

Informe de gestión consolidado del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022

EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS Y SITUACIÓN DEL GRUPO

NH Hotel Group es un operador hotelero internacional y una de las compañías hoteleras urbanas de referencia a nivel mundial por número de habitaciones. El Grupo opera 350 hoteles y 54.820 habitaciones en 30 países con una presencia significativa en Europa.

El modelo de negocio centralizado le permite ofrecer un nivel de servicio consistente a sus clientes en los distintos hoteles de las diferentes regiones. La central corporativa y oficinas regionales ofrecen a los hoteles una amplia gama de funciones como ventas, revenue management, reservas, marketing, recursos humanos, gestión financiera y desarrollo de sistemas.

Esta flexible estructura operativa y financiera ha permitido al Grupo superar los grandes desafíos de los años anteriores por el bajo nivel de demanda. En el medio plazo, el Grupo se continuará beneficiando del reconocimiento de marca, las excelentes ubicaciones y el fuerte posicionamiento de mercado en Europa. Destacar que en el año 2022, según el estudio Brand Finance Hospitality, hemos sido reconocidos como la marca española con mayor valor, cuarta de Europa y 15 a nivel mundial.

Durante 2022, se ha consolidado la recuperación iniciada en 2021 tras la crisis económica generada por la pandemia del Covid-19. Así, la economía mundial creció un +3,4% comparado con un crecimiento del año anterior del +6,2%^[1].

La lucha mundial contra la inflación, la guerra de Rusia en Ucrania y el rebrote del Covid-19 en China frenaron la actividad económica mundial en 2022, y los dos primeros factores seguirán haciéndolo en 2023.

A pesar de estos factores negativos, el crecimiento del PIB se puede calificar de sólido explicado por varios factores: mayor consumo e inversión privada de lo previsto en un contexto de escasez de mano de obra y apoyo fiscal superior al previsto. Los hogares gastaron más para satisfacer la demanda reprimida, sobre todo en servicios, recurriendo en parte a sus ahorros conforme las economías iban reabriéndose. La inversión empresarial aumentó para atender la demanda. Por el lado de la oferta, las presiones sobre los precios cedieron al aliviarse los cuellos de botella y al disminuir los costes de transporte. Los mercados energéticos se han adaptado más pronto de lo previsto al shock de la invasión rusa de Ucrania.

Los cuatro países que aglutinan la mayor proporción de ventas y resultados del Grupo presentan tasas de crecimiento en el 2022: España (+5,2% en 2022 vs. +5,5% en 2021), Países Bajos (+4,5% en 2022 vs. +4,9% en 2021), Alemania (+1,9% en 2022 vs. +2,6% en 2021) e Italia (+3,9% 2022 vs. +6,7% en 2021). Por otro lado, el crecimiento en Latinoamérica se espera que sea del +3,9% en 2022 vs. +7,0% en 2021.

La subida de las tasas de interés de los bancos centrales para combatir la inflación y la guerra de Rusia en Ucrania continúan lastrando la actividad económica. La rápida propagación del Covid-19 en China frenó el crecimiento en 2022, pero con la reciente reapertura se espera una recuperación más rápida. Se prevé que la inflación mundial disminuya de 8,8% en 2022 a 6,6% en 2023 y a 4,3% en 2024, niveles aún superiores a los observados antes de la pandemia (2017-19) de alrededor del 3,5%.

De esta manera, la estimación para el crecimiento de la actividad económica mundial en el 2023 es de un +2,9% (+3,4% en 2022 vs. +6,2% en 2021). Más concretamente, en la zona Euro se prevé un crecimiento del +0,7% en 2023 (+3,5% en 2022 vs. +5,3% en 2021).

Según los datos de la OMT, más de 900 millones de turistas realizaron viajes internacionales en 2022, el doble que en 2021, aunque esa cifra se quede aún al 63% de los niveles anteriores a la pandemia. Todas las regiones del mundo registraron incrementos notables en las cifras de turistas internacionales. Oriente Medio disfrutó del mayor incremento relativo, ya que las llegadas ascendieron al 83% de las cifras prepandémicas. Europa llegó casi al 80% de los niveles prepandémicos, con 585 millones de llegadas en 2022. África y las Américas recuperaron alrededor del 65% de los visitantes prepandémicos, mientras que la región de Asia y el Pacífico solo recuperó el 23%, al mantener medidas más estrictas en relación con la pandemia que solo en los últimos meses han empezado a eliminarse.

El incremento de los ingresos por turismo internacional registrados en la mayoría de los destinos ha sido notable, y ha superado en varios casos al de las llegadas. Ha contribuido a ello el aumento del gasto medio por viaje debido a la prolongación de los periodos de estancia, la voluntad de los viajeros de gastar más en sus destinos y el aumento de los costes de viaje debido a la inflación. No obstante, la situación económica podría significar que los turistas adoptaran una actitud más precavida en 2023, con un menor gasto, viajes más cortos y a lugares más cercanos.

[1] Datos y estimaciones del FMI "World Economic Outlook" enero 2023.

Cabe resaltar la sólida posición con la que afronta el Grupo la situación actual tras la transformación operativa y financiera de años anteriores. El excelente desempeño del grupo en los años anteriores a la pandemia, es el resultado de una transformación completa, destacando la segmentación de marcas, la optimización del portfolio, las fuertes inversiones en reposicionamiento y sistemas, el foco en la eficiencia y el control de costes y, por último, la reducción del endeudamiento financiero.

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

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

Con la entrada de Minor International en el capital a finales del 2018 se abrió una nueva etapa de oportunidades mediante la creación de una plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes. De esta forma, comenzó una nueva etapa en la que surgieron oportunidades adicionales como:

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

La continua mejora de la experiencia del cliente se reforzó en el 2019 mediante el lanzamiento de varias iniciativas: "Fastpass", una combinación de tres innovadores servicios -Check-in Online, Choose Your Room y Check-out Online-, que pone en manos del cliente todo el control sobre su estancia. Adicionalmente, "City Connection", un nuevo servicio donde poder disfrutar de la ciudad sin límites. Bajo el lema "Stay in one hotel, enjoy them all", NH Hotel Group presentó una selección de servicios que permite a los clientes disfrutar de ellos en cualquier hotel en la ciudad en la que se encuentren, independientemente del hotel en el que estén alojados, durante el tiempo que dure su estancia.

