

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

En cumplimiento de los deberes de información previstos en el artículo 227 del texto refundido de la Ley de Mercado de Valores aprobada por Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y normativa complementaria, NH Hotel Group, S.A. (en adelante, “**NH Hotel Group**” o la “**Sociedad**”) pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Con motivo de la celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas durante el día de hoy, remitimos para su puesta a disposición del público en general los siguientes documentos:

- Intervención del Presidente del Consejo de Administración, D. Alfredo Fernández Agras.
- Presentación del Consejero Delegado, D. Ramón Aragonés Marín.

Madrid, 30 de junio de 2022

Carlos Ulecia
Secretario General y del Consejo

NH Hotel Group
Junta General Ordinaria de Accionistas de 2022,
30 de junio de 2022

Discurso del presidente de NH, Alfredo Fernández Agras

Señoras y señores accionistas de NH:

Es un placer volver a comparecer ante ustedes un año más en esta Junta General de Accionistas, el órgano soberano de nuestra sociedad. Además, este año el placer es aún mayor, al poder hacerlo presencialmente ante varios de ustedes, en lo que ya se ha convertido en una imparable recuperación de las actividades cotidianas tal y como eran antes de la pandemia.

Sin embargo, tras más de dos años, seguimos sin bajar la guardia. Por eso en la Junta de Accionistas de este año hemos optado por mantener un formato híbrido, en el que también es posible la asistencia y el voto telemático.

La seguridad, y también la funcionalidad de las nuevas tecnologías, nos permite ofrecerlas como opción para todos ustedes, desde la confianza de que así promovemos la transparencia y la mayor participación de nuestros accionistas en sus órganos de gobierno.

Como no puede ser de otra manera, en esta Junta van a repasarse de forma pormenorizada las decisiones y la gestión realizadas durante la pandemia por el equipo directivo, con la supervisión y el apoyo constantes del Consejo de Administración.

La dedicación y la perseverancia en las medidas tomadas en este tiempo no habrían sido posibles sin la confianza de todos ustedes, señores accionistas. Tanto los profesionales como el Consejo de Administración intentamos diariamente hacernos merecedores y estar a la altura de esa confianza. Les agradecemos en especial que sigan formando parte de este proyecto, responsable y a la vez ambicioso, que está en condiciones de liderar una recuperación hotelera cada vez más inminente.

Ahora bien, tan importante o más que saber adónde vamos, es recordar de dónde venimos. Solo de esa forma podremos evaluar correctamente el esfuerzo extraordinario que los profesionales y el equipo gestor de NH han completado durante las peores etapas de la pandemia.

De entrada, el Barómetro de Turismo Mundial de la Organización Mundial del Turismo nos recuerda que 2021 fue el segundo peor año de la historia, tras el 2020. Si en 2020 solo circularon 400 millones de turistas por todo el

mundo, en 2021 lo hicieron 415 millones de personas, un 4% más que el año anterior, pero todavía un 72% menos que los 1.500 millones de viajeros alcanzados en 2019.

Ahora bien, en su último informe, de este mismo mes, la Organización Mundial del Turismo pronostica, de forma literal, que “se avecina una recuperación más fuerte de lo previsto”, gracias sobre todo a lo que denomina “fuerte demanda reprimida, en particular los viajes intraeuropeos y los viajes de Estados Unidos a Europa”. Hay también un dato relevante. A fecha de 2 de junio de 2022, un total de 45 países, 31 de ellos en Europa, no tenían restricciones vinculadas al covid-19. Y en Asia un número cada vez mayor de destinos ha empezado a suavizar las restricciones.

Si nos centramos en España, el informe de Perspectivas Turísticas de 2021, elaborado por Exceltur, señalaba que el Producto Interior Bruto español asociado al turismo representó en 2021 un total de 88.546 millones de euros, una cifra equivalente a la alcanzada en 2003, pero todavía un 43% inferior a la de 2019. La aportación del PIB turístico al total del país en 2021 fue del 7,4%, sustancialmente por encima del 5,5% que el INE atribuyó al turismo en 2020, pero aún muy lejos del 12,3% alcanzado en 2019.

En cuanto a las previsiones de Exceltur para la evolución del turismo en España en 2022, buena parte de ellas se han cumplido, lo que supone un motivo adicional de esperanza. La Alianza para la Excelencia Turística destaca también la apuesta por una mejor conectividad aérea desde mercados emisores hacia nuestro país, y también doméstica. Valora positivamente el mejor desempeño del segmento MICE, y el turismo de negocios, así como el impulso de nuevas líneas de actividad vinculadas a modelos de trabajo más flexibles.

Pese a unas expectativas muy ilusionantes, no debemos olvidar los riesgos que el contexto macro podría suponer para el sector.

En lo que respecta a NH, estoy convencido de que 2021 ha sido probablemente el año donde más trascendentes decisiones corporativas se han tomado desde la severa crisis económica internacional de 2008. Desde el Consejo de Administración hemos intentado promover y apoyar medidas de ahorro de costes, de apoyo a la fortaleza financiera y en particular a la liquidez, a la mejor estrategia de posicionamiento de nuestras marcas, y a impulsar la carrera y apoyar el esfuerzo realizado por nuestros profesionales.

Estoy convencido de que el Consejo de Administración ha velado de forma eficaz y constante por representar y velar por los derechos de los distintos grupos de interés que conforman NH, por supuesto por el interés de todos ustedes, señores, accionistas, y también por el de los profesionales, el equipo gestor y el conjunto de la sociedad en unos momentos tan dramáticos como exigentes.

El Plan de Contingencia activado desde el comienzo de la pandemia, y que tuvo un importante desempeño en 2021, ha sido sin duda uno de los grandes hitos de nuestra compañía. Ha dado coherencia y sentido estratégico a la labor corporativa en las distintas etapas de la pandemia, y en conjunto ha permitido minimizar los efectos de dos años tan dramáticos y preparar a la compañía para llegar en las mejores condiciones a la tan esperada recuperación.

