

Informe de gestión consolidado del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2023

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 55.626 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 2023, según el estudio Brand Finance Hospitality, hemos sido reconocidos como la marca española con mayor valor, sexta de Europa y top 25 a nivel mundial.

Durante 2023, 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 +3,1% comparado con un crecimiento del año anterior del +3,5%. Más concretamente, la zona Euro se presenta un crecimiento del +0,5% en 2023 (+3,4% en 2022).[1].

La recuperación económica mundial está resultando ser sorprendentemente resiliente tras la pandemia del Covid-19, la invasión rusa de Ucrania y la crisis del coste de vida. La inflación está disminuyendo más rápidamente de lo previsto tras tocar techo en 2022 y está afectando menos de lo esperado al empleo y la actividad económica, como resultado de la evolución favorable por el lado de la oferta y el endurecimiento de las políticas por parte de los bancos centrales, que ha mantenido ancladas las expectativas de inflación. A la vez, se espera que las elevadas tasas de interés dirigidas a combatir la inflación, unidas al retiro del respaldo fiscal en un contexto de deuda elevada, frenen el crecimiento en 2024.

Los cuatro países que aglutinan la mayor proporción de ventas y resultados del Grupo presentan desaceleración de sus tasas de crecimiento en el 2023: España (+2,4% en 2023 vs. +5,8% en 2022), Países Bajos (+0,6% en 2023 vs. +4,3% en 2022), Alemania (-0,3% en 2023 vs. +1,8% en 2022) e Italia (+0,7% 2023 vs. +3,7% en 2022). Por otro lado, el crecimiento en Latinoamérica fue del +2,5% en 2023 vs. +4,2% en 2022.

La inflación está disminuyendo más rápidamente de lo previsto en la mayoría de las regiones, mientras se disipan los problemas en el lado de la oferta y se aplica una política monetaria restrictiva. Si bien la inflación mundial ha disminuido, esto se debe principalmente al retroceso en los precios de la energía y los alimentos. Pero la inflación subyacente, que excluye los componentes volátiles de la energía y los alimentos, todavía permanece alta en muchos países. Se prevé que la inflación mundial disminuya de 9,2% en 2022 a 6,8% en 2023 y a 5,8% en 2024, niveles muy por encima del nivel fijado como objetivo y aún superiores a los observados antes de la pandemia (2017-19) de alrededor del 3,5%.

Según los datos de la OMT, en 2023 el turismo internacional alcanzó el 88% de los niveles registrados antes de la pandemia, con un número estimado de 1.300 millones de llegadas internacionales. Se prevé que la liberación de la demanda acumulada restante, el aumento de la conectividad aérea y una mayor recuperación de los mercados y destinos asiáticos apoyen una plena recuperación para finales de 2024. Europa, la región más visitada del mundo, alcanzó el 94% de los niveles logrados en 2019, apoyada por la demanda intrarregional y por los viajes provenientes de los Estados Unidos. África recuperó el 96% de los visitantes anteriores a la pandemia, y las Américas el 90%. Asia y el Pacífico alcanzaron el 65% de los niveles registrados antes de la pandemia, tras la reapertura de varios mercados y destinos.

Los últimos datos de la OMT también ponen de relieve el impacto económico de la recuperación. En 2023, según las estimaciones preliminares, los ingresos por turismo internacional alcanzaron 1,4 billones de dólares, aproximadamente el 93% de los 1,5 billones de dólares ingresados por los destinos en 2019. Las estimaciones preliminares de la contribución económica del turismo, medida en términos de producto interior bruto (PIB) directo del turismo, apuntan a 3,3 billones de dólares en 2023, o al 3% del PIB mundial. Esto indica una recuperación del PIB directo del turismo alcanzado antes de la pandemia, impulsado por el fuerte crecimiento del turismo nacional e internacional.

[1] Datos y estimaciones del FMI "World Economic Outlook" enero 2024.

Cabe resaltar la rápida recuperación de los resultados del Grupo explicada por la transformación operativa y financiera en los años anteriores a la pandemia así como las medidas adoptadas durante la misma.

El excelente desempeño del grupo en los años anteriores a la pandemia, es el resultado de una transformación completa, destacando la segmentación de marcas y el mayor posicionamiento en el segmento superior, la optimización del portfolio, las fuertes inversiones en reposicionamiento y sistemas de información para la estrategia de precios, el foco en la eficiencia y el control de costes y, por último, la reducción del endeudamiento financiero.

