

A modern hotel lobby with a high ceiling, glass railings, and a reception desk. The architecture features blue and grey tones with warm lighting. A large red and white circular logo is visible on the wall.

# NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Marta Martín  
Directora RSC, NH Hotel Group  
30 de Junio 2016

NH Collection Guadalajara Providencia, México

## NUESTRA PRESENCIA EN EL MUNDO 2015



**378**  
HOTELES

**30**  
PAÍSES

**58.655**  
HABITACIONES

**21.243**  
EMPLEADOS

**16** MILLONES  
DE CLIENTES

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

# NH Hotel Group, a Responsible Company



NH Collection Berlin Friedrichstrasse,  
Berlin

En NH Hotel Group, operamos nuestra actividad hotelera con la ambición de liderar el comportamiento responsable, **creando valor compartido a nivel económico, social y medioambiental** allí donde estamos presentes.

Aspiramos a ofrecer experiencias únicas a nuestros clientes en nuestros hoteles y a nuestros empleados, a ser activos en las comunidades en las que vivimos, y en el cuidado del medio ambiente; lo que nos permite transmitir los principios éticos y de negocio responsable que guían nuestra forma de trabajar.

## Nuestra vision

*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?”*

## Nuestros Grupos de Interés



NHHG ha elaborado su Plan Global de Responsabilidad Corporativa 2016-2018 con el objetivo de liderar el comportamiento responsable del sector.

## **Responsible Commitment Plan 2016-2018**

El Plan a tres años, se integra en la estrategia de la Compañía, y anualmente, reportará sobre los logros y avances en base al establecimiento de una serie de indicadores.

Como punto de partida se han utilizado los compromisos definidos a partir del estudio de materialidad y en línea con la Política de Responsabilidad Corporativa de la compañía.

El Plan consta de los siguientes Pilares:



**RESPONSIBLE  
BUSINESS**



**PEOPLE**



**CUSTOMERS**



**COMMUNITY**



**SUSTAINABILITY**



**COMMUNICATION**



## RESPONSIBLE BUSINESS

Operamos con un modelo de negocio basado en el diálogo con los grupos de interés, el compromiso ético, una cadena de valor responsable y las alianzas con otras organizaciones.



## PEOPLE

Cuidamos de nuestros empleados, apostando por su desarrollo profesional, la diversidad e igualdad de oportunidades, y por una comunicación fluida y adaptada para llegar a todos y cada uno de ellos.



## CUSTOMERS

Ofrecemos un servicio excelente con una oferta innovadora, e invitamos a los clientes a implicarse en nuestros compromisos éticos, sociales y medioambientales.



## COMMUNITY

Buscamos generar un impacto positivo allí donde estamos presentes, con alianzas responsables, proyectos solidarios y apoyo a la cultura.



## SUSTAINABILITY

Apostamos por la innovación para la oferta de productos sostenibles, la reducción de consumos y la lucha contra el Cambio Climático.



## COMMUNICATION

Comunicamos nuestros compromisos a través de un diálogo activo y transparente que nos aporte el reconocimiento a la gestión responsable de NHHG entre nuestros grupos de interés.

Los temas priorizados se organizan en función de los ámbitos de interés para NH Hotel Group y su estrategia: por ejemplo Clientes y "Guest Experience" es un tema transversal a los demás.