A finales de 2021, cerca del 90% de los hoteles de NH estaban abiertos, frente al 60% de inicios del ejercicio. En un año tan oscilante y en ocasiones complicado, la compañía implementó diferentes medidas y planes para adecuar el negocio y asegurar su sostenibilidad, con el objetivo de minimizar los costes, preservar la liquidez para atender las necesidades operativas y asegurar que la reactivación de la actividad hotelera se llevara a cabo de forma eficiente y bajo la premisa de las máximas garantías en materia de salud y seguridad.

La compañía tomó decisiones muy difíciles. Lo hizo con prontitud y un alto sentido de la responsabilidad. Estoy convencido de que la capacidad de anticipación y la buena situación financiera previa que teníamos nos han ayudado a superar las dificultades, así como la capacidad de diálogo y de encontrar soluciones integrales por parte del equipo gestor.

Entre otras cuestiones sumamente relevantes, la compañía completó en la primera mitad del año pasado una minuciosa optimización y refinanciación de la deuda corporativa. En primer lugar, se extendieron las dos líneas de crédito vigentes, la del ICO y la denominada RCF, hasta 2026. Además, la compañía completó una emisión de bonos sénior garantizados por valor de 400 millones de euros, con vencimiento en julio de 2026 y cupón anual al 4%, cuyo importe sirvió para amortizar la anterior, que vencía en 2023. Como podemos constatar hoy, no sólo se tomaron las medidas adecuadas, sino que se aprovechó un momento de mercado que permitió una refinanciación a un coste muy competitivo.

Se complementó además con una ampliación de capital liderada por Minor International a través de una ampliación de capital con derechos de suscripción por un total de 106 millones de euros. Minor ejerció sus derechos, como hicieron también los accionistas minoritarios, que acudieron a su tramo de suscripción preferente con una sobredemanda de 10,9 veces. Fue una importante declaración de confianza de nuestro accionariado.

Además, el 30 de junio, hoy hace justo un año, NH suscribió con LaSalle Investment Management una operación de sale & leaseback sobre el hotel NH Collection Barcelona Gran Hotel Calderón, que incluye un contrato de alquiler asociado por un plazo inicial de 20 años, con dos ampliaciones sucesivas hasta un total de 60 años.

En otro orden de cosas, durante 2021 la Compañía ha seguido impulsando 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 máximo rigor, como les consta en la documentación que hemos puesto a su disposición para esta Junta y como más adelante se explicará por los representantes de ambas comisiones. En esta línea de atención a los principios de buen gobierno corporativo, y como consta de forma concreta y detallada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo disponible, NH cumple con 62 de las 64 recomendaciones de Buen Gobierno.

Cambiando de tema, en cuanto presidente del Consejo de Administración de NH me siento especialmente orgulloso de que nuestra compañía haya sido incluida, por tercer año consecutivo, en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género por su compromiso con las políticas de igualdad de género y la transparencia en su desempeño como empresa cotizada.

Nos hemos situado en la parte alta del escalafón en los cinco aspectos sobre igualdad de género tasados por el índice: el liderazgo femenino y el flujo de talento, la igualdad salarial, la cultura inclusiva, las políticas contra el acoso sexual y su compromiso en favor de la mujer. Hemos recibido además menciones expresas por la apuesta corporativa por el liderazgo femenino y la cartera de talento, así como las políticas de la compañía en materia de igualdad salarial y de paridad de género.

Además, hemos sido distinguidos, por segundo año consecutivo, como uno de los tres líderes más sostenibles del sector hotelero según el ranking S&P Global, consolidándonos como una de las empresas referentes de la industria a nivel mundial en materia de sostenibilidad.

Son distinciones relevantes porque diversidad, igualdad y sostenibilidad son inherentes a la cultura de NH y serán aspectos determinantes en los que hay que seguir profundizando para garantizar el éxito de la Compañía.

Señoras y señores accionistas.

Voy a terminar enseguida mi intervención. Quiero hacer antes una reflexión personal, al hilo de la votación que ustedes deberán hacer en unos minutos en torno al punto 7.1 del orden del día de esta Junta, el de mi reelección. Quiero expresarles el enorme respeto y la profunda gratitud hacia ustedes, señores accionistas, por ejercer la labor de presidente independiente, tanto durante estos años de pandemia, como ahora que las buenas noticias en torno a la recuperación del sector, y especialmente de NH, se acumulan y son más y más gratificantes cada día que pasa.

Quiero trasladar también mi más sincero aplauso y una profunda admiración por el equipo gestor y por el conjunto de profesionales de NH. Si se suele decir que ante las situaciones dramáticas es donde las personas muestran realmente su valía, su compromiso y su talento, puedo asegurarles que los profesionales y también los gestores de esta compañía han actuado con una entrega, con una capacidad de ejecución y con una solidaridad extraordinarias, de las que el Consejo en pleno, y todos ustedes, señoras y señores accionistas, debemos sentirnos legítimamente orgullosos. Una muestra más de la valía de nuestro equipo gestor es la propuesta para que esta Junta apruebe la incorporación al consejo de Laia Lahoz con la calificación de ejecutiva.

Profesionales, gestores, consejeros, accionistas y clientes representamos sin duda una forma de entender la vida donde el turismo, los viajes y las experiencias ligadas a los hoteles forman una parte esencial de nuestra cultura.

Nuestro Grupo siempre ha representado a la perfección esos valores y ese espíritu. Ahora que esa forma de vida regresa en toda su plenitud, es un auténtico placer poder decirles que NH llega a ese futuro en las mejores condiciones, con toda la ilusión del mundo. Porque nuestros clientes y ustedes, señoras y señores accionistas, no se merecen menos.