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 el paraguas 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.

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:

- *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.

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.

Por otro lado, durante 2021 NH Hotel Group ejecutó de manera proactiva una batería de iniciativas para reforzar la estructura de capital del Grupo, entre las que destacan la ampliación de capital, la refinanciación y extensión de los vencimientos de la deuda financiera y la desinversión de un activo relevante mediante una operación de sale & leaseback. Estos hitos alcanzados han permitido afrontar la recuperación del sector desde la mejor posición desde el punto de vista financiero y han permitido una rápida reducción del endeudamiento financiero que se inició en el año 2021 y ha continuado hasta el 2023.

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 25 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.

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.

Al inicio de la recuperación tras la pandemia las empresas hoteleras experimentaron dificultades para encontrar trabajadores, y para ello el sector tuvo 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 fuentes de información y encuestas con un alto volumen de revisiones como de las evaluaciones recibidas. En este sentido, la puntuación media recibida por TripAdvisor en 2023 alcanza un 8,5, frente a un 8,4 de diciembre 2022. Adicionalmente la puntuación media en Google Reviews alcanzó un 8,9, en 2023 frente a un 8,7 de diciembre 2022. Dichas puntuaciones medias demuestran los altos niveles de calidad percibidos por los clientes de NH Hotel Group y la continua apuesta por la calidad.

Por otro lado, el Grupo ha iniciado en el ejercicio 2023 la operación de 6 nuevos hoteles en Berna, Coimbra, Alvor, Frankfurt, Trieste y Tenerife aportando 1.521 habitaciones. De esta manera, el Grupo alcanza al 31 de diciembre de 2023 un total de 350 hoteles con 55.626 habitaciones.

Además, el Grupo ha firmado 8 nuevos hoteles en 2023 con 1.143 habitaciones. Éstas firmas han sido bajo fórmulas de gestión y alquiler en Trieste, Helsinki, París, Guadalajara, Oporto y Viena. Las firmas han sido bajo las marcas NH, NH Collection, Tivoli y Anantara.

Respecto a la cifra de ingresos en el ejercicio 2023 alcanzó los 2.159 millones de euros, mostrando un incremento del 25 % (+436,6 millones de euros). El Beneficio del ejercicio atribuible a los accionistas de la Sociedad Dominante alcanzó los 128,1 millones de euros frente a 100,3 millones de euros en 2022. Dicho incremento se explica por el incremento en la actividad posterior y la consolidación de la recuperación durante el 2023.

Respecto a la situación de endeudamiento bruto en este ejercicio disminuyó desde los 610,7 millones de euros en diciembre 2022 a 483,0 millones de euros en diciembre 2023. Referente a la situación de tesorería y otros activos líquidos, a 31 de diciembre de 2023 asciende a 216 millones de euros (301,8 millones de euros a 31 de diciembre de 2022). 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 2023 y 2022) y unas líneas de crédito a cierre de ejercicio 2023 por importe de 62,0 millones de euros.

Como consecuencia de la fuerte recuperación del negocio desde 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 en este ejercicio. El 27 de abril de 2023, Fitch mejoró la perspectiva de estable a positiva, revisando el rating individual de NH desde "B" a "B+". Adicionalmente, el 20 de diciembre 2023, Moody's mejoró la calificación crediticia desde "B2" a "B1" mejorando la perspectiva de estable a positiva. 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 y del proceso de compra de acciones en el mercado durante 30 días que finalizó el 8 de junio de 2023, Minor posee actualmente 417.728.222 acciones en NH Hotel Group, S.A. representando

el 95,87% de su capital social. Desde 2018, ambas compañías han comenzado a explorar oportunidades de creación de valor conjunto para los próximos años.

El pasado 18 de diciembre de 2023, NH Hotel Group anunció la adquisición de 5 hoteles en Portugal a Minor por un importe de 133 millones de euros. Con la operación se da cumplimiento a lo previsto en el Contrato Marco suscrito entre la Sociedad y Minor el 7 de febrero de 2019 respecto a las áreas geográficas de preferencia de cada una de las partes. A través de la operación NH refuerza su presencia en el mercado portugués de resorts adquiriendo la propiedad de una cartera de hoteles que ya venía operando desde junio de 2019 en virtud de un acuerdo de gestión con Minor, lo que le permitirá aprovechar las sinergias operativas y comerciales a través de la plataforma de NH en el sur de Europa y reforzar su estrategia actual de crecimiento en dicho segmento vacacional. Asimismo, con la Operación NH consolida una cartera de hoteles que representa una aportación incremental esperada de aproximadamente 11 millones de euros de EBITDA en 2024. Cabe destacar que la operación se ha llevado a cabo en condiciones de mercado y con la validación de asesores externos, resultando en que todo el negocio de Minor en Portugal pertenece ahora a NH Hotel Group.

