mundo 2019
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 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 Indicadores Clave	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan: 1. El seguimiento y evaluación de los progresos y 2. Que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	103	Enfoque de Gestión	Anexo I: Tabla de indicadores
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 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. 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.	102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	Gestión de riesgos (Apartado "Categorías de riesgos y proceso de identificación, supervisión y monitorización")
		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")
Cuestiones Medioambientales	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; 2. Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; 3. La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales.	Medio Ambiente		
		103	Enfoque de Gestión	NH ROOM4 Planet (Apartado "Principales indicadores ambientales")
		102-11	Principio o enfoque de precaución	NH ROOM4 Planet (Apartado "Prevención de riesgos ambientales y principio de precaución")
		Contaminación		
1. Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente; 2. Teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	103	Enfoque de Gestión de Emisiones	NH ROOM4 Planet (Apartado "Compromiso en la lucha contra el Cambio Climático" y "Medidas de adaptación al Cambio Climático")	
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	NH ROOM4 Planet (Introducción)	

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones Medioambientales	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;	303-1	Extracción de agua por fuente	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos")
	Consumo de materias primas 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")
	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", "Plan de eficiencia energética", "Resultados 2019 y reducción interanual")
		302-1	Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos")
		302-4	Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartados "Usos sostenibles de los recursos" y "Resultados 2019 y reducción interanual")
	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 de la lucha contra el Cambio Climático" y "Medidas de adaptación al Cambio Climático")
		305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	NH ROOM4 Planet (Apartado "Huella de carbono")
		305-2	Emisiones directas de GEI (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 de la lucha contra el Cambio Climático")
	Protección de la biodiversidad			
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	103	Enfoque de Gestión de Biodiversidad	NH ROOM4 Planet (Introducción y Apartado "Otras iniciativas destacadas")	
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	103	Enfoque de Gestión de Biodiversidad	NH ROOM4 Planet (Introducción y Apartado "Otras iniciativas destacadas")	

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Empleo	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones sociales y relativas al personal			Employment	
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;	103	Enfoque de Gestión de Empleo	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	
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	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,	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Creación de empleo de calidad y retención del talento")
		405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleado	
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Rotación y absentismo")
	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'")
	Empleados con discapacidad.	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	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'")
	Número de horas de absentismo	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Rotación y absentismo")
	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'")
			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	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Salud y bienestar en el trabajo")
	Enfermedades profesionales; desagregado por sexo.	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	
		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")	

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Cuestiones sociales y relativas al personal	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	
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	103	Enfoque de Gestión	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")			
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")
	Prevención 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" y "Novedades para la Protección de los Derechos Humanos")
	Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos;	406-1	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;			Ética y Conducta (Apartado "Protección de los Derechos Humanos")
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;			
	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		

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección
Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	103	Enfoque de Gestión de Anticorrupción	Sistema de Cumplimiento (Introducción y Apartado "Nuevas políticas aprobadas en 2019")
		205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Ética y Conducta (Apartado "Difusión y formación en ética y conducta")
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales.	205-2	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 "Contribuciones a asociaciones destacadas en 2019")
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;	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas sostenibles (Apartado "Diálogo con grupos de interés")
		413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
	Las acciones de asociación o patrocinio.	102-12	Iniciativas externas	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado "Relaciones con asociaciones")
		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")	

Ámbitos Ley 11/2018 28 de diciembre	Contenidos	Relación estándares GRI	Descripción GRI	Título de la Sección	
Sociedad			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")	
	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	103	Enfoque de Gestión de beneficios país por país	Modelo de negocio de NH Hotel Group (Apartado "Información fiscal")	
	Impuestos sobre beneficios pagados	103	Enfoque de Gestión de impuestos sobre beneficios pagados		
	Subvenciones públicas recibidas	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Ética y Conducta (Apartado "Relación con Gobiernos y Policy Influence")	
			Otros indicadores relevantes		
	Gobernanza		102-18	Estructura de gobernanza	Gobierno Corporativo
			102-19	Delegación de autoridad	
			102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	
		102-23	Presidente del máximo organismo de gobierno		
		102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno		
		102-25	Conflictos de intereses		

Nota. Adicionalmente a los indicadores incluidos en la tabla, se puede encontrar información financiera 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.