Muchas gracias.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 30 de junio de 2022



nh | HOTEL GROUP PART OF MINOR
HOTELS



ÍNDICE

- **RESULTADOS 2021**
- 2022: LA RECUPERACIÓN

Año 2021 todavía impactado por la pandemia

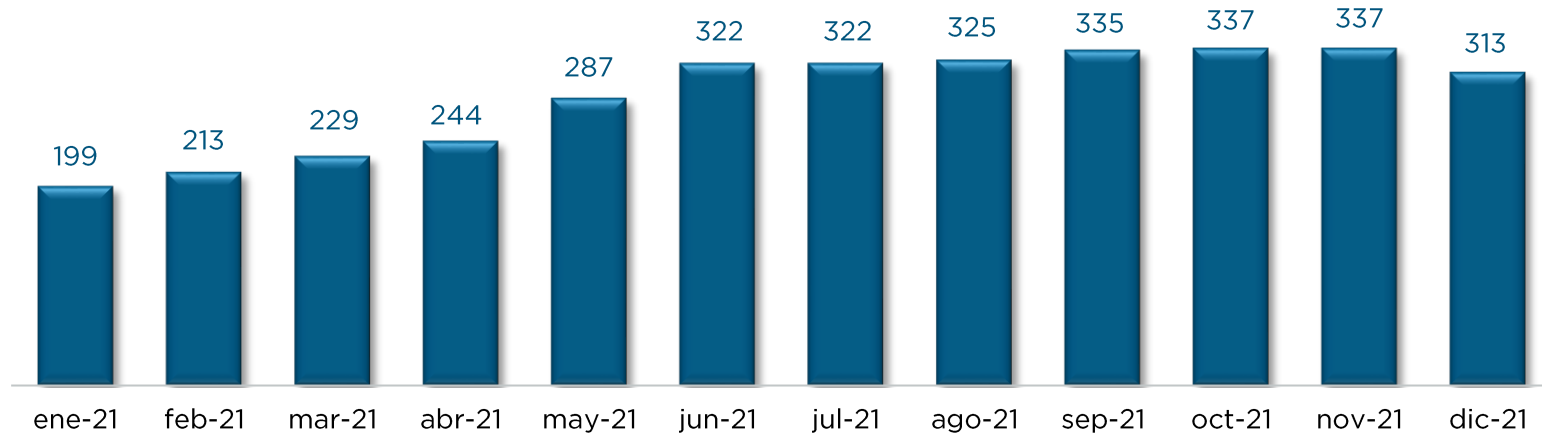
- **Dos semestres con diferentes niveles de actividad:**
 - **Un primer semestre afectado por las restricciones a la movilidad**
 - **Cambio de tendencia en el segundo semestre** aunque se ralentizó por el impacto de Ómicron a finales del 2021
- Foco en un **estricto control costes** durante la fase de recuperación
- El **refuerzo de la estructura de capital y la liquidez** mediante la ampliación de capital y la rotación de activos **permitió el inicio de la reducción del endeudamiento** en el 2021
- La **recuperación se ha acelerado desde marzo de 2022** alcanzando en el segundo trimestre cifras de negocio similares al 2019

2021: Inicio de la recuperación en el segundo semestre

- Los **ingresos** crecen un **+54,6%** (+€294m) **alcanzando los €834m**, de los cuales €618m se registraron en la segunda mitad del año
- El **Resultado Neto Recurrente** mejoró en +€216m respecto a 2020 reportando una **pérdida de -€155m**
- **EBITDA recurrente⁽¹⁾** alcanza los **-€90m**, con una mejora de +€201m (+€189m en H2) por la reactivación del negocio, la estrategia de precios, el control de costes y los subsidios estatales
- **Nivel de endeudamiento:**
 - Deuda Financiera Bruta: €812m
 - Caja: €244m
 - **Deuda Financiera Neta: €568m**, lo que supone una reducción de -€117m

⁽¹⁾ Excluye impactos IFRS 16

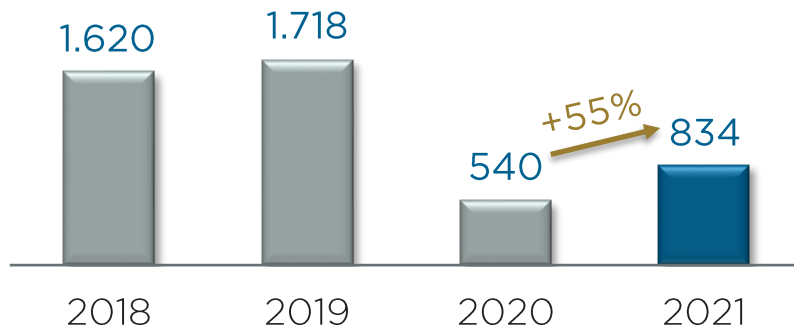
Hoteles abiertos



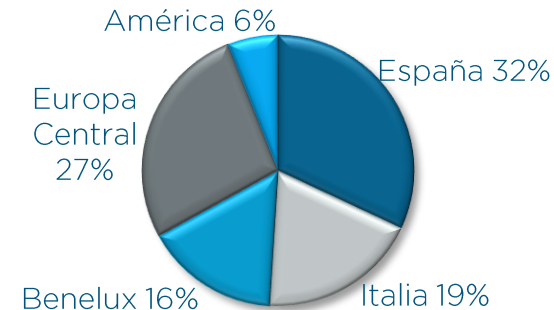
- El año 2021 empezó con el 60% de los hoteles abiertos, **alcanzando el 95% en septiembre** y finalizando el año con un 85% por el impacto de Ómicron
- La estructura flexible en costes permitió **tener un mayor número de hoteles abiertos** durante la pandemia, incrementando la base de clientes para la recuperación

Recuperación de los ingresos desde verano

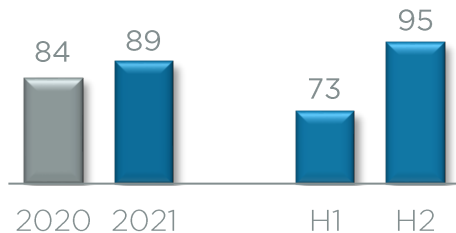
Evolución ingresos (€m)