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 siete idiomas, que 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 realiza periódicamente campañas de comunicación, sensibilización y formación en materia de Cumplimiento. 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 por la ley 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. A finales del año 2022, el Consejo de Administración de la Compañía aprobó 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 Denuncias. El responsable de Auditoría Interna gestiona dicho 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 y además está publicado, como un documento separado, en la página web. En dicho procedimiento se garantiza la confidencialidad y respeto en todas las fases del mismo, así como la no represalia.

En 2023, se ha informado de 65 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 proponer medidas disciplinarias a los empleados en las materias que competan a su alcance.

La Compañía ha decidido desplegar su modelo de prevención de delitos a otros países, habiendo en consecuencia constituido Comités de Cumplimiento locales en las unidades de negocio más representativas. Asimismo, NH Hotel Group ha llevado a cabo la implantación de un programa de cumplimiento propio en Portugal.

Durante el ejercicio 2023, se han celebrado tres reuniones (abril, julio y diciembre) 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, modificada en mayo de 2019 y cuya actualización más reciente ha tenido lugar en el año 2023 en lo relativo a las referencias al Canal de Denuncias. 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, aprobara 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, fue modificada en el año 2022 y es objeto de revisión periódica para las actualizaciones que procedan, 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 2023, 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.

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 2023, la Compañía ha actualizado su catálogo de riesgos (78 riesgos) junto con el Mapa de Riesgos, aprobado por parte del Consejo de Administración en su sesión del 18 de diciembre de 2023.

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 "Ciber" se presentó el 13 de diciembre de 2023).

Anualmente, con motivo de la actualización del Mapa de Riesgos, la función de Gestión de Riesgos se encarga de reevaluar el catálogo de riesgos, tanto financieros como no financieros. El catálogo definitivo es validado con los Altos Ejecutivos que participan en el proceso, así como con los órganos que participan en su validación (Comité de Dirección, Comité Ejecutivo de Riesgos y Comisión de Auditoría y Control) y aprobación (Consejo de Administración). 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).

ESTRATEGIA DE SUSTAINABLE BUSINESS

La Compañía es consciente de los efectos de su actividad sobre el entorno, y trabaja para prevenir y anticiparse a posibles contingencias ambientales, así como para integrar la sostenibilidad en todos sus procesos, esforzándose por reducir sus impactos negativos y maximizar sus impactos positivos.

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 2023, que se presenta como un informe separado y forma parte de este Informe de Gestión Consolidado.

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.

UP FOR PLANET

A través de este pilar, la Compañía minimiza el impacto en el medio ambiente, desde el diseño, la construcción, las operaciones y la renovación de sus hoteles. Se focalizan los esfuerzos para 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 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, la gestión eficiente y consumo responsable y circular de los recursos y el desarrollo de productos más sostenibles.

• 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.

Los hoteles de NH Hotel Group cuentan con un sistema de gestión ambiental ISO 14001 y con el sistema de eficiencia energética ISO 50001 certificados para los servicios de alojamiento, restauración, reuniones y eventos. A cierre de 2023, el 65,48 % de los hoteles en Alemania, España e Italia cuentan con la certificación en ISO 14001 -un total de 96 hoteles- y/o en ISO 50001 -33 hoteles-.

Adicional a las certificaciones ISO, hay hoteles del Grupo que también cuentan con otras certificaciones y calificaciones ambientales como: BREEAM, LEED, Green Key, Hoteles+Verdes, Biosphere y DGNB. El objetivo es disponer de un volumen de hoteles cada vez más significativo con certificaciones ambientales globalmente reconocidas, específicas para el sector turístico, y aprobadas por el Global Sustainable Tourism Council, el mayor organismo de referencia. En 2023, 26 hoteles han conseguido por primera vez algún sello distintivo en sostenibilidad, consiguiendo un total de 184 hoteles certificados de 350 de los hoteles de la cartera.