El levantamiento de las restricciones a la movilidad desde mediados de 2021 fue el factor clave para la recuperación del sector hotelero. El encarecimiento de los suministros y costes operativos, entre los que destacan los costes de personal, los costes de la energía y todos los costes vinculados a IPC, está jugando un papel importante en la rentabilidad de las empresas hoteleras, que en parte se está compensando por la estrategia para maximizar los precios.

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

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

Durante el 2022, el programa de fidelización NH Rewards pasó a llamarse NH Discovery tras la migración al programa Global Hotel Alliance del que forma parte Minor International. Esto nos permite participar y beneficiarnos de un programa de fidelización con una cifra de miembros superior a los 20 millones y más de 800 hoteles multimarca en más de 100 países. Los hoteles y los miembros de NH son complementarios con los de GHA, lo que supone una gran ventaja a la hora de ganar visibilidad en los principales mercados emisores y diferentes segmentos de negocio.

En el año 2021 y con el fin de adaptarnos a las nuevas tendencias de los viajeros de negocios se lanzaron una serie de iniciativas que han permitido:

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

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

Cabe destacar que NH Hotel Group continúa a la vanguardia de la innovación. La transformación digital del Grupo ha permitido dotar de eficiencia a los procesos y sistemas, incrementar la capacidad de diferenciación respecto a la competencia, y continuar mejorando procesos básicos de la Compañía. Así, uno de los grandes logros fue el 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.

Desde el inicio de la recuperación tras la pandemia las empresas hoteleras están experimentando dificultades para encontrar trabajadores, lo que sugiere que el sector tiene que volver a atraer talento mediante atractivos planes de carrera profesional que impulsen la formación y la flexibilidad laboral.

Respecto a los indicadores de calidad, NH Hotel Group se focaliza en la medición de la misma, utilizando nuevas fuentes de información y encuestas con un importante aumento tanto del volumen de revisiones como de las evaluaciones recibidas. En este sentido, la puntuación media recibida por TripAdvisor en 2022 alcanza un 8,4, la misma que en diciembre 2021. Adicionalmente la puntuación media en Google Reviews alcanzó un 8,7, frente a un 8,7 de diciembre 2021. Dichas puntuaciones medias demuestran los altos niveles de calidad percibidos por los clientes y la tendencia de crecimiento positiva que NH Hotel Group ha tenido a lo largo del año.

Por otro lado, el Grupo ha iniciado en el ejercicio 2022 la operación de 8 nuevos hoteles en Milán, Andorra, Santiago del Estero, Frankfurt, Iquique, Cali y Niza aportando 1.125 habitaciones. De esta manera, el Grupo alcanza al 31 de diciembre de 2022 un total de 350 hoteles con 54.820 habitaciones.

Además, el Grupo ha firmado 8 nuevos hoteles en 2022 con 1.336 habitaciones. Éstas firmas han sido bajo fórmulas de gestión y alquiler en Andorra, Vila Viçosa, Berna, Tenerife, Alvor, Coimbra, Oporto y Lisboa. Las firmas han sido bajo las marcas NH, NH Collection, Tivoli y Anantara.

Respecto a la cifra de ingresos en el ejercicio 2022 alcanzó los 1.722,4 millones de euros, mostrando un incremento del 131% (+975,9 millones de euros). El Beneficio del ejercicio atribuible a los accionistas de la Sociedad Dominante alcanzó los 100,3 millones de euros frente a (133,7) millones de euros en 2021. Dicho incremento se explica por el incremento en la actividad posterior al impacto de Covid-19 durante el ejercicio 2021.

Respecto a la situación de endeudamiento bruto en este ejercicio disminuyó desde los 813,0 millones de euros en diciembre 2021 a 610,7 millones de euros en diciembre 2022. Referente a la situación de tesorería y otros activos líquidos, a 31 de diciembre de 2022 asciende a 301,8 millones de euros (243,9 millones de euros a 31 de diciembre de 2021). Adicionalmente dicha liquidez se complementa con la línea de crédito sindicada por importe de 242,0 millones de euros (disponible en su totalidad a cierre de los ejercicios 2022 y 2021) y unas líneas de crédito a cierre de ejercicio 2022 por importe de 25,0 millones de euros (disponible en su totalidad a cierre de los ejercicios 2022 y 2021).

Como consecuencia de la fuerte recuperación del negocio en la primera parte del ejercicio 2022 y la mejora en la posición financiera, la calificación crediticia de NH Hotel Group ha sido revisada favorablemente por las Agencias de Rating. El 12 de mayo de 2022, Fitch mejoró el rating corporativo de 'B-' a 'B' con perspectiva estable. Adicionalmente, el 7 de julio 2022, Moody's cambió la perspectiva del rating corporativo de NH Hotel Group de negativa a estable afirmando el rating en 'B3'. Cabe destacar que ambas agencias han declarado que NH afronta la recuperación con una satisfactoria flexibilidad financiera y capacidad de desapalancamiento con un relevante portfolio de activos en propiedad.

Como resultado de la oferta pública el 31 de octubre de 2018 junto a la ampliación de capital llevada a cabo en septiembre de 2021, Minor posee actualmente 410.183.997 acciones en NH Hotel Group, S.A. representando el 94,13% de su capital social. Desde 2018, ambas compañías han comenzado a explorar oportunidades de creación de valor conjunto para los próximos años.

2022: Año de la recuperación

El año 2022 ha consolidado y acelerado la recuperación iniciada en el segundo semestre del 2021 tras el levantamiento de las restricciones a la movilidad. Esta recuperación se vio en parte interrumpida por la aparición de la variante de Ómicron en los primeros meses del año. Tras Ómicron, la recuperación de la actividad fue más rápida que en variantes previas, y esto se explica por la reactivación del cliente de negocio que se sumó a la fuerte demanda del cliente de ocio.