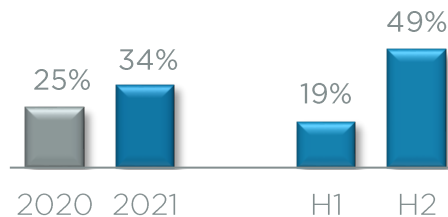
Distribución geográfica 2021



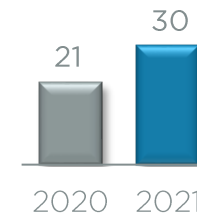
ADR (€): +6%



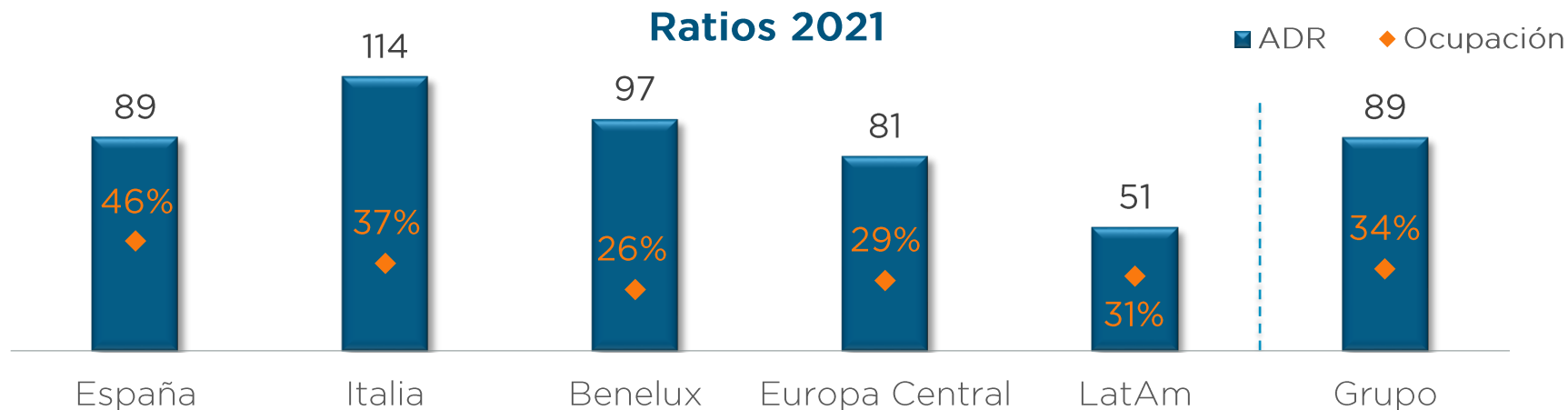
Ocupación (%): +9 p.p.



RevPAR (€): +46%



Mayor recuperación en el Sur de Europa



- Nivel de actividad más alto en el Sur de Europa por las menores restricciones a la movilidad durante el segundo semestre:
 - Destacar la **positiva evolución de las principales ciudades europeas tras la reactivación del cliente de negocio en el segundo semestre**
- La **estrategia de precios** permitió incrementar el ADR desde los €73 en el primer semestre hasta los **€95 en la segunda parte del año**

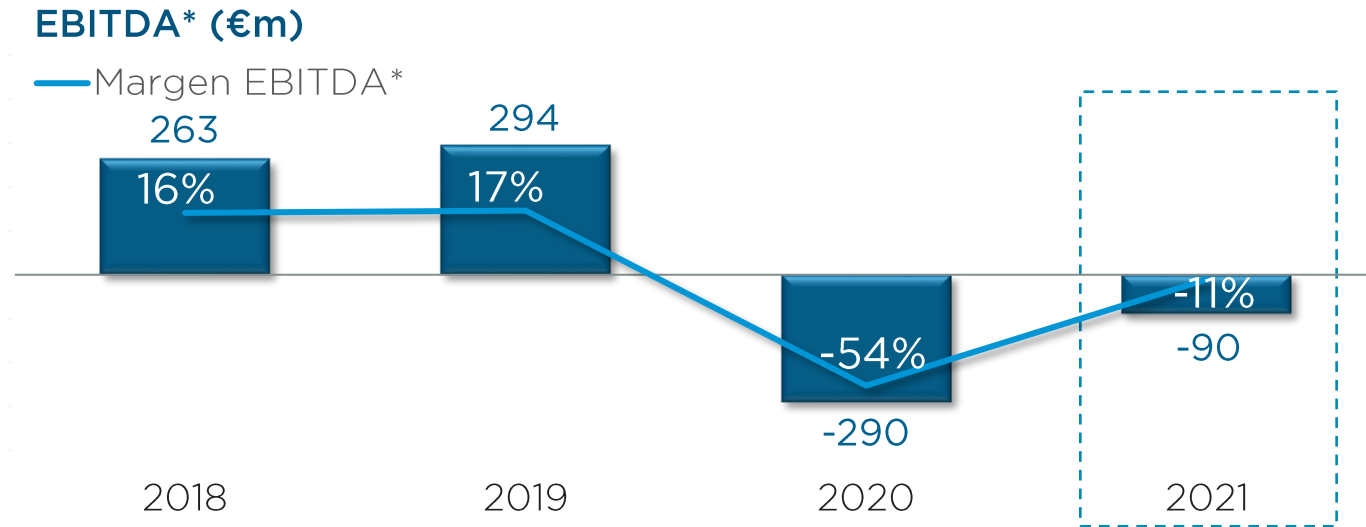
Medidas de eficiencia y disciplina en costes

Personal	<ul style="list-style-type: none">▪ Plantilla reducida a través de despidos temporales, reducción de jornada y salarios durante la primera mitad del año▪ Proceso de despido colectivo en las oficinas centrales de España que junto a otras medidas de eficiencia permitió obtener €34m de ahorros estructurales
Gastos operativos	<ul style="list-style-type: none">▪ Negociaciones con proveedores para reducir costes de aprovisionamiento▪ Contención en gastos de marketing y publicidad
Alquileres	<ul style="list-style-type: none">▪ Acuerdos con propietarios de hoteles para la reducción temporal de la renta (€46m en 2021)