La Compañía consciente de la importancia de operar en un mundo descarbonizado, ha identificado en su estrategia de Sustainable Business una línea de trabajo para adaptar sus activos inmobiliarios a las mejores prácticas del sector en materia de sostenibilidad ambiental. Más información en el apartado de Hoteles sostenibles del Estado de Información no Financiera Consolidado 2023.

- **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 team members, proveedores, socios y clientes como actores clave para alcanzarlos.

Para llevar un control exhaustivo y riguroso de las medidas de consumo de energía, huella de carbono y consumo de agua, NH Hotel Group monitoriza mensualmente los indicadores de consumos y costes de energía y agua a través de trata de un sistema online al que tienen acceso casi la totalidad de los hoteles de la Compañía y que permite el reporte, control, seguimiento y trazabilidad de los indicadores.

Para llevar un control exhaustivo y riguroso de las medidas de consumo de energía, huella de carbono y consumo de agua, NH Hotel Group monitoriza mensualmente los indicadores de consumos y costes de energía y agua a través de trata de un sistema online al que tienen acceso casi la totalidad de los hoteles de la Compañía y que permite el reporte, control, seguimiento y trazabilidad de los indicadores.

Adicionalmente NH Hotel Group asume un compromiso responsable con la gestión del agua como recurso hídrico. Conscientes de que su disposición y disfrute debe realizarse de forma responsable, ha desarrollado una serie de medidas y planes que tienen como objetivo reducir el impacto que tiene su operativa sobre los destinos en los que opera.

- **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.

NH Hotel Group busca garantizar una cadena de valor justa, transparente y ética, y hace partícipes a sus proveedores desde la primera toma de contacto con el Grupo, siempre con una actitud proactiva hacia sus necesidades y apoyándoles en el desarrollo de nuevas capacidades. Por ello, en julio del 2023, se aprobó por el Comité Ejecutivo de Sustainable Business un "Compromiso de Compras Sostenibles" de aplicación a todo el Grupo. Este Compromiso ha sido desarrollado en el marco de la Política de Compras de la Compañía y es un anexo de la misma.

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

En el marco del pilar UP FOR PEOPLE, la compañía promueve el desarrollo profesional de sus team members, a la vez que crea un impacto positivo en aquellos lugares y comunidades donde está presente, para ofrecer a sus clientes la mejor experiencia, haciéndoles partícipes de los compromisos sostenibles. Bajo este pilar, se gestionan los compromisos de tres de sus stakeholders:

- **TEAM MEMBERS**

Dentro de la estrategia de negocio de NH Hotel Group, la cultura corporativa es clave. La Compañía considera a sus team members como su principal activo, y entiende que, para construir una cultura corporativa sólida, es imprescindible gestionar la atracción y el desarrollo de talento, así como sostener su motivación y su orgullo de pertenecer a NH Hotel Group. Para ello, la estrategia de People de la Compañía pone el foco en los valores desarrollados en su modelo de Sustainable Business tales como el liderazgo, la igualdad de oportunidades, la comunicación o la innovación que tienen como fin crear una cultura homogénea. Dicha cultura fomenta un comportamiento responsable en todos los team members que forman parte del Grupo NH.

Durante este ejercicio, se han consolidado proyectos clave de la estrategia de People y sentando la base para el lanzamiento de las iniciativas estratégicas que se agrupan en tres grandes líneas de actuación:

- Compromiso organizativo
- Atracción y del gestión del talento.
- Propuesta de valor a los team members.

En 2023 se ha consolidado la estrategia de atracción y retención del talento redefinida con el objetivo de hacer frente a la nueva realidad del mercado y a las necesidades de NH Hotel Group. Con ello la Compañía avanza en el fomento de la movilidad interna de los team members, además de promover acciones para atraer el talento externo fortaleciendo la relación de la red de instituciones académicas con las que colabora desde hace tiempo e incorporando nuevas entidades, todo ello con el propósito de apoyar y promover la vocación hotelera de los jóvenes.

El número de FTEs empleadas por la Sociedad Dominante y las sociedades consolidadas durante el 2023 es de 12.436 team members, ubicados en 24 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 team members con contrato indefinido que asciende aun total de 11.665. Las políticas y actuaciones relativas a la selección, contratación, formación y promoción interna de los team members están basadas en criterios de capacidad, competencia y méritos profesionales.