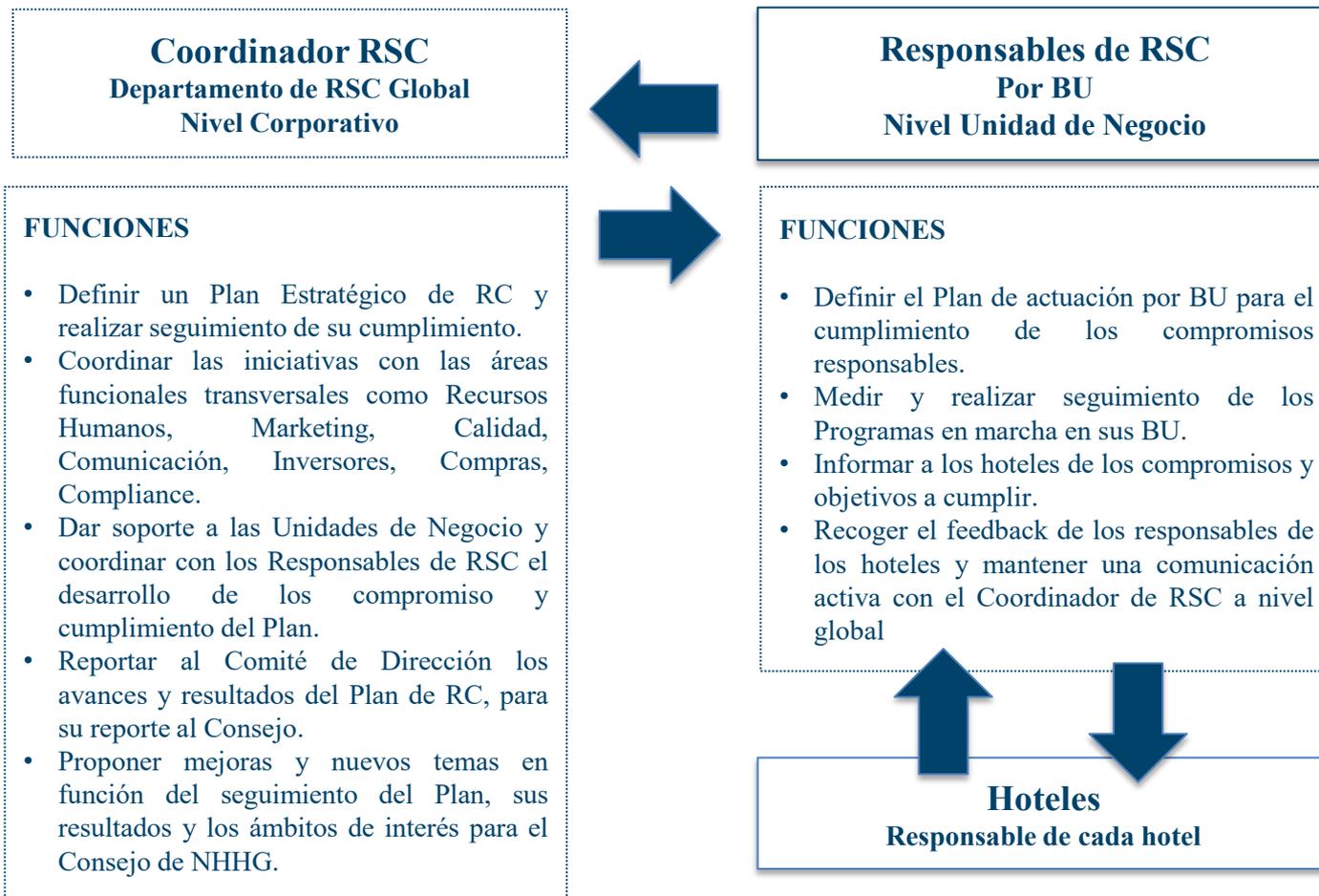
MEDIOAMBIENTE <i>OUR Sustainability</i>	PERSONAS <i>OUR People</i>	COMUNIDAD <i>OUR Communities</i>	NEGOCIO RESPONSABLE <i>OUR Responsible Business</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción del consumo de recursos y emisiones</li> <li>• Reducción de generación de residuos</li> <li>• Innovación sostenible (eficiencia energética)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compromiso de los empleados - <i>Engagement</i></li> <li>• Formación y desarrollo profesional</li> <li>• Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>• Cultura del liderazgo</li> <li>• Gestión del talento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución a la Comunidad (económica, social, empleabilidad...)</li> <li>• Alianzas con el tercer sector (Hoteles con corazón)</li> <li>• Voluntariado corporativo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diálogo con los grupos de interés</li> <li>• Compromiso ético</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Derechos Humanos (Lucha contra los abusos y tráfico de personas)</li> <li>• Compras responsables (Respeto de los proveedores a compromisos sociales, éticos y medioambientales; Fomento de la compra a proveedores locales)</li> <li>• Innovación y transparencia con proveedores</li> <li>• Mejores prácticas de Gobierno corporativo</li> <li>• Lucha contra la corrupción</li> </ul>