La reactivación del negocio (+€294m en ingresos) y el control de costes permitió alcanzar un ratio de conversión del 68% a EBITDA⁽¹⁾ (+€201m)

⁽¹⁾ Excluye impactos IFRS 16

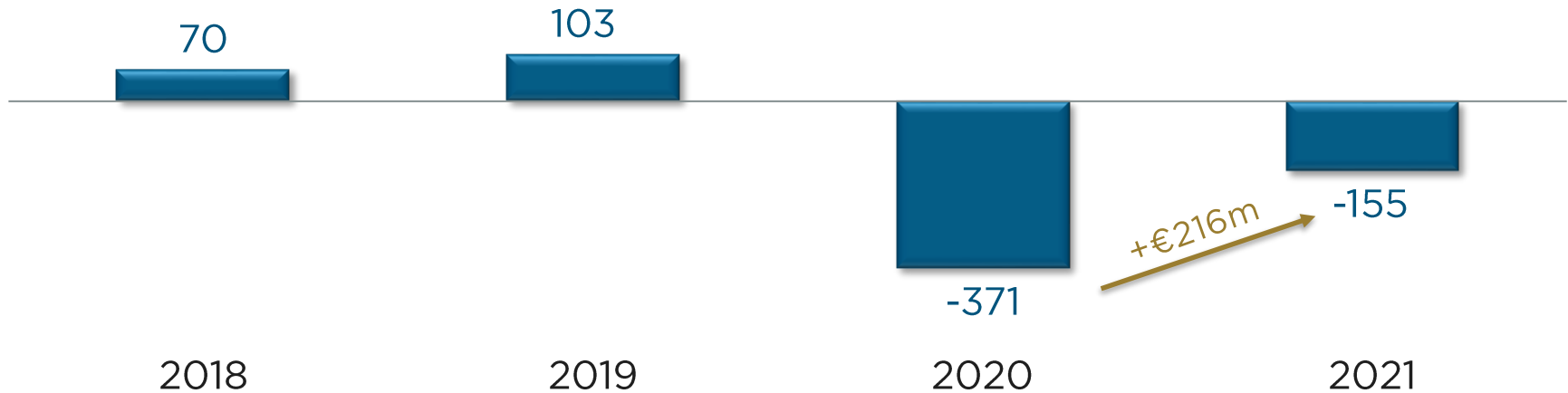
Mejora del Resultado Bruto de Explotación por la reactivación del negocio



- El EBITDA mejora en +€201m (+€12m en la primera mitad y +€188m en la segunda) hasta alcanzar los -€90m, por la reactivación del negocio, la estrategia de precios, el control de costes y los subsidios estatales recibidos en el año

Mejora de +€216m del Resultado Neto Recurrente

Resultado Neto Recurrente (€m)



- El Resultado Neto Recurrente mejoró +€216m respecto a 2020, alcanzando -€155m, lo que implica una conversión del 73% del crecimiento de los ingresos

Refuerzo de la estructura de capital

Refuerzo Liquidez

Inversión Capital

- €100m de préstamo sin garantías por parte de Minor International (94% participación) dispuesto en mayo y capitalización a través de una ampliación de capital (~€106m) en septiembre dirigida a todos los accionistas

Rotación Activos

- €127m en 2021 para reforzar la liquidez y reducir deuda

Estructura de Capital

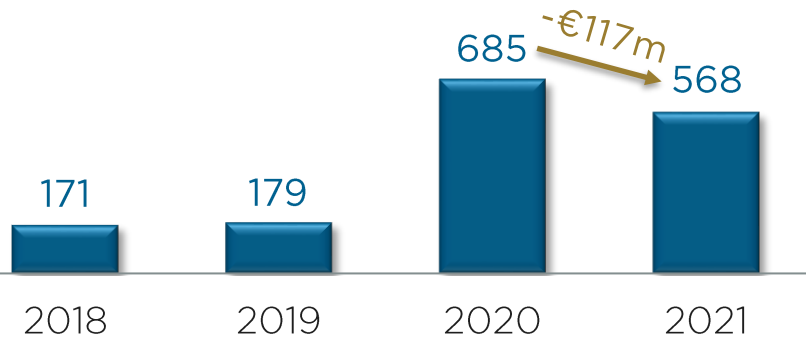
Optimización deuda

Perfil de vencimientos

- Extensión de vencimientos desde 2023 a 2026:
 - Préstamo ICO €250m
 - Línea de crédito sindicada (RCF) €242m
 - Nuevo Bono €400m
- Dispensa de los covenants financieros durante 2021 y 2022

El refuerzo de la liquidez permite comenzar a reducir deuda

Deuda Financiera Neta (€m)



Liquidez (€m; 31 Diciembre 2021)

- Caja: €214m
- Líneas de crédito disponibles: €267m

Liquidez disponible €481m

- La reactivación del negocio implicó **generar +€29m de caja en el segundo semestre**
- La fuerte liquidez ha permitido empezar a **reducir la deuda bruta sin impactar la liquidez**, repagando en su totalidad el importe del RCF (€236m)
- El refuerzo de la estructura de capital permitió **reducir el endeudamiento neto en €117m en 2021**

NHC NY Madison Av. (abril)



NH Hannover (abril)



NHC Prague Carlo IV (mayo)



NHC Palazzo Gaddi (mayo)



NHC Venezia Murano Villa (jun.)



NHC Copenhagen (sep.)