Adicionalmente, en 2023 se han realizado 7.691 nuevas contrataciones, de las cuales el 50% son team members menores de 30 años y el 51% son mujeres. En 2023 ha cumplido el objetivo de mantener el 51 % como mínimo de mujeres en la plantilla, así como un 45 % en puestos directivos. Aunque se ha alcanzado el objetivo, se controla la contratación y rotación para asegurar ese equilibrio en la paridad

NH Hotel Group años tras año monitoriza las métricas asociadas en esta materia permitiendo una correcta gestión y medición de la diversidad e igualdad. Muestra de ello son las 150 nacionalidades distintas identificadas entre los 12.436 team members del Grupo en 2023. De éstos, un 24 % trabajan en otros países diferentes al de su origen. Además, el 51 % del total de la plantilla son mujeres, quienes ocupan un 45 % del total de puestos directivos.

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 team members y creando entornos de trabajo óptimos para maximizar la contribución de ellos.

El número medio de personas empleadas por la Sociedad Dominante y las sociedades consolidadas por integración global en el ejercicio, distribuido por categorías profesionales, es el siguiente:

	2023	2022
Dirección general del Grupo	9	8
Directores y Jefes de Departamento	1.537	1.454
Técnicos	1.047	929
Comerciales	903	699
Administrativos	138	135
Resto de personal	8.802	7.770
Total	12.436	10.995

En el cálculo del número medio de personas, el Grupo no ha considerado el personal cuyo contrato de duración es inferior a dos días.

Al 31 de diciembre, la distribución por sexos y categorías profesionales del personal en plantilla es la siguiente:

	2023		2022	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Dirección general del Grupo	7	2	6	2
Directores y Jefes de Departamento	886	694	864	647
Técnicos	522	582	514	493
Comerciales	304	696	257	580
Administrativos	53	100	49	94
Resto de personal	4.754	5.018	4.321	4.624
Total	6.526	7.092	6.011	6.440

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

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. NH Hotel Group tracciona diferentes proyectos gracias a los que impacta en las comunidades en las que opera y con los que contribuye a reducir las desigualdades sociales. Siendo coherentes con los valores de Compañía y con el planteamiento de impacto directo en los destinos en los que opera, NH Hotel Group trabaja la acción social a través de tres programas que inciden de forma directa en la actividad hotelera:

- Hotels with a Heart (HWH): programa de alojamiento gratuito para familias necesitadas con niños enfermos en colaboración con fundaciones y ONGs.
- Together with Love (TWL): programa de voluntariado corporativo de la Compañía a nivel global.
- Empleabilidad juvenil: programa de empleabilidad destinado a jóvenes en riesgo de exclusión.

Gracias a estos proyectos, NH Hotel Group ha beneficiado a más de 19.680 personas y ha contribuido monetariamente de forma indirecta con 406.701€.

Reconocimientos en sostenibilidad

NH Hotel Group ha sido incluida en el "Sustainability Yearbook 2024" 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.

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 2023, 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 2023 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 2023 y 2022:

	2023	2022
Minor International Public Company Limited ("MINT")	95,87 %	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 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 Pte. Ltd, acciones representativas del 94,13% del capital social de NH Hotel Group, S.A.

Adicionalmente, el 8 de mayo de 2023 MINT anunció su decisión de iniciar un proceso de compra de acciones de NH Hotel Group en el mercado durante un plazo de 30 días. Así, entre el 10 de mayo y el 8 de junio de 2023 MINT compró 7.544.225 acciones, incrementando su posición en NH Hotel Group hasta las 417.728.222 acciones representativas de un 95,87% del capital social de NH Hotel Group.

La cotización media de NH Hotel Group, S.A. en 2023 se situó en 4,16 euros por acción (3,25 euros en 2022), con un precio mínimo registrado en el mes de enero de 2,96 euros por acción (2,27 euros en octubre de 2022) y un precio máximo en el mes de junio de 4,84 euros por acción (4,03 euros en junio de 2022). La capitalización bursátil del Grupo al cierre de 2023 ascendía a 1.825,77 millones.

A 31 de diciembre de 2023, el Grupo cuenta con 87.989 acciones propias (todas ellas referentes al contrato de liquidez), 92.915 acciones propias a 31 de diciembre de 2022. 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 2023 es de 87.989 acciones y el importe actual destinado a la cuenta de efectivo es de 346.009 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.