El estallido de la guerra en Ucrania no ha afectado a nuestros ingresos y actividad intra-europea por no tener exposición hotelera en la región, así como al cliente ruso.

La recuperación más rápida de lo esperado desde marzo, con un excelente comportamiento tanto de la actividad como de los precios en todas las geografías, ha permitido que, desde el segundo trimestre del año, NH haya superado todas las métricas financieras del estado del resultado consolidado 2019.

El Grupo aprovechó la rápida reactivación de los viajeros de ocio y de negocio, en los que el peso de la demanda doméstica es una ventaja competitiva, implementando una sólida estrategia de precios y preservando un estricto control de costes, permitiendo compensar parcialmente la creciente presión en costes, mayor en energía y servicios externalizados como el servicio de limpieza y lavandería.

ÉTICA

Sistema de cumplimiento

Desde 2014, NH Hotel Group ha impulsado la función de Cumplimiento con alcance en las siguientes áreas clave, entre otras:

- Código de Conducta.
- Modelo de Prevención de Riesgos Penales.
- Reglamento Interno de Conducta.
- Procedimiento de Conflictos de Interés.

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

Código de Conducta

El impulso de la función de cumplimiento llevado a cabo por NH Hotel Group se basa en los principios y valores que contiene su Código de Conducta, el cual está traducido a diez idiomas, siete de los cuales están publicados en la web corporativa y la intranet, y se aplica en todos los países donde NH Hotel Group tiene actividad. Además, desde el 2017, a través de la App "My NH" los empleados de NH pueden acceder al Código de Conducta desde su dispositivo móvil. El personal de centros que operan bajo las marcas de NH Hotel Group, dispone también de una Guía Práctica y un documento de preguntas frecuentes.

El Código de Conducta tiene como objetivo determinar los principios, valores y normas que deben regir el comportamiento y la actuación de cada uno de los profesionales y directivos del Grupo, así como los miembros de los órganos de administración de las sociedades que lo integran y de los grupos de interés que interactúan con NH Hotel Group, como clientes, proveedores, competidores o accionistas, así como a las comunidades en las que NH opera sus hoteles.

En línea con su compromiso ético y las mejores prácticas de Gobierno Corporativo, NH Hotel Group ha realizado campañas de comunicación, sensibilización y formación en materia de Cumplimiento, desde el ejercicio 2015. La responsabilidad de la aprobación del Código de Conducta recae en el Consejo de Administración del Grupo.

El Código de Conducta resume la conducta profesional que se espera de los empleados, altos directivos y miembros del Consejo de NH Hotel Group y su grupo de sociedades, 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 cosas, leyes y normativas sobre la salud y seguridad, discriminación, fiscalidad, privacidad de los datos, derechos humanos, competencia, anticorrupción, prevención de blanqueo de capitales y compromiso medioambiental.

El Código de Conducta es revisado periódicamente por la Oficina de Cumplimiento con el fin de adaptar y actualizar su contenido en los casos que proceda. El Consejo de Administración de la Compañía, en su reunión del pasado 8 de noviembre de 2022, ha aprobado una actualización del Código de Conducta, para adaptar el Código a las recientes novedades legislativas, observar los nuevos requerimientos legales y atender los estándares y mejores prácticas en lo que se refiere a

cumplimiento, destacando la anonimización del Canal de Denuncia. El responsable de Auditoría Interna gestiona el Canal confidencial de Denuncias. El procedimiento para la gestión de las denuncias recibidas a través del Canal de Denuncias se especifica en detalle en el Código de Conducta. En dicho procedimiento se garantiza la confidencialidad y respeto en todas las fases del mismo, así como la no represalia.

En 2022, se ha informado de 40 presuntos incumplimientos del Código de Conducta, habiéndose ejecutado las medidas disciplinarias pertinentes y habiéndose dado respuesta a la totalidad de las 38 consultas recibidas.

Comité de cumplimiento

NH Hotel Group constituyó en 2014 el Comité de Cumplimiento, formado por ciertos miembros del Comité de Dirección que cuentan con suficiente conocimiento de las actividades de NH Hotel Group y a la vez disponen de la autoridad, autonomía e independencia necesarias para garantizar la credibilidad y carácter vinculante de las decisiones tomadas. Este órgano tiene la facultad de supervisar el cumplimiento de las áreas clave del Sistema de Cumplimiento: el Reglamento Interno de Conducta, el Procedimiento de Conflictos de Interés, el Código de Conducta y el Modelo de Prevención de Riesgos Penales del Grupo, entre otros.

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

La Compañía ha decidido desplegar su modelo de prevención de delitos a otros países (Alemania, Holanda, Bélgica, Reino Unido, Colombia, México y Argentina), habiendo en consecuencia constituido Comités de Cumplimiento locales en las unidades de negocio que abarcan los antes citados países. Asimismo, NH Hotel Group ha iniciado en 2022 la implantación de un programa de cumplimiento propio en Portugal.

Durante el ejercicio 2022, se han celebrado tres reuniones (abril, julio y octubre) del Comité de Cumplimiento.

Oficina de cumplimiento

La Oficina de Cumplimiento, liderada por el responsable de Cumplimiento, reporta directamente al Chief Legal & Compliance Officer de NH Hotel Group y al Comité de Cumplimiento y es la encargada de la difusión y supervisión del cumplimiento del Código de Conducta, del seguimiento y supervisión periódica del Modelo de Prevención de Riesgos Penales, de la creación y actualización de políticas corporativas así como de la monitorización de su cumplimiento y de gestionar las consultas del Código de Conducta, entre otras funciones.