- Las pautas para la **Gestión de Responsabilidad Corporativa** se marcan desde el **máximo responsable/Consejo**, integrando la **RSC en la estrategia empresarial**.
- **Aprobación de la Política de RSC en la Comisión de Gobierno Corporativo.**
- Definición del **Planes Directores** que han marcado las líneas estratégicas y el Plan de Acción anual por Compromiso responsable.
- Aprobación del **Plan Director RSC 2016-1018** incidiendo en el diálogo con los grupos de interés para identificar sus necesidades y expectativas.
- Identificación de **Responsables globales**, regionales por iniciativa del Plan.
- Coordinación y seguimiento de los **Objetivos Globales de RSC** hasta el nivel de hotel.
- **Dirección por objetivos (DPO)**: todos los directivos de la compañía tienen definido el cumplimiento de objetivos anuales.
- Creación de una **cultura global de responsabilidad**.

# SISTEMA DE GESTIÓN

Para lograr la consecución del Plan global de RC es necesario establecer un sistema de gestión compuesto coordinado a nivel corporativo con las BU, para poder implementar y dar seguimiento a los compromisos responsables definidos.



## SEGUIMIENTO DEL PLAN DE RSC

Una vez aprobados los **Compromisos y Objetivos del Plan de RSC**, se definirán los Responsables por cada uno de ellos, así como el porcentaje de cumplimiento esperado del Plan de 2016 a 2018. El Status permitirá evaluar y reportar año a año este desempeño.

PILARES	COMPROMISOS	OBJETIVOS	RESPONSABLE	% CUMPLIMIENTO AÑO/OBJETIVOS			STATUS
				2016			

*Pendiente de definir una vez aprobados los objetivos*

## SRI

- **FTSE4GOOD** (Socially Responsible Investing index)
- **CDP** (Carbon Disclosure Project)
- **ETHIBEL** Excellence Investment Register

## REPORTING

- Global Reporting Initiative (**GRI**) G4 Core option
- **CSR Reports Publications:** 9 with GRI statements

## ETHICS

- **New Code of Conduct** for all stakeholders
- Creation of the **Compliance Committee**
- Responsible value chain: **New Procurement Policy**

## ALLIANCES

- **ITP** (International Tourism Partnership)
- **Board of WTTC** (World Travel & Tourism Council)
- **WTO and Global Compact** (UN)



## EMPLOYEE ENGAGEMENT

- **Employee Engagement Survey.** 81% participation, 77% Engagement Score
- **Global, BU and hotel Engagement Plans**
- **Talent Management: NHU & Career Development**
- **Diversity** : 139 nationalities, 46,9% (47,4% women in Management positions) & 49,5% 25-40 years old

## ENVIRONMENTAL

- 5YP Sustainability Initiative
- From 2007 to 2014: **-69.4%** CO<sub>2</sub> emissions, **-26.4%** Energy consumption and **-30.6%** Water
- **+100 hotels** with **Environmental Certifications**
- **GBTA Gold Medal**

## SOCIAL

- “Hotels with a Heart” Programme 2004-2014: **+22,000 donated rooms, +1,000 beneficiaries** NGO Prize Awarded at **XVI Worldwide Hospitality Awards**
- Employment programmes 2010-2015: **+2,000 unprivileged youngsters trained**
- NH Volunteering initiatives: **+1,000 employee volunteers** every year