Negocio Sostenible: palanca para operar en un mundo descarbonizado

NH | HOTEL GROUP
PART OF MINOR
HOTELS

NH ROOM 4 PLANET

NH ROOM 4 RESPONSIBLE
SHARED
SUCCESS

NH ROOM 4 PEOPLE

Cambio Climático y Eficiencia de Recursos

-20% emisiones de carbón en la cadena de valor en 2030

62% energía de fuentes renovables

100% de fuentes de **electricidad verde** en los hoteles del sur de Europa

161 hoteles con **certificación ambiental**

-6% reducción de **huella de carbón** vs 2019

€1,6m inversión en proyectos relacionados con eficiencia de la energía



Conocimiento del cliente

FASTPASS

Tablets in Reception

Mobile Guest Service

800t de **papel ahorradas** gracias a la digitalización de los hoteles

Cadena de suministro sostenible

83% del volumen de compras de **proveedores locales**

1.756 proveedores han **firmado** el **Código de Conducta**



Empleados

51% de los trabajadores son **mujeres**

44% puestos de dirección en manos de **mujeres**

133 diferentes **nacionalidades**

Comunidad

29.000 habitaciones **donadas** desde 2005

3.300 gente **joven** entrenada desde 2010

6.500 beneficiarios

600 voluntarios



Sustainability Award
Bronze Class 2022
S&P Global



Premios y Reconocimientos 2021

Más de 50 reconocimientos a nuestros hoteles, servicios, innovación y experiencia



103 hoteles obtuvieron el premio Traveler's Choice de TripAdvisor



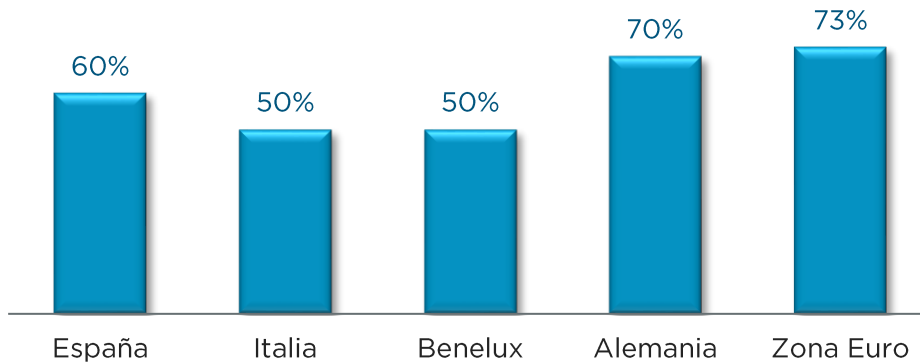
17 hoteles ganadores de los Luxury Lifestyle Reader's Travel Awards

ÍNDICE

- RESULTADOS 2021
- **2022: LA RECUPERACIÓN**

Fuerte posicionamiento para la recuperación

Relevante peso de la demanda doméstica ⁽¹⁾



Portfolio diversificado de hoteles con excelentes localizaciones

Cliente B2C representa el 60% de la demanda

Nuevas iniciativas para atraer al cliente de negocios

Mejora de la experiencia a través de transacciones digitales

(1) Cifras de 2019

Marcas: posicionamiento urbano en el segmento superior



	Abiertos Firmas		Abiertos Firmas		Abiertos Firmas		Abiertos Firmas		Abiertos Firmas	
# Hoteles	235	6	89	6	7	3	7	1	10	1
España	71		28	2	1		3	1	10	1
Italia	37	1	17	3	1		1			
Benelux	38		7		4		2			
Europa Central	56		15	1	1	1	1			
América	33	5	22			2				
# Habitaciones	35.018		13.617		2.119		1.556		1.997	119
% Habitaciones	64%		25%		4%		3%		4%	0%

Puntuación media del portfolio NH en 2021



tripadvisor®

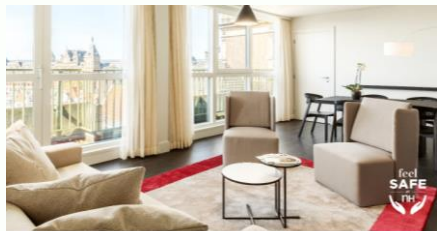
8,4 / 10



8,7 / 10

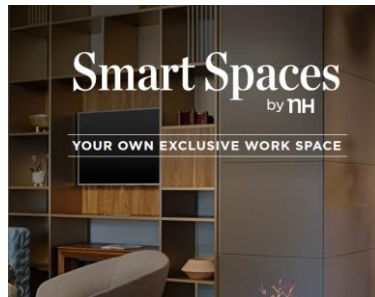
- Marca española con mayor valor, cuarta de Europa y 15 a nivel mundial(*)
- Plan específico para el segmento de Lujo (Anantara) y Vacacional (Tivoli)

Nuevas propuestas para el viajero de negocios



Extended Stay at NH

Hasta un 35% en estancias superiores a 7 días para trabajar fuera de casa durante un período prolongado o disfrutar de unas vacaciones más largas



Nueva propuesta B2B con espacios exclusivos para trabajar y organizar pequeñas reuniones de negocios aprovechando todos los beneficios de nuestros hoteles (habitación de uso diario, gimnasio, restaurante)



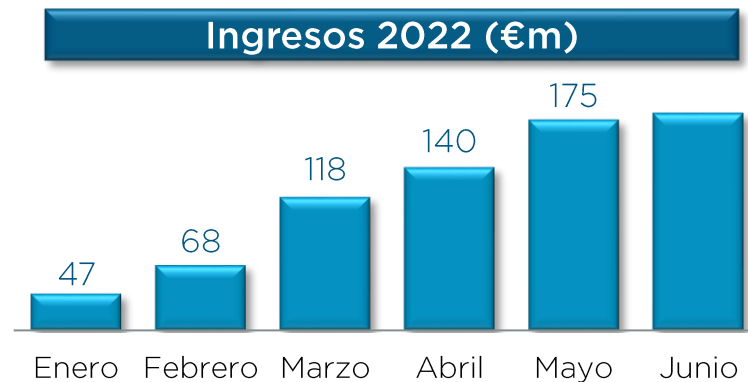
Potenciar el valor de los eventos llegando a una mayor audiencia desde diferentes destinos combinando asistentes presenciales y virtuales



Nuevo enfoque del segmento corporativo hacia Pymes para obtener descuentos y beneficios adicionales