Política anticorrupción y fraude

NH Hotel Group dispone de una Política anticorrupción y fraude que fue aprobada inicialmente en enero de 2018 por el Consejo de Administración y modificada en mayo de 2019. Los principios generales de la Política Anticorrupción y Fraude son:

- Tolerancia cero ante sobornos y corrupción en el sector privado y público
- El comportamiento ha de ser adecuado y legal
- Transparencia, integridad y exactitud de la información financiera
- Control interno periódico
- La legislación local prevalece en el caso de ser más restrictiva

Política de prevención de blanqueo de capitales

El Código de Conducta de NH refleja un compromiso con el respeto de la normativa aplicable en materia de prevención de blanqueo, con especial atención en la diligencia y cuidado en los procesos de evaluación y selección de proveedores, y en los pagos y cobros en metálico. De ahí que el Comité de Cumplimiento del 19 de diciembre de 2018, aprobó una Política que refuerza 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, S.A. y las sociedades de su Grupo puedan ser utilizados en operaciones de blanqueo o financiación del terrorismo. Dicha Política fue aprobada por el Consejo el 13 de mayo de 2019 y ha sido actualizada durante el ejercicio 2022, con el fin de ajustar los nuevos umbrales límites para pagos en efectivo, y la incorporación de un formulario de identificación de empresas.

Las antes referidas Políticas han sido debidamente comunicadas a todos los empleados del Grupo, habiendo puesto a su disposición las correspondientes formaciones online para garantizar su divulgación y comprensión.

GESTIÓN DE RIESGOS

Gobierno de la gestión de riesgos

El Consejo de Administración de la Compañía es el órgano responsable de la supervisión del sistema de gestión de riesgos, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 del Reglamento del Consejo de Administración. Tal y como se regula en el artículo 25 b) Apartado 3 del Reglamento del Consejo de Administración de la Sociedad, la Comisión de Auditoría y Control apoya al Consejo de Administración en la supervisión de la eficacia del control interno, la auditoría interna y los sistemas de gestión de riesgos, incluidos los fiscales. En este sentido, durante el 2022, se ha realizado un control y seguimiento de los principales riesgos de la Compañía.

Por otra parte, el Comité de Dirección de la Compañía tiene, entre otras funciones, la gestión y 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 Ejecutivos, apoya al Comité de Dirección en dicha supervisión, así como promueve 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 funciona tal y como está previsto en la Política Corporativa de Gestión de Riesgos, un tercero independiente revisa periódicamente su funcionamiento. Debido a la situación excepcional derivada del Covid-19 no se llevó a cabo esta revisión desde 2019, no obstante está previsto retomar esta revisión externa a finales del 2023 o a principios del 2024.

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

En línea con lo anterior, NH sigue el modelo de las Tres Líneas publicado en julio de 2020 por el IIA Global:

- Primera línea: realizada por las funciones (unidades de negocio y corporativas) propietarias de los riesgos y de su gestión (Operaciones, Comercial, Marketing, etc.).
- Segunda línea: realizada por las funciones encargadas de la supervisión de los riesgos (Gestión de Riesgos, Cumplimiento, Protección de Datos, Control Interno, etc.)
- Tercera línea: 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.

Modelo de la gestión de riesgos

El modelo de gestión de riesgos de NH Hotel Group desplegado a nivel Grupo, tiene por objeto la identificación de aquellos eventos que puedan afectar negativamente a la consecución de los objetivos del Plan Estratégico de la Compañía, obteniendo el máximo nivel de garantía para los accionistas y grupos de interés y protegiendo los ingresos del Grupo, así como su reputación.

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) y comprende un conjunto de metodologías, procedimientos y herramientas de soporte que permiten a NH Hotel Group:

1. Adoptar un adecuado gobierno en relación con la gestión de riesgos en la Compañía, así como promover una cultura de gestión de riesgos apropiada.
2. Asegurar que los objetivos que se definen en la Compañía están alineados con su estrategia y su perfil de riesgo.
3. Identificar, evaluar y priorizar los riesgos más relevantes que pudieran afectar a la consecución de los objetivos estratégicos. Identificar medidas de mitigación de dichos riesgos, así como establecer planes de acción en función de la tolerancia al riesgo de la Compañía.
4. Seguimiento de los planes de acción establecidos para los riesgos principales, en el marco de un modelo de mejora continua.

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 2022, la Compañía ha actualizado su catálogo de

riesgos (80 riesgos) junto con el Mapa de Riesgos, aprobado por parte del Consejo de Administración en su sesión del 26 de julio de 2022.

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 es responsable de las medidas de mitigación existentes o en curso para sus riesgos y del estado de implantación de los planes de acción. Periódicamente, los "Risk Owners" presentan el estado de los principales riesgos bajo su responsabilidad así que los controles mitigantes y planes de acción a futuro ante la Comisión de auditoría y Control (por ejemplo, el riesgo "Cyber" se presentó el 8 de noviembre de 2022).

Aualmente, 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). De forma adicional, durante el año los gestores de riesgos pueden reportar/sugerir un nuevo riesgo a la Oficina de Riesgos.

Con carácter general, los riesgos a los que está expuesto el Grupo pueden clasificarse en las siguientes categorías:

- a. Riesgos Financieros: eventos que afectan a las variables financieras (tipos de interés, tipos de cambio, inflación, liquidez, deuda, crédito, etc.).
- b. Riesgos de Cumplimiento: derivados de posibles cambios regulatorios, así como incumplimiento tanto de normativa interna como externa.
- c. Riesgos de Negocio: generados por la inadecuada gestión de procesos y recursos, tanto humanos como materiales y tecnológicos.
- d. Riesgos derivados de Factores Externos: consecuencia de desastres naturales, pandemias, inestabilidad política o ataques terroristas.
- e. Riesgos de Sistemas: eventos que puedan afectar a la integridad, disponibilidad o fiabilidad de la información operativa y/o financiera (incluyendo Ciber).
- f. Riesgos Estratégicos: producidos por las dificultades de acceso a mercados, así como dificultades en la desinversión de activos.

Además de esta clasificación, la Compañía tiene identificado los riesgos emergentes y riesgos ESG a los que hace un especial seguimiento (descrito en el informe anual de información no financiera). A principios de 2022, NH Hotel Group ha reforzado su análisis de riesgos vinculados a Derechos humanos, Medioambiente y Fraude por parte de los Departamentos de Sustainable Business y Riesgos.