	2023	2022
	Días	
Periodo medio de pago a proveedores	65	79
Ratio de operaciones pagadas	65	80
Ratio de operaciones pendientes de pago	65	63
	Importe (miles de euros)	
Total pagos realizados	367.428	315.527
Total pagos pendientes	20.351	23.404

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.

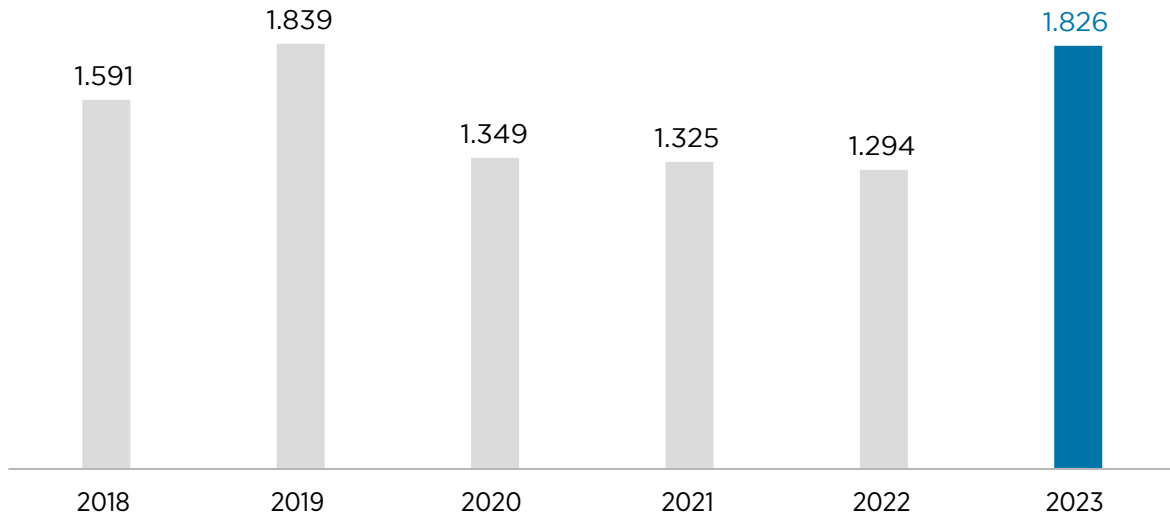
Durante el ejercicio 2023 el volumen monetario de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad fue de 204.704 miles de euros (139.876 miles de euros en 2022) representando un 56% (44% en 2022) del volumen monetario total de facturas; el número de facturas pagadas en un periodo inferior al máximo establecido en la normativa de morosidad fue de 110 miles de euros (66 miles de euros en 2022) representando un 62% (41% en 2022) 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.

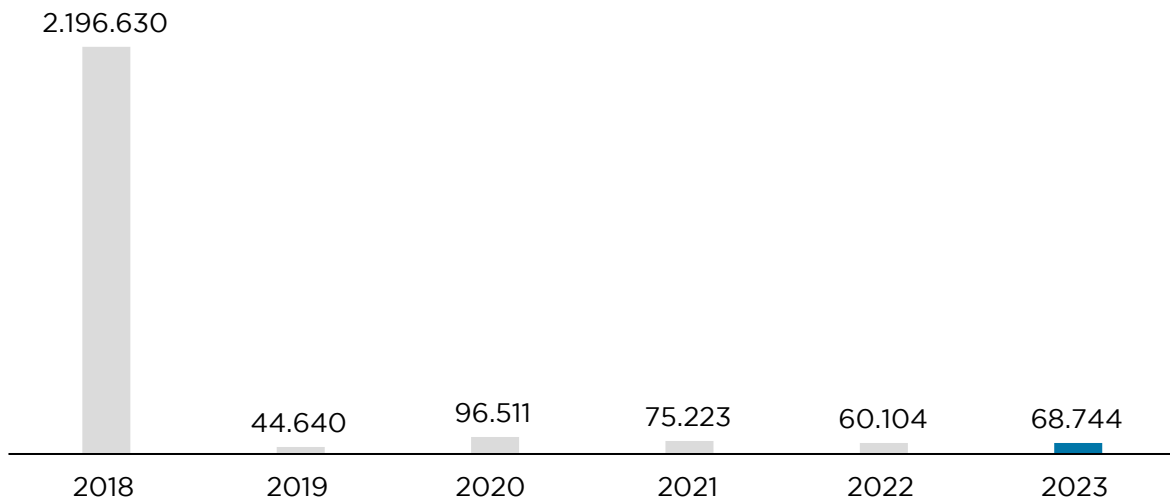
Las Sociedades españolas ha reducido significativamente el periodo de pago máximo a proveedores comerciales en comparación con los ejercicios anteriores. Esto ha sido resultado de diversas medidas enfocadas al redimensionamiento de los recursos existentes, así como renegociación de contratos, implementación de mejoras tecnológicas en el procesamiento de las facturas y otras acciones de distinto ámbito enfocadas a la recuperación del ratio legal (establecido en 60 días) y que están mostrando sus resultados en comparación con el ejercicio anterior.