ANEXO III: ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

Este informe se ha elaborado de conformidad con los estándares GRI: opción Esencial.

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
GRI 101: Fundamentos		
Contenidos Generales		
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
	102-1 Nombre de la organización	Modelo de negocio
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	Nuestra presencia en el mundo 2019 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 2019 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 2019
	102-7 Tamaño de la organización	Nuestra presencia en el mundo 2019 Modelo de negocio de NH Hotel Group
GRI 102: Contenidos Generales	102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Nuestro capital humano")
	102-9 Cadena de suministro	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de valor responsable
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Hitos 2019 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")
	102-12 Iniciativas externas	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles (Apartado "Relación con asociaciones") NH ROOM4 Planet (Apartado "Medidas de adaptación al Cambio Climático")
	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 E INTEGRIDAD		
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

CONTENIDOS GENERALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
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
	102-25 Conflictos de intereses	Sistema de Cumplimiento
	102-35 Políticas de remuneración	Sistema de Cumplimiento
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	Modelo 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	Modelo 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	Modelo 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")
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	Nuestra presencia en el mundo 2019 Sobre el Estado de Información No Financiera (Apartado "Alcance") Modelo NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado "Análisis de materialidad")
	102-47 Lista de temas materiales	Modelo NH ROOM4 Sustainable Business (Apartado "Análisis de materialidad")
	102-48 Reexpresión de la información	No hay reexpresión de la información respecto al informe anterior
	102-49 Cambios en la elaboración de informes	El ejercicio 2019 es el primero que aúna, en un solo documento, el Estado de Información No Financiera y la Memoria de Sustainable Business
	102-50 Periodo objeto del informe	2019
	102-51 Fecha del último informe	La última memoria publicada corresponde al ejercicio anterior, 2018
	102-52 Ciclo de elaboración de informes	Sobre el Estado de Información No Financiera
	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

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
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	
BUENAS PRÁCTICAS EN GOBIERNO CORPORATIVO		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Gobierno Corporativo
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO		
GRI 201: Desempeño económico	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	Ética y Conducta (Apartado "Relación con Gobiernos y Policy Influence")
GRI 205: ANTICORRUPCIÓN		
GRI 205: Anticorrupción	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Sistema de Cumplimiento Ética y Conducta
COMPROMISO ÉTICO Y TRANSPARENCIA		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Sistema de Cumplimiento Ética y Conducta (Introducción y Apartado "Difusión y formación en ética y conducta")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	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")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
	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	Gestión de riesgos (Apartado "Gobierno de la Gestión de Riesgos")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	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")
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	Gestión de riesgos
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	Principales iniciativas estratégicas en 2019 (Apartado "5. Plan de Transformación")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Alianzas Sostenibles (Apartado "Diálogo con Grupos de Interés")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
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		
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		
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	NH ROOM4 People: Empleados (Apartado "Formación NH University")
	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 Selección de Candidatos a Consejero") 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")
COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People (Apartados "Compromiso y participación de los empleados" y "Comunicación interna")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
SALUD Y BIENESTAR EN EL TRABAJO		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People (Apartado "Salud y Bienestar en el trabajo")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo	403-2 Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	NH ROOM4 People (Apartados "Salud y Bienestar en el trabajo" y "Rotación y absentismo")
	403-3 Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	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	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad", "Donación de mobiliario de hoteles reformados" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
IMPACTO POSITIVO EN LA COMUNIDAD Y CULTURA LOCAL		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad", "Donación de mobiliario de hoteles reformados" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES		
GRI 413: Comunidades locales	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" y "Contribuciones a asociaciones destacadas en 2019") NH ROOM4 People: Comunidad (Introducción y apartados "Together with Love: Voluntariado Corporativo", "Hoteles con Corazón - HwH", "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad", "Donación de mobiliario de hoteles reformados" y "Alianzas con Fundaciones y ONGs")
PROMOCIÓN DEL EMPLEO JOVEN		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 People: Comunidad (Apartado "Promoción del empleo joven: programas de empleabilidad")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
ALIANZAS SOSTENIBLES		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Alianzas Sostenibles
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
CADENA DE VALOR RESPONSABLE Y LOCAL		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Cadena de Valor Responsable (Apartado "Gestión de proveedores")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN		
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		
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores	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		
GRI 414: Evaluación social de los proveedores	416-1 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	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartados "Experiencia NH", "Sistema de Gestión de la Calidad", "Evolución de las herramientas de medición de Calidad en 2019")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	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")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
FOMENTO DE LA SOSTENIBILIDAD ENTRE LOS CLIENTES		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Responsible Shared Success: Clientes (Apartado "Cliente responsable") NH ROOM4 Planet (Apartado "Green Hotel Project")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