ESTRATEGIA DE SUSTAINABLE BUSINESS

NH Hotel Group desempeña su actividad hotelera con la ambición de liderar el comportamiento responsable, generando un impacto positivo social y ambiental allí donde está presente, transmitiendo sus compromisos en derechos humanos, éticos y empresariales en su forma de trabajar en toda su cadena de valor: accionistas, clientes, socios, proveedores y empleados, a la vez que promueve alianzas responsables a través de dos pilares: UP FOR PLANET y UP FOR PEOPLE.

Como hito destacable, en mayo del 2022 se ha constituido el Comité Ejecutivo de Sostenibilidad, cuya principal función es la de dar soporte al Consejo de Administración en su labor de proporcionar seguimiento a la estrategia de sostenibilidad de NH Hotel Group. Este comité está copresidido por la Chief Assets & Development Officer y la Chief People & Sustainable Business Officer y donde todas las funciones con un impacto directo en la ejecución de la estrategia están representadas.

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.

La información relativa al desempeño de la Estrategia de Sustainable Business se publica en el Estado de Información No Financiera 2022, que se presenta como un informe separado y forma parte de este Informe de Gestión Consolidado.

UP FOR PLANET

"Pilar bajo el que minimizamos el impacto en el medio ambiente, desde el diseño, la construcción, las operaciones y la renovación de nuestros hoteles. Focalizados en la reducción, la reutilización y el reciclaje de recursos naturales como el agua y la energía, gases de efecto invernadero, residuos y la sustitución de los materiales existentes por alternativas más respetuosas con el medio ambiente, sostenibles e innovadoras"

La Compañía es consciente de los efectos de su actividad en el medio ambiente, y trabaja en prevenir y anticiparse a las posibles contingencias ambientales, así como integrar la sostenibilidad en todos sus procesos, apostando siempre por reducir sus impactos.

La estrategia ambiental de la Compañía se canaliza a través de UP FOR Planet, donde se define la hoja de ruta para dar cumplimiento a los compromisos adquiridos de lucha contra el cambio climático y avance hacia la descarbonización.

• PRODUCTOS Y ACTIVOS SOSTENIBLES

En NH Hotel Group la lucha contra el cambio climático es un valor estratégico fundamental y, es por ello, que NH Hotel Group continúa trabajando en su compromiso de reducir en un 20% sus emisiones de carbono en toda su cadena de valor hasta 2030, objetivo validado por la iniciativa SBTi. 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, y con el compromiso de conseguir llegar a ser una compañía descarbonizada en 2050.

NH Hotel Group trabaja con el sistema de gestión ambiental ISO 14001 y con el sistema de eficiencia energética ISO 50001 certificados para los servicios de alojamiento, restauración, reuniones y eventos. En 2022, NH Hotel Group cuenta con la certificación individual del 50% de los hoteles del portfolio. Adicionalmente, 336 hoteles de la Compañía han conseguido el distintivo ambiental de Booking, 308 el GreenStay de HRS y 50 el Green Collection de GHA. Cabe destacar que la totalidad del portfolio ha obtenido la calificación Bioscore, evaluación independiente de un hotel por su nivel de sostenibilidad a través de una calificación basada en criterios de ASG (criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo), alineando los parámetros más relevantes de las principales ecoetiquetas reconocidas internacionalmente para ofrecer así una visión global y homogenizada de los esfuerzos en materia de sostenibilidad realizada por los hoteles.

La reducción de emisiones durante este ejercicio ha sido del 20%, en el ratio de emisiones por ocupación respecto al 2021.

• PROCESOS Y ESTÁNDARES OPERATIVOS

Pilar estratégico enfocado a la gestión eficiente y consumo responsable de los recursos priorizando la regla de las "4R": Reducir, Reutilizar, Reciclar y Reemplazar mientras se compensan las emisiones residuales y favoreciendo la evolución hacia la economía circular y el desarrollo de productos más sostenibles, pero también la involucración de empleados, proveedores, socios y clientes como actores clave para alcanzarlos.

Cabe destacar que durante este ejercicio, el ratio de consumo energético por ocupación y el ratio por ocupación de la extracción de agua ha disminuido un 35% y un 25% respectivamente, en comparación con el año anterior.

• COMPRAS SOSTENIBLES

A través de este pilar, NH Hotel Group fortalece su cadena de valor sostenible, priorizando alianzas clave, aumentando el consumo a proveedores locales y organizaciones responsables. 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.

Durante 2022, se han adherido al Código de Conducta de NH Hotel Group y al de Coperama un total de 88 nuevos proveedores a nivel global. De esta forma, en 2022 el número de proveedores activos con códigos firmados ha alcanzado un total de 1.760.

Estas líneas de actuación y compromisos permiten a NH Hotel Group posicionarse como una Compañía sostenible y respetuosa con el medio ambiente, incrementando con ello el valor de sus marcas.

UP FOR PEOPLE

"A través de iniciativas y proyectos que promueven el desarrollo profesional de nuestros empleados, a la vez que creamos un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes, para ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia, involucrándoles en nuestros compromisos sostenibles"

• EMPLEADOS

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

Durante este ejercicio, se han consolidado los proyectos clave, completando la implementación del Plan Estratégico del pilar de People y sentando la base para el lanzamiento de las iniciativas estratégicas que se agrupan en los 4 pilares principales:

- Compromiso interno.
- Gestión del talento.
- Estrategia de contratación.

- Marca empleadora.

Cabe destacar que en 2022 la Compañía ha retomado procesos muy relevantes dentro de la estrategia de People como la encuesta de clima, las calibraciones de talento, los programas de reconocimiento, formación y de desarrollo interno, entre otros. Todos ellos adaptados a la nueva realidad de la Compañía. Con todo ello, NH Hotel Group ha seguido cuidando de sus equipos y les ha proporcionado herramientas para gestionar la incertidumbre de años pasados, focalizándose en identificar, desarrollar y retener el talento.

El número de FTEs empleadas por la Sociedad Dominante y las sociedades consolidadas durante el 2022 es de 10.995 empleados, ubicados en 29 países, donde el 51% son mujeres y el 49% hombres.