# NUESTRA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA, SOCIAL Y MA EN 2015 **nH** | HOTEL GROUP



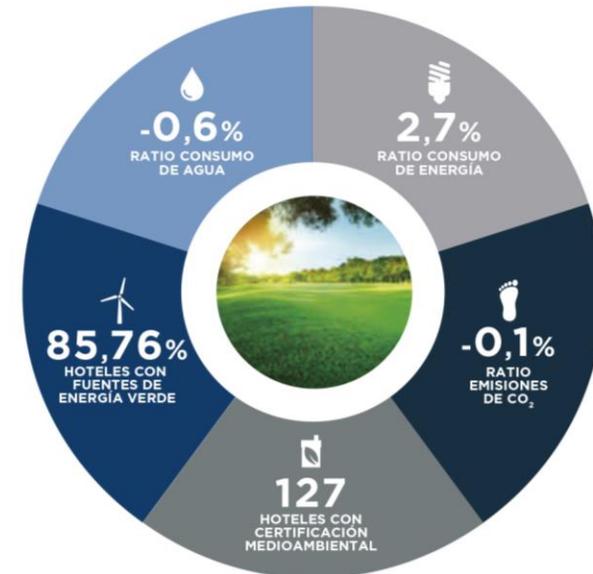
## CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA

Impacto directo en la economía de los empleados, las empresas y la Administración



## CONTRIBUCIÓN SOCIAL

Impacto directo en términos de empleo, formación y aportación a la comunidad



## CONTRIBUCIÓN MEDIOAMBIENTAL

Impacto directo a través de la reducción de consumo de recursos, de emisiones y de hoteles con certificaciones y fuentes de energía "verdes"