TEMAS MATERIALES

ESTÁNDAR GRI	CONTENIDO	NÚMEROS DE PÁGINA O RESPUESTA DIRECTA
GRI 302: ENERGÍA		
ENERGÍA VERDE Y EFICIENCIA ENERGÉTICA		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartados "Política de Sostenibilidad Medioambiental de NH Hotel Group", "Plan de eficiencia energética" y "Programa de certificación medioambiental")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 302: Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos")
	302-4 Reducción del consumo energético	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos" y "Resultados 2019 y reducción interanual")
GRI 303: AGUA		
GESTIÓN RESPONSABLE DEL AGUA		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Introducción y apartado "Política de Sostenibilidad Medioambiental de NH Hotel Group")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 303: Agua	303-1: Extracción de agua por fuente	NH ROOM4 Planet (Apartado "Usos sostenibles de los recursos" y "Resultados 2019 y reducción interanual")
LUCHA CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartado "Medidas de adaptación al Cambio Climático")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GRI 305: EMISIONES		
GRI 305: Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	NH ROOM4 Planet (Apartados "Huella de carbono" y "Resultados 2019 y reducción interanual")
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
SERVICIOS SOSTENIBLES DE HOTELERÍA		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartados "Green Hotel Project", "Satisfacción del cliente con la sostenibilidad" y "Otras iniciativas destacadas")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
GESTIÓN DE RESIDUOS Y ECONOMÍA CIRCULAR		
GRI 103: Enfoque de Gestión	103-1 Explicación del tema material y su Cobertura	NH ROOM4 Planet (Apartado "Gestión de residuos y economía circular")
	103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	

ANEXO IV: INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE



NH Hotel Group, S.A. y sociedades dependientes

Informe de Verificación Independiente
31 de diciembre de 2019

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 2019 adjunto (en adelante, EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019, de NH Hotel Group, S.A. (Sociedad dominante) y sociedades dependientes (en adelante, NH Hotel Group) que forma parte del Informe de Gestión Consolidado (en adelante, Informe de Gestión) de NH Hotel Group del ejercicio 2019.

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 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* (estándares GRI) según la opción Esencial descritos 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 EINF.

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 de Ética para Profesionales de la Contabilidad emitido por el Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.287, libro 8.054, sección 3ª
Inscrita en el R.O.A.C. con el número 80242 - CIF: B-79 031260

1



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 que se refiere exclusivamente al ejercicio 2019. Los datos correspondientes a ejercicios anteriores fueron verificados por otro profesional. 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 y 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, S.A. 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 2019 en función del análisis de materialidad realizado por NH Hotel Group y descrito en el apartado NH ROOM 4 SUSTAINABLE BUSINESS "Análisis de Materialidad" del citado EINF, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2019.
- 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 2019.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2019 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 2019 de NH Hotel Group, S.A. y sociedades dependientes correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019 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 descritos 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 EINF.

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

25 de febrero de 2020

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

PRICEWATERHOUSECOOPERS
AUDITORES, S.L.

2020 Núm. 01/20/D1439
30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:
Informe sobre trabajos distintos
a la auditoría de cuentas

nh | HOTEL GROUP PART OF **MINOR**
HOTELS



Santa Engracia, 120
28003 - Madrid
T: +34 91 451 97 18
nh-hotels.com
nhhotelgroup.com