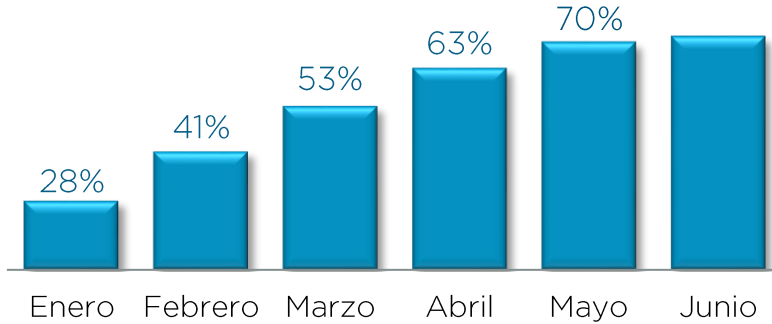
2022: aceleración de la recuperación desde marzo

- **Mayor nivel de actividad en el sur de Europa** por el levantamiento anticipado de restricciones y mejora relevante de los países del centro de Europa desde abril
- Evolución muy positiva de las ciudades principales por la **reactivación del cliente de negocio**
- **Abril:** la estrategia de precios ha permitido alcanzar el **nivel de ADR de 2019** en el perímetro comparable
- **Mayo:** la mejora del nivel de actividad junto con la tendencia creciente en precios contribuye a **alcanzar un nivel similar al RevPAR comparable de 2019**
- **Segundo trimestre del 2022:** se alcanzan **cifras de negocio parecidas al mismo periodo de 2019**

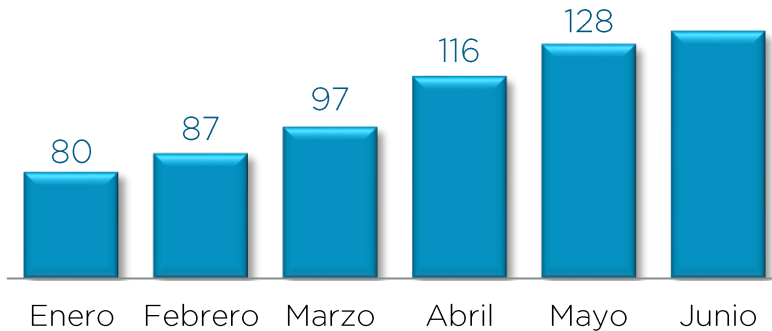


Tendencia creciente en ocupación y precios

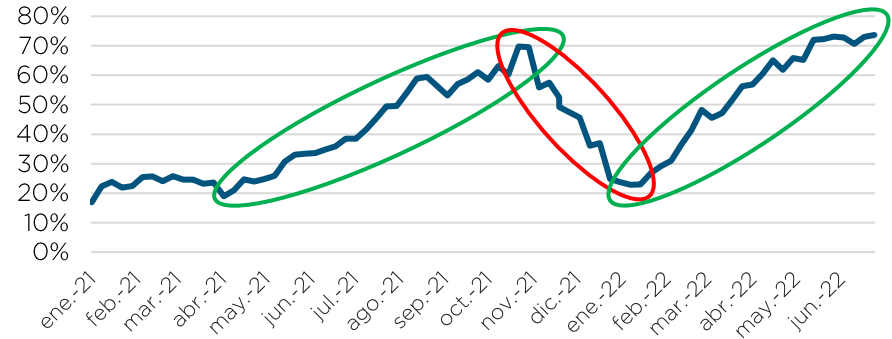
Ocupación 2022 (%)



ADR 2022 (€)



Evolución de la ocupación



**Evolución semanal de la ocupación
(hoteles europeos abiertos en propiedad y alquiler)**

Mejora de la posición financiera en los primeros 5 meses

	31 Diciembre 2021	31 Mayo 2022
Deuda Financiera Neta	€568m	€541m
Caja	€244m	€273m
Liquidez	€511m	€540m

- La aceleración de la recuperación desde marzo, la estrategia de precios, el control de costes y los subsidios estatales cobrados en el año 2022, permiten mostrar una **generación de caja en los primeros 5 meses superior a €25m, reduciendo la deuda financiera neta en los primeros 5 meses** respecto al inicio del ejercicio

NH Discovery: Nuevo programa de fidelización

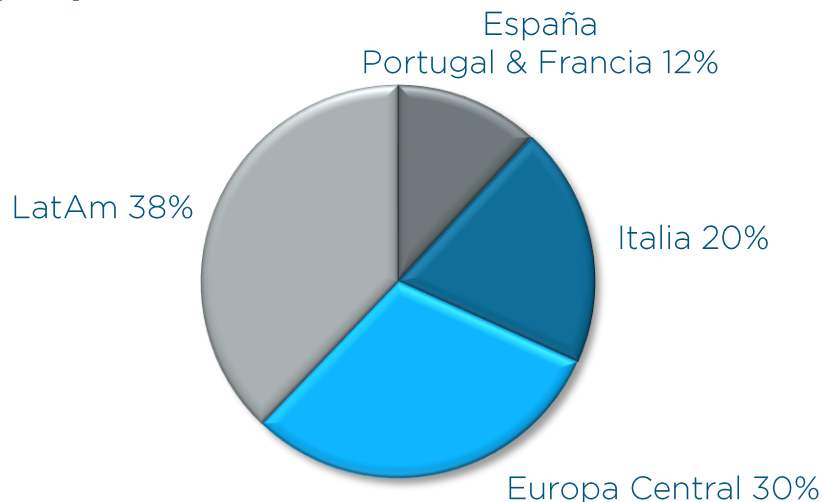
- Global Hotel Alliance (GHA) es una **alianza de 35 marcas hoteleras de tamaño medio con 500 hoteles en 85 países** que comparten un exitoso y premiado programa: GHA DISCOVERY con más de 11 millones de miembros
- En **junio NH integra y añade 350 hoteles a la alianza** y nuestro programa **NH Rewards** con más de 10 millones de miembros **pasa a llamarse NH DISCOVERY**