# INICIATIVAS RSC GENERADORAS DE CREDIBILIDAD Y CONFIANZA



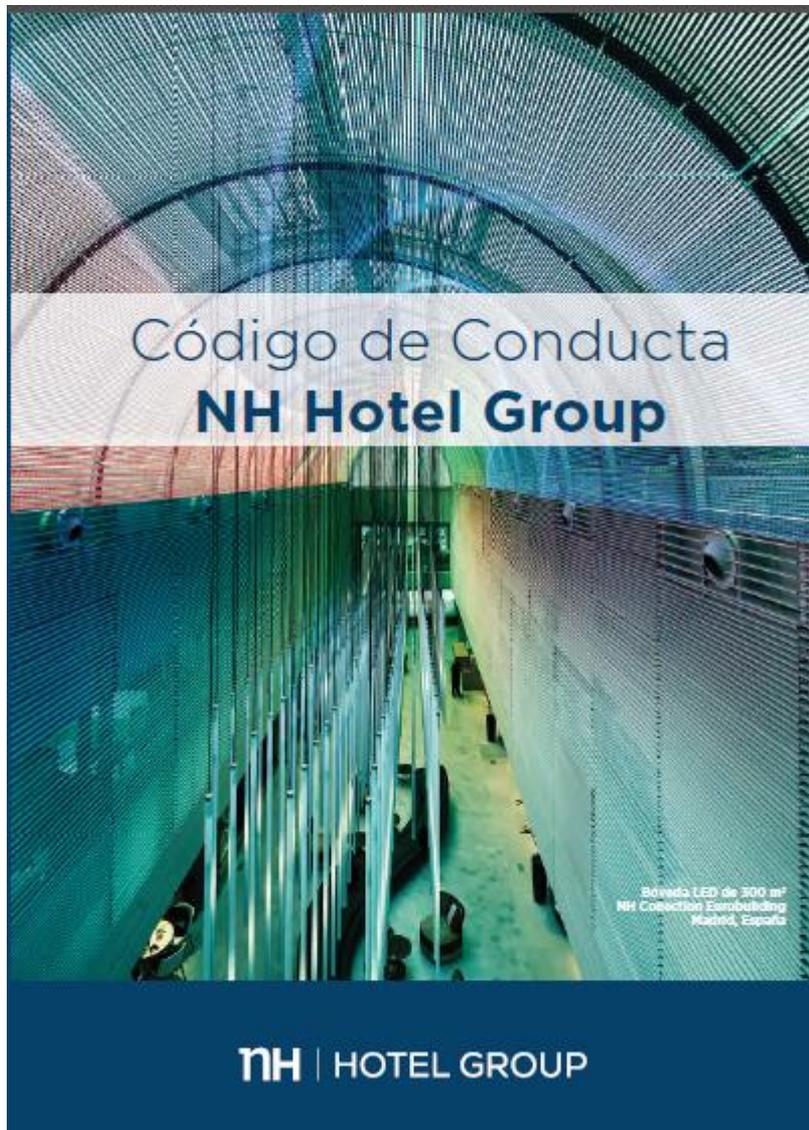


Enmarcado en el proyecto Green Hotel Project, la Compañía apuesta por los siguientes compromisos en materia de sostenibilidad: **NUTRICIÓN, BIENESTAR Y SABOR LOCAL**

NH Hotel Group Hoteles ofrece a sus clientes Desayunos Saludables, incorporando los más altos estándares del consumo responsable y de impacto positivo sobre la salud. **IMPACTO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL**

**LOS DESAYUNOS SALUDABLES ESTÁN  
IMPLANTADOS EN 368 HOTELES DE 28 PAÍSES  
Y LO HAN DISFRUTADO MÁS DE 6.000.000  
CLIENTES.**

De esta manera ejercemos de prescriptores de una dieta y hábitos saludables, no solo para nuestros clientes, sino para todos nuestros grupos de interés.



## NUEVO CÓDIGO DE CONDUCTA

NH Hotel Group, en línea con su compromiso ético y las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, ha actualizado en 2015 su Código de Conducta con los principios y normas que han de regir el comportamiento profesional de todos los empleados, miembros de los órganos de administración de todas las sociedades que conforman NH Hotel Group, así como de clientes, proveedores, accionistas y otros grupos de interés. Se ha realizado una campaña de adhesión y sensibilización dando a conocer el nuevo Código entre los empleados, poniendo a su disposición la documentación del Código de Conducta, una Guía Práctica y un documento de Preguntas Frecuentes.

En 2015 se han continuado con las sesiones de formación *online* sobre el Código de Conducta, con el fin de acercarlo a todos los empleados. El 68% de los empleados se ha adherido al Código y un 62% realizó el curso de formación.

Los dos planes específicos que promueven la consecución de estos objetivos son:

- **Green Saving Projects:** Centrado en la obtención de ahorros en los costos de operación de la Compañía: La eficiencia energética para asegurar el ahorro en agua, energía y otros gastos, tales como gastos de lavandería.
- **Green Hotel Project:** Centrado en ofrecer valor a los clientes a través de acciones sostenibles. Haciendo hincapié en los atributos que mejoran la marca.

Para el desarrollo de estos proyectos se han definido 9 planes específicos en los que



## PRINCIPALES INICIATIVAS MA



Todos los hoteles **reportan mensualmente** el consumo de agua, energía y la huella de carbono



**290 hoteles** (44.507 habitaciones) consumen energía verde (procedente de energías renovables)



El **56%** de los empleados han recibido formación medioambiental



**5.246m<sup>2</sup>** de paneles solares



**96 toneladas** de aceite usado han sido recicladas durante 2014



**Cork2Cork** ha recuperado corcho que ha sido transformado en cerca de **8.000m<sup>2</sup>** de suelos y revestimientos



**Comida local** y saludable



Alquiler de coches en **13 hoteles**



Asesoramiento a nuestros clientes sobre el uso de los **transportes públicos**



**112 puntos de recarga** para coches eléctricos en 41 hoteles



Promovemos el uso de la bicicleta en las principales ciudades



**131 hoteles** con la calificación "Greenleaders" de TripAdvisor

## PRINCIPALES LOGROS DE SOSTENIBILIDAD YTD



### CONSUMO DE ENERGÍA

**-29,3%**

2007: 70,09 kWh / habitación y noche  
2014: 49,56 kWh / habitación y noche



### CONSUMO DE AGUA

**-29,5%**

2007: 432,41 litros / habitación y noche  
2014: 305,00 litros / habitación y noche