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



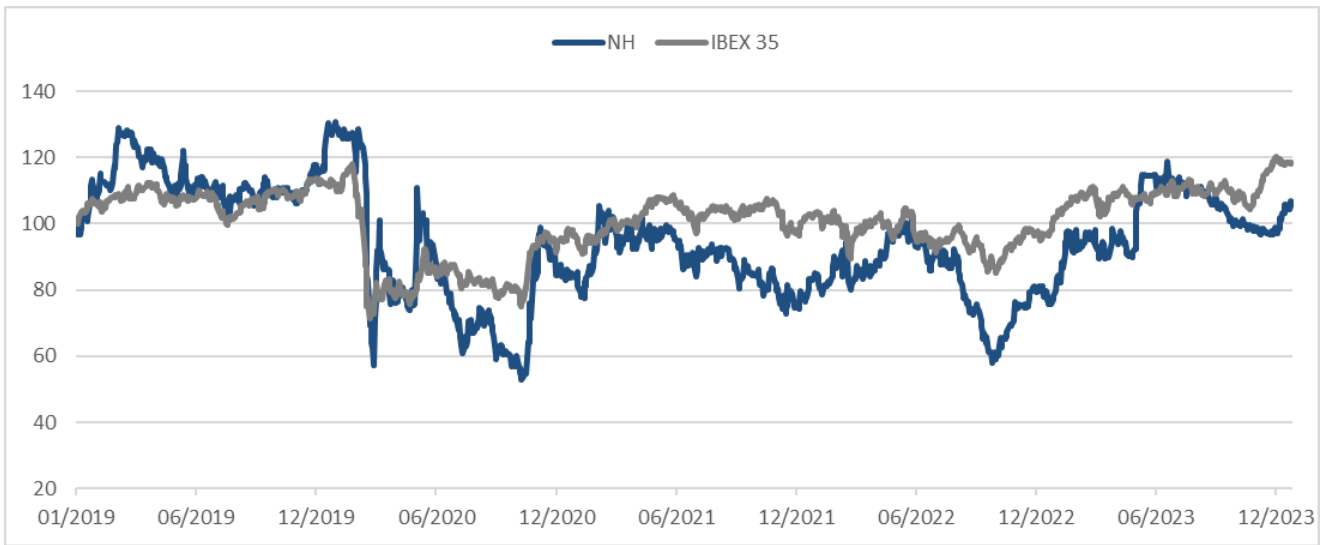
Durante el año 2023, se contrataron en el Mercado Continuo 17.461.171 acciones de NH Hotel Group, S.A. (15.446.871 acciones en 2022), con una media de contratación diaria de la acción en el Mercado Continuo de 68.744 títulos (60.104 títulos en 2022).

Contratación media diaria (en títulos)



EVOLUCIÓN NH HOTEL GROUP vs. IBEX 35

1 ENERO 2019 - 31 DICIEMBRE 2023



EVOLUCIÓN PREVISIBLE

Se proyecta que el crecimiento mundial, que se estimaba que sería de 3,1% en 2023, se mantendrá en 3,1% en 2024 para después aumentar ligeramente hasta 3,2% en 2025.

El pronóstico para 2024 es en torno a 0,2 puntos porcentuales superior al proyectado anteriormente, como consecuencia de las revisiones al alza en China, Estados Unidos y las principales economías de mercados emergentes. Sin embargo, la proyección del crecimiento mundial en 2024 y 2025 está por debajo del promedio anual histórico (2000-19) de 3,8%, debido a las políticas monetarias restrictivas y el retiro del apoyo fiscal, así como al bajo crecimiento de la productividad subyacente. Se prevé que, en las economías avanzadas, el crecimiento disminuya ligeramente en 2024 antes de aumentar en 2025, a la luz de la recuperación en la zona del euro tras el lento crecimiento de 2023 y la moderación del crecimiento en Estados Unidos. Se espera que en las economías de mercados emergentes y en desarrollo el crecimiento sea estable en 2024 y 2025, aunque con diferencias según la región.