La apuesta de NH Hotel Group por la estabilidad laboral se pone de manifiesto gracias al alto porcentaje de empleados con contrato indefinido. Así, en 2022, el 84% del promedio de los contratos de mujeres son indefinidos y el 83% del promedio de los empleados entre 25 y 40 años tienen contrato indefinido. Adicionalmente, se han realizado 6.491 nuevas contrataciones, de las cuales el 63% son empleados menores de 35 años y el 53% son mujeres.

A través de su Código de Conducta, NH Hotel Group formaliza su compromiso de promover la no discriminación por razón de raza, color, nacionalidad, origen social, edad, género, estado civil, orientación sexual, ideología, opiniones políticas, religión o cualquier otra condición personal, física o social de sus profesionales, así como la igualdad de oportunidades entre los mismos. Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los empleados están basadas en criterios de capacidad, competencia y méritos profesionales.

Adicionalmente, la Compañía seguirá reforzando el compromiso de sus empleados y creando entornos de trabajo óptimos para maximizar la contribución de sus empleados.

• CLIENTES

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

La Compañía trabaja en iniciativas que mejoren la calidad y la experiencia de los clientes, a la vez que minimizan el impacto ambiental de nuestros hoteles, como por ejemplo:

- FASTPASS, incorporando nuevas tecnologías que permitan servicios como la biometría y reconocimiento facial.
- Tablets in reception; ofrecer los mejores servicios a sus clientes, permitiendo realizar el check in y el check out a través de una tablet conectada a PMS.
- Chromecast: permite al cliente enviar contenido desde su móvil, tableta o PC al televisor de la habitación.
- Mobile Guest Service, digitaliza información servicios y funcionalidades de la estancia en el hotel.
- Producto sostenible: propuestas alternativas sostenibles a todos los elementos definidos en los estándares de nuestros hoteles.

• COMUNIDADES

NH Hotel Group busca crear un impacto social y ambiental positivo en aquellas comunidades donde estamos presente a través de alianzas responsables:

- Hotels with a Heart: programa de alojamiento gratuito para familias necesitadas con niños enfermos.
- Together with Love: el voluntariado corporativo de la Compañía a nivel global.
- Empleabilidad juvenil, para jóvenes en riesgo de exclusión.

Gracias a estos proyectos, NH Hotel Group ha beneficiado a más de 60.700 personas.

Reconocimientos en sostenibilidad

NH Hotel Group ha sido incluida por tercera vez en el "Sustainability Yearbook 2022" que publica S&P Global. La Compañía participó por cuarta vez de manera voluntaria en la evaluación Corporate Sustainability Assessment (CSA), realizada por la agencia de inversión sostenible S&P Global, obteniendo el reconocimiento TOPI0%.

Como muestra de su compromiso con la igualdad de género, NH Hotel Group por cuarto año consecutivo, ha sido incluida en el índice Bloomberg GEI 2022, siendo la única hotelera española de entre las 484 compañías incluidas en el índice. Este índice de referencia mide la igualdad de género a través de cinco pilares: desarrollo de liderazgo y talento, igualdad y paridad en la remuneración, cultura inclusiva, políticas contra el acoso sexual y la imagen de la marca.

Además, NH Hotel Group reporta a CDP Climate Change su compromiso y estrategia frente al cambio climático desde 2010, habiendo obtenido 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 corporación, que actúa como una palanca de valor transversal del Grupo desde hace más de una década.

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.

ACCIONES Y ACCIONISTAS

Al cierre del ejercicio 2022 el capital social de NH Hotel Group, S.A. estaba representado por 435.745.670 acciones al portador de 2 euros de valor nominal cada una, íntegramente suscritas y desembolsadas. Todas estas acciones gozan de iguales derechos políticos y económicos y se encuentran admitidas a cotización en el Mercado Continuo de las Bolsas de Valores de España.

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 eran las siguientes a 31 de diciembre de 2022 y 2021:

	2022	2021
Minor International Public Company Limited ("MINT")	94,13%	94,13%

La referida participación (indirecta) de MINT en NH Hotel Group, S.A. es el resultado de la oferta pública de adquisición formulada por MHG Continental Holding (Singapore) Pte Ltd. sobre el 100% de las acciones que formaban parte del capital social de NH Hotel Group, S.A en fecha 11 de junio de 2018, cuyo resultado fue que MINT adquirió, a través de su filial íntegramente participada MHG Continental Holding (Singapore) Pte. Ltd, acciones representativas del 94,13% del capital social de NH Hotel Group, S.A.

La cotización media de NH Hotel Group, S.A. en 2022 se situó en 3,25 euros por acción (3,61 euros en 2021), con un precio mínimo registrado en el mes de octubre de 2,27 euros por acción (2,82 euros en diciembre de 2021) y un precio máximo en el mes de junio de 4,03 euros por acción (4,35 euros en febrero de 2021). La capitalización bursátil del Grupo al cierre de 2022 ascendía a 1.294,16 millones.

A 31 de diciembre de 2022, el Grupo cuenta con 92.915 acciones propias (todas ellas referentes al contrato de liquidez), 96.246 acciones propias a 31 de diciembre de 2021. La reducción de autocartera en el periodo se explica en su totalidad por la operativa del contrato de liquidez.

Contrato de liquidez para la gestión de autocartera

El 10 de abril de 2019 el Consejo de Administración de NH acordó suscribir un contrato de liquidez para la gestión de su autocartera con Banco Santander, S.A. El Contrato entró en vigor el 11 de abril de 2019.

Dicho contrato se ajusta al modelo de contrato de liquidez que se incorpora en la Circular 1/2017 de 26 de abril de la Comisión Nacional del Mercado de Valores sobre los contratos de liquidez, a los efectos de su aceptación como práctica de mercado.

El número total de acciones destinadas a la cuenta de valores asociada al Contrato de Liquidez a 31 de diciembre del ejercicio 2022 es de 92.915 acciones y el importe actual destinado a la cuenta de efectivo es de 329.492 euros.