### HUELLA DE CARBONO

**-70,2%**

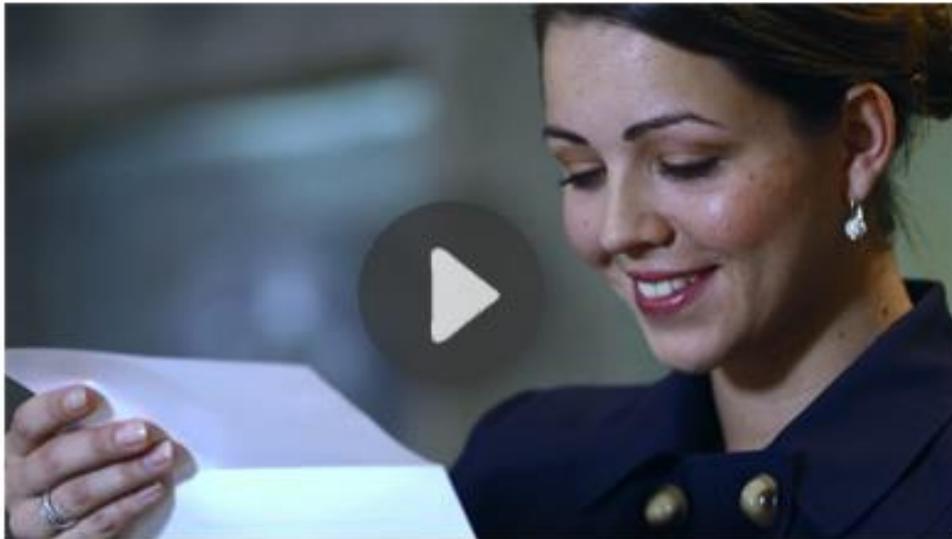
2007: 21,52 kg CO<sub>2</sub> / habitación y noche  
2014: 6,41 kg CO<sub>2</sub> / habitación y noche

<b>HOTELES CON CORAZÓN</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Acuerdos con ONG	235	204
Habitaciones donadas	2.302	1.820
Hoteles involucrados	271	184

<b>PROGRAMAS DE EMPLEABILIDAD</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Alumnos formados	647	1.202
Contratos	42	10
Acuerdos con ONG e instituciones	39	65

<b>NH VOLUNTARIOS!</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
Voluntarios	1.418	2.334
Iniciativas	57	144

**nh** | HOTEL GROUP



Share:   

**With all our heart, Merry Christmas**

**nh** | HOTEL GROUP



COMPARTE LA FELICITACIÓN DE  
**'HOTELS WITH A HEART'**



PERO.....

HEMOS  
GENERADO  
CONFIANZA Y  
CREDIBILIDAD??

NH Collection Royal Quito, Ecuador

## Entendiendo y midiendo la reputación corporativa

### *RepTrak® Pulse: el indicador clave de la reputación corporativa*

*La reputación de una empresa engloba los sentimientos de las personas hacia ella.*

- RepTrak® Pulse mide este atractivo emocional.
- Es un constructo basado en cuatro elementos:
  - Admiración y respeto
  - Reputación reconocida
  - Buena impresión
  - Confianza