GHA + NH Discovery	
Marcas	40
Hoteles	+800
Países	100
Miembros	+21 millones



Firmas (apertura 2022-2025): 2.500 habitaciones

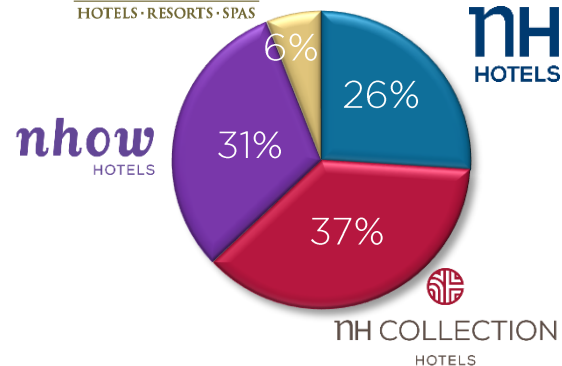
Firmas por país*



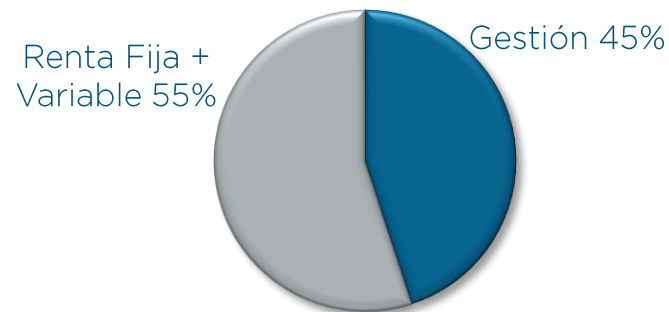
Foco en el segmento superior de marca, con contratos de gestión o renta variable y fortaleciendo nuestros mercados clave



Por marca*



Por contrato*



* Por número de habitaciones

NH Santiago del Estero (marzo)



NHC Milano City Life (junio)



nhow Frankfurt (3T)



Anantara Plaza Nice (4T)



Sólidos fundamentos para liderar la recuperación

- 1 Recuperación del sector** La industria hotelera se va a beneficiar de una fuerte tendencia de crecimiento en los próximos años
- 2 Grupo urbano líder en Europa** Portfolio diversificado con fuerte presencia en ciudades principales y alto reconocimiento de marca
- 3 Bien posicionados para la recuperación** Oportuna transformación operativa y financiera antes de la pandemia
- 4 Eficiente modelo operativo** Continua inversión en digitalización y estricto control de costes durante la recuperación
- 5 Estructura de capital reforzada** Fuerte liquidez y sin vencimientos de deuda en el largo plazo
- 6 Activos en propiedad** Sólida base de activos en propiedad respaldando el negocio

+ OPORTUNIDADES DE INTEGRACIÓN CON MINOR

En un contexto especialmente sensible en cuanto a las circunstancias sanitarias y económicas, NH Hotel Group sigue apostando por su principal activo: los empleados. La estrategia de **PEOPLE** se centra así en **CONECTAR** con ellos, **CUIDAR** y garantizar su salud y bienestar y **DAR RESPUESTA** a las demandas del negocio

La Compañía mantuvo el **foco en sus pilares estratégicos**, asegurando su visión de largo plazo y adaptando las iniciativas al complejo contexto individual, social y de negocio



Liderazgo global y gestión del talento

- o Reanudación de las calibraciones como método de **identificación del talento**
- o Seguimiento de planes de desarrollo y **sucesión** de posiciones clave
- o Relanzamiento de **programas de desarrollo interno**

Máximo rendimiento

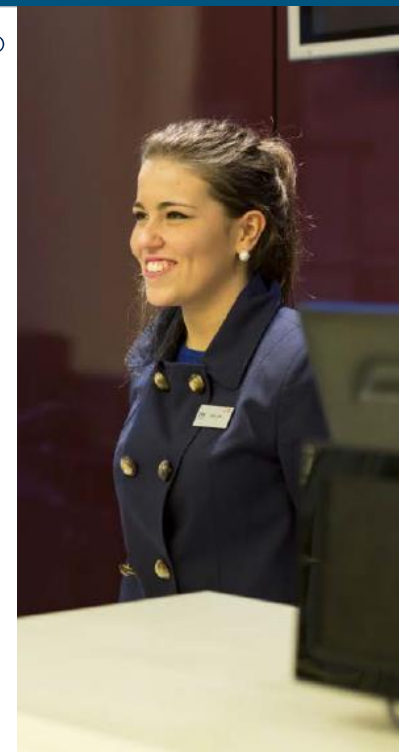


- o Continuación de los procesos ordinarios de **Gestión del Desempeño (TFY & MBO)**, claves para dar feedback y seguimiento al desarrollo profesional
- o Reanudación de **Planes de Formación Anuales** y consolidación de **GoodHabitiz**, la plataforma internacional de formación que ofrece contenidos amenos y personalizados

Compromiso



- o **Comunicación Interna** como pieza clave para generar y mantener su compromiso, gestionar la incertidumbre y potente gestor del cambio
- o Relanzamiento de **programas de reconocimiento interno**



MUCHAS GRACIAS A NUESTROS

EMPLEADOS

Sois el alma de la Compañía y vuestra vocación de servicio lo que nos diferencia

ACCIONISTAS E INVERSORES

Vuestra confianza es la base que nos permite generar valor día a día

PROPIETARIOS

Juntos expandimos horizontes

PROVEEDORES

Vuestra excelencia nos ayuda a ser más competitivos

Y CLIENTES

Sois nuestra razón de ser y vuestra lealtad nos impulsa a seguir innovando

VUESTRO COMPROMISO ES LA MÁS SÓLIDA GARANTÍA DE FUTURO PARA NH HOTEL GROUP

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 30 de junio de 2022



NH Collection Copenhagen

NH | HOTEL GROUP PART OF MINOR
HOTELS