La suscripción del Contrato de Liquidez fue acordada por el Consejo de Administración a propuesta de los Consejeros Dominicales en representación del accionista Minor, como medida para fomentar y favorecer la liquidez de las acciones de la Sociedad teniendo en cuenta las actuales condiciones de mercado.

Periodo medio de pago

A continuación se detalla la información requerida en la Disposición Adicional Tercera de la Ley 15/2010 de 5 de julio y modificada por la Resolución de 29 de enero de 2016, del Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas y por la Ley 18/2022, de 28 de septiembre, de creación y crecimiento de empresas, sobre la información a incorporar en la memoria de

las cuentas anuales en relación con el periodo medio de pago a proveedores en operaciones comerciales de sociedades españolas.

	2022	2021
	Días	
Periodo medio de pago a proveedores	79	96
Ratio de operaciones pagadas	80	97
Ratio de operaciones pendientes de pago	63	80
	Importe (miles de euros)	
Total pagos realizados	315.527	271.179
Total pagos pendientes	23.404	20.018

Los datos expuestos en el cuadro anterior sobre pagos a proveedores de sociedades españolas hacen referencia a aquellos que por su naturaleza son acreedores comerciales por deudas con suministradores de bienes y servicios, de modo que incluyen los datos relativos a la partida de "Acreedores comerciales y otras cuentas por pagar" del pasivo corriente del estado de situación financiera consolidado.

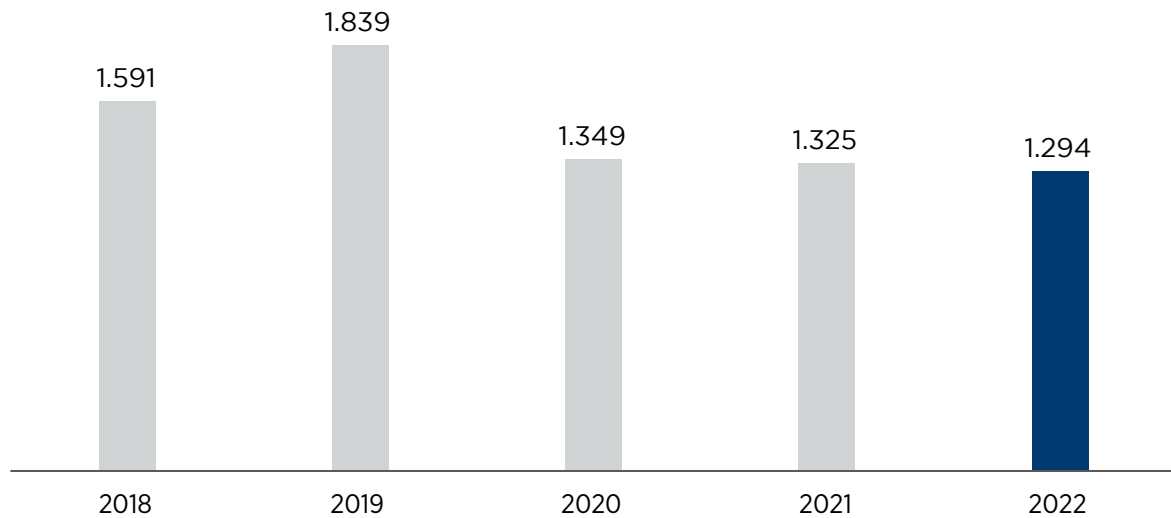
Durante el ejercicio 2022 el volumen monetario de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad fue de 139.876 miles de euros representando un 44% del volumen monetario total de facturas; el número de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad fue de 66 mil representando un 41% del volumen total de facturas.

El periodo medio de pago a proveedores se ha calculado como la media ponderada de los dos ratios que a continuación se explican:

- Ratio de operaciones pagadas: periodo medio de pago de las operaciones pagadas en cada ejercicio ponderado por el importe de cada operación.
- Ratio de operaciones pendientes de pago: plazo medio existente entre fecha de factura y fecha de cierre del ejercicio ponderado por el importe de cada operación.

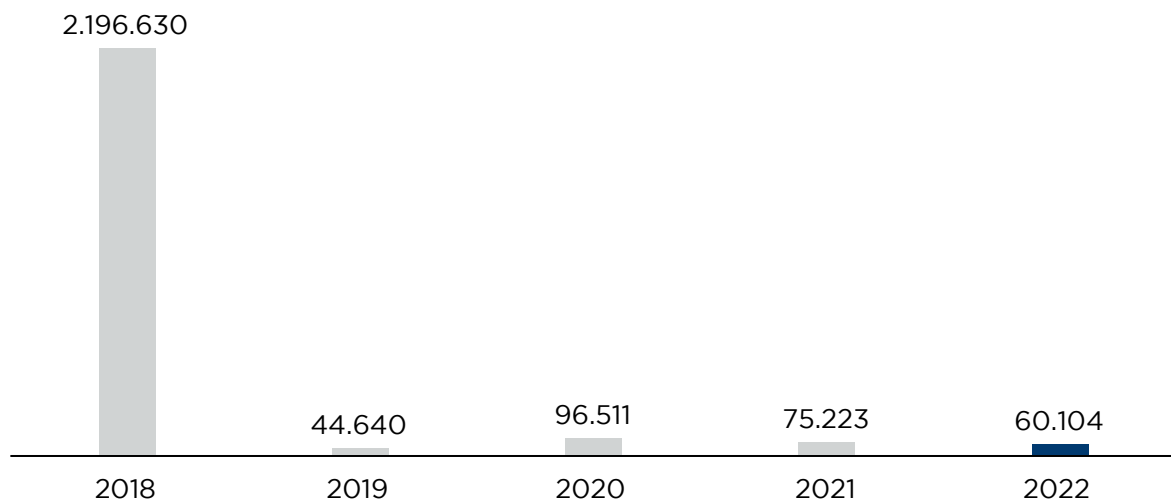
Debido al impacto de la pandemia del Covid-19 sobre la demanda hotelera la Sociedad ha superado el periodo de pago máximo a proveedores comerciales establecido legalmente en 60 días. Esta situación se considera remediable en tanto que se están tomando diversas medidas enfocadas al redimensionamiento temporal de los recursos existentes hasta el momento, así como renegociación de contratos de arrendamiento y otras acciones de distinto ámbito enfocadas a minimizar los impactos de la pandemia del Covid-19, las cuales junto con la progresiva recuperación de la demanda y del negocio permitirá recuperar el ratio legal establecido.