## El Modelo RepTrak®

**RepTrak® mide**  
Los siete factores clave de la reputación

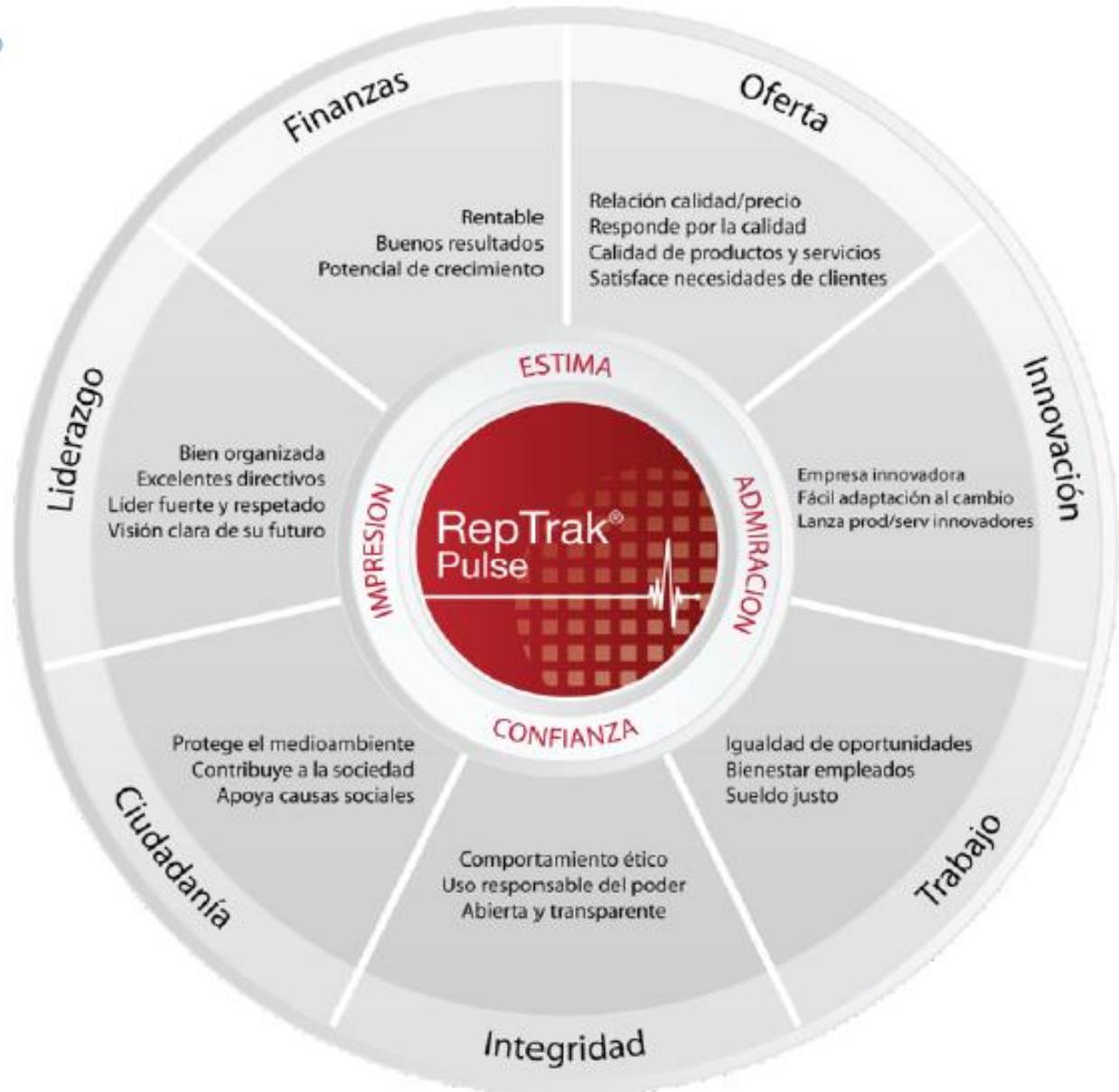


Emocional

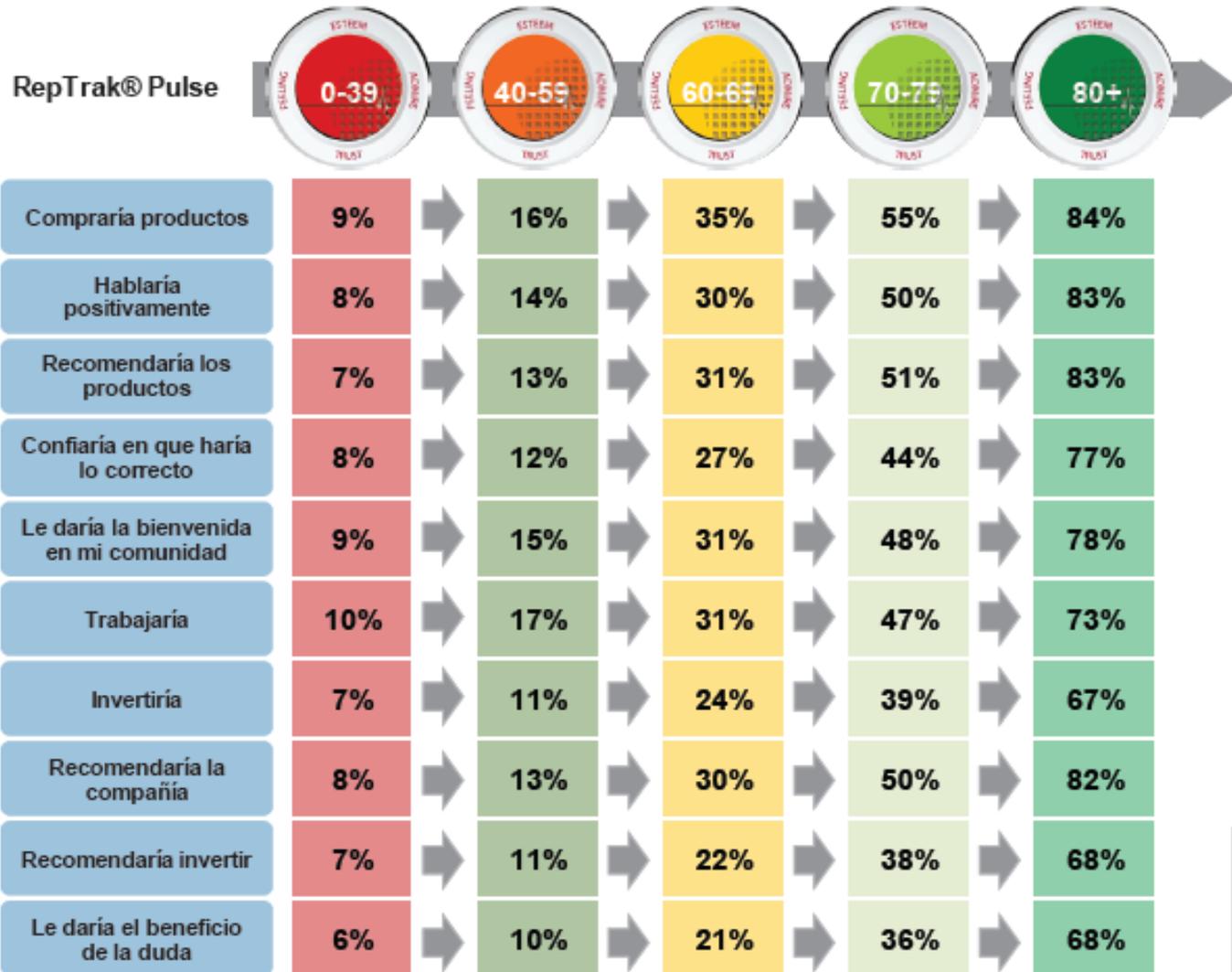


Explicación **Racional**  
de lo emocional

## El Modelo RepTrak®



## Reputación y comportamientos favorables hacia las empresas



Excelente/Superior	> 80
Fuerte/Robusta	70-79
Media/Moderada	60-69
Débil/Vulnerable	40-59
Muy débil/Pobre	< 40

# THANKS!



**MARKETING REFRESH DAY 2016**



**nh** | HOTEL GROUP