Estos pronósticos se basan en las hipótesis de que los precios de los combustibles y otras materias primas bajarán en 2024 y 2025, y de que las tasas de interés disminuirán en las principales economías. Se proyecta que en 2024 los precios medios anuales del petróleo se reduzcan alrededor de 2,3%, mientras que, para los precios de las materias primas distintas de los combustibles, se prevé un descenso de 0,9%. Las proyecciones del personal técnico del FMI indican que las tasas de interés de política monetaria de la Reserva Federal de Estados Unidos, el Banco Central Europeo y el Banco de Inglaterra se mantendrán en los niveles actuales hasta el segundo semestre de 2024, para después descender gradualmente, a medida que la inflación se aproxime al nivel fijado como meta. Se prevé que el Banco de Japón mantenga una orientación general acomodaticia de la política monetaria.

Según los pronósticos de la OMT, se prevé que el turismo internacional recupere totalmente en 2024 los niveles registrados antes de la pandemia, y las estimaciones iniciales apuntan a un crecimiento del 2% en relación con los niveles alcanzados en 2019. Estas previsiones centrales de la OMT siguen estando sujetas al ritmo de la recuperación en Asia, y a la evolución de la actual coyuntura económica y geopolítica desfavorable.

El panorama positivo se refleja en la última encuesta sobre el Índice de Confianza en el Turismo de la OMT, según la cual el 67% de los profesionales del turismo indican unas perspectivas mejores o mucho mejores para 2024 en comparación con 2023. Aproximadamente el 28% prevén resultados similares, mientras que solo el 6% creen que los resultados del turismo serán peores en 2024 que el año pasado. Las principales consideraciones son:

- Sigue habiendo un gran margen de recuperación en todo Asia. La reapertura de varios mercados emisores y destinos impulsará la recuperación en la región y en todo el mundo.
- Se espera que el turismo emisor y receptor se acelerará en 2024, debido a la facilitación de los visados y a la mejora de la capacidad aérea. China está aplicando una política de viajes libres de visado para los ciudadanos de Alemania, España, Francia, Italia, Malasia y los Países Bajos durante un año hasta el 30 de noviembre de 2024.
- Todo apunta a que Europa mejorará nuevamente sus resultados en 2024. En marzo, Rumania y Bulgaria entrarán en la zona de libre circulación Schengen, y París será la sede de los Juegos Olímpicos de verano en julio y agosto.

- El crecimiento del turismo proveniente de los Estados Unidos, apoyado por un dólar de los Estados Unidos fuerte, seguirá beneficiando los destinos en las Américas y más allá. Al igual que en 2023, los fuertes mercados emisores en Europa, las Américas y Oriente Medio continuarán impulsando los flujos turísticos y el gasto turístico en todo el mundo.
- La situación económica y geopolítica desfavorable seguirá planteando retos considerables para la recuperación sostenida del turismo internacional y de los niveles de confianza. La persistente inflación, los altos tipos de interés, la volatilidad de los precios del petróleo y las perturbaciones de los flujos comerciales pueden seguir repercutiendo en los costes del transporte y el alojamiento en 2024.
- En este contexto, se prevé que los turistas tratarán de sacar el máximo partido al dinero invertido y viajarán a destinos más cercanos. Las prácticas sostenibles y la adaptabilidad también desempeñarán un papel creciente en las decisiones de los consumidores.
- La evolución del conflicto Hamás-Israel tal vez perturbe los viajes en Oriente Medio y tenga un impacto en la confianza de los viajeros. La incertidumbre entre Rusia y Ucrania, así como otras crecientes tensiones geopolíticas, siguen teniendo un impacto en la confianza.

Estado de Información no financiera

El Estado de Información no Financiera consolidado 2023, formulado por el Consejo de Administración el 8 de febrero de 2024, 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 2023, formulado por el Consejo de Administración el 8 de febrero de 2024, 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

Con posterioridad al 31 de diciembre de 2023 no se ha producido ningún hecho posterior significativo.