Capitalización (al cierre de cada ejercicio en millones de euros)



Durante el año 2022, se contrataron en el Mercado Continuo 15.446.871 acciones de NH Hotel Group, S.A. (19.257.219 acciones en 2021), con una media de contratación diaria de la acción en el Mercado Continuo de 60.104 títulos (75.223 títulos en 2021).

Contratación media diaria (en títulos)



EVOLUCIÓN NH HOTEL GROUP vs. IBEX 35

1 ENERO 2017 - 31 DICIEMBRE 2022



EVOLUCIÓN PREVISIBLE

Hay indicios de que el endurecimiento de la política monetaria está empezando a enfriar la demanda y la inflación, pero la totalidad del impacto probablemente no se materializará antes de 2024.

Se proyecta que el crecimiento mundial, que se estimaba que sería de 3,4% en 2022, descenderá a 2,9% en 2023 para después repuntar a 3,1% en 2024. No se prevé que el PIB mundial ni el PIB mundial per cápita registren un crecimiento negativo, algo que suele ocurrir cuando se produce una recesión mundial. No obstante, para 2023 y 2024 se proyecta que el crecimiento mundial se sitúe por debajo de la media anual histórica (2000-19) de 3,8%.

El pronóstico de bajo crecimiento en 2023 se debe al aumento de las tasas de los bancos centrales para combatir la inflación –en especial en las economías avanzadas– así como a la guerra en Ucrania. El descenso del crecimiento en 2023 con respecto a 2022 obedece a las economías avanzadas; en las economías de mercados emergentes y en desarrollo, se estima que el crecimiento tocó fondo en 2022. Se prevé que el crecimiento se reactive en China gracias a la plena reapertura en 2023. El repunte previsto para ambos grupos de economías en 2024 refleja la recuperación gradual frente a los efectos de la guerra en Ucrania y la moderación de la inflación.

Según los pronósticos de la OMT para 2023, las llegadas de turistas internacionales podrían situarse entre el 80% y el 95% de los niveles prepandémicos este año, dependiendo de en qué medida se produzca una ralentización económica, de cómo se vayan recuperando los viajes en Asia y el Pacífico y de cuál sea la evolución de la ofensiva rusa en Ucrania, entre otros factores.

La OMT prevé que la recuperación continúe durante 2023 aunque el sector se enfrente a retos económicos, sanitarios y geopolíticos. El reciente levantamiento de las restricciones de viaje por motivo de la Covid-19 en China, el mayor mercado emisor del mundo en 2019, es un paso importante para la recuperación del sector turístico en Asia y el Pacífico y en todo el mundo. A corto plazo, la reanudación de los viajes desde China podría beneficiar a los destinos asiáticos en particular. No obstante, la situación cambiará en función de la disponibilidad y los costes de los viajes, las regulaciones sobre visados y las restricciones en materia de Covid-19 en los destinos. Para mediados de enero, un total de 32 países habían impuesto restricciones de viaje específicas a los viajeros procedentes de China, especialmente en Asia y en Europa.

Al mismo tiempo, la fuerte demanda de los Estados Unidos, apoyada por la fortaleza del dólar, seguirá beneficiando a los destinos de esta y de otras regiones. Europa seguirá manteniendo flujos abundantes de viajeros procedentes de los Estados Unidos, en parte por la debilidad del euro frente al dólar.

El último índice de confianza de la OMT muestra un optimismo cauto para enero-abril, superior al del mismo periodo en 2022. El optimismo viene avalado por la apertura en Asia y las fuertes cifras de gasto en 2022 tanto en los mercados emisores tradicionales como en los emergentes, observándose buenos resultados en Francia, Alemania e Italia, así como en Qatar, la India y la Arabia Saudita.

Estado de Información no financiera

El Estado de Información no Financiera consolidado 2022, formulado por el Consejo de Administración el 22 de febrero de 2023, contiene toda la información no financiera requerida por la Ley 11/2018 de 28 de diciembre de 2018. Este documento se presenta como un informe separado, forma parte del presente Informe de Gestión Consolidado y está disponible en la página web corporativa del Grupo NH (<https://www.nh-hoteles.es/corporate/>), dentro del apartado de informes anuales incluidos en información financiera de la sección de accionistas e inversores y como anexo del presente documento.

Informe anual de Gobierno corporativo

El Informe Anual de Gobierno corporativo, que forma parte del presente informe de gestión consolidado, se ha elaborado según lo dispuesto en el artículo 49.4 del Código de Comercio. Asimismo, dicho informe estará disponible desde la publicación de estas cuentas en la página web corporativa del Grupo NH (<https://www.nh-hoteles.es/corporate/>) y en la web de la CNMV (www.cnmv.es).

Informe anual sobre remuneraciones de los consejeros

El Informe anual sobre remuneraciones de los consejeros 2022, formulado por el Consejo de Administración el 22 de febrero de 2023, se presenta como un informe separado, forma parte del presente Informe de Gestión Consolidado y está disponible como anexo del presente documento, según lo dispuesto por el artículo 538 del Real Decreto Legislativo 1/2010 de 2 de julio.

HECHOS POSTERIORES

En Enero 2023, la Sociedad Dominante solicitó la amortización voluntaria anticipada del Préstamo sindicado con garantía ICO con vencimiento en 2026 por importe de 50.000 miles de euros. Con esta última amortización voluntaria, dicho préstamo queda amortizado en su totalidad.

Como se ha señalado en la Nota 22, el pasado 4 de enero de 2023 se ha producido el pago del Acta fiscal con acuerdo firmado con la Autoridad fiscal holandesa de acuerdo con lo señalado en la mencionada Nota.