



HBX GROUP INTERNATIONAL Plc (la “Sociedad”), en cumplimiento de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, en relación con el artículo 17 del Reglamento (UE) n.o 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) la siguiente:

#### **INFORMACIÓN PRIVILEGIADA**

El Consejo de Administración celebrado el 27 de enero de 2026 ha aprobado la siguiente información sobre la evolución del negocio de la Sociedad correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2026. Se adjunta nota de prensa.

Londres, 28 de enero de 2026



## **EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO EN EL PRIMER TRIMESTRE FINALIZADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2025**

Londres, 28 de enero de 2026 – HBX Group (HBX.SM), compañía líder en tecnología de viajes B2B, publica hoy su actualización del negocio en el primer trimestre correspondiente a los tres meses finalizados el 31 de diciembre de 2025.

- Ingresos de 170 millones de euros en el primer trimestre, un +5% a tipo de cambio constante (+1% reportado). El valor total de las transacciones (TTV) alcanzó los 2.000 millones de euros, con un +16% a tipo de cambio constante (+12% reportado), lo que refleja una aceleración del crecimiento en línea con las previsiones.
- Ejecución ágil y centrada en el cliente para impulsar el crecimiento: ampliación del suministro de terceros y una propuesta hotelera más a medida; acuerdos a largo plazo en mercados clave para capturar crecimiento estructural; e iniciativas comerciales para reforzar relaciones de alto valor y ganar cuota de mercado.
- Aceleración de la Inteligencia Artificial: intensificación del uso de soluciones de inteligencia artificial en los procesos operativos y comerciales clave, con el fin de identificar y capturar oportunidades que refuercen la ventaja competitiva y la rentabilidad, promoviendo al mismo tiempo una mentalidad de AI-first entre los empleados.
- Asignación disciplinada de capital: a principios de mes se anunció un programa de recompra de acciones por 100 millones de euros y se reafirmó la intención de iniciar el pago de dividendos en el ejercicio 2026 (FY26), en línea con las prioridades de asignación de capital del Grupo.
- Las perspectivas para el año fiscal 2026 son sólidas: el buen desempeño del primer trimestre y el impulso de las reservas observado al inicio del segundo trimestre respaldan las previsiones para el conjunto del año, que se mantienen sin cambios.

### **Según Nicolas Huss, CEO de HBX Group:**

“Este primer trimestre confirma que nuestro renovado enfoque estratégico está funcionando: el TTV creció con fuerza gracias a una ejecución disciplinada, un universo de proveedores más amplio y una mayor vinculación con nuestros clientes. Vemos un avance muy positivo en regiones de alto crecimiento como MEAPAC y Estados Unidos, y creemos que la IA será una palanca clave para mejorar la toma de decisiones, elevar la productividad y reforzar nuestra ventaja competitiva. Aunque el crecimiento de los ingresos refleja la presión en márgenes prevista, por ventanas de reserva más cortas y un entorno económico y geopolítico incierto, nuestra diversificación geográfica y el mix de clientes nos permiten gestionar bien estas dinámicas. Con el buen ritmo de reservas, una estrategia clara y el programa de recompra de acciones de 100 millones de euros anunciado recientemente, que refleja nuestra confianza en las perspectivas del Grupo, mantenemos el objetivo de cumplir nuestras previsiones para el ejercicio 2026 y de seguir consolidando nuestro impulso en la segunda mitad del año.”

**Resultados positivos en el primer trimestre del ejercicio 2026 (FY26), en línea con las previsiones**

M€	1T 2026	1T 2025	Variación	Variación a tipo de cambio constante
TTV (valor total de las transacciones)	2.023	1.810	12%	16%
Ingresos del Grupo	170	169	1%	5%

El TTV alcanzó los 2.023 millones de euros, lo que supone un crecimiento interanual del 16% a tipo de cambio constante, en línea con el crecimiento a doble dígito previsto para el primer trimestre. La actividad comercial fue sólida en las tres regiones geográficas, respaldada tanto por el crecimiento sostenido del mercado como por iniciativas específicas orientadas a acelerar el crecimiento. Las principales dinámicas de mercado se mantuvieron sin cambios respecto al cuarto trimestre de 2025: plazos de reserva más cortos, presión sobre la tarifa media diaria (ADR) y un comportamiento consistentemente sólido en el segmento de los viajes de lujo.

Los ingresos del Grupo aumentaron un 5% a tipo de cambio constante, hasta 170 millones de euros. El take rate implícito (ingresos/TTV) se situó en el 8,4%, 0,9 puntos porcentuales por debajo del mismo periodo del año anterior. Esta variación responde a la mayor contribución prevista por parte del suministro de terceros y de canales de distribución de mayor volumen, así como a la ejecución de campañas comerciales selectivas para capturar oportunidades en un entorno altamente competitivo. Además, los productos de Movilidad y Experiencias registraron un crecimiento inferior al de Alojamiento, lo que modificó el mix de producto y contribuyó a la reducción del take rate.

Desde la perspectiva de la distribución, el desempeño del primer trimestre estuvo respaldado por un crecimiento a doble dígito en la mayoría de los principales mercados emisores del Grupo, incluidos Estados Unidos, Reino Unido, China y Alemania, impulsado por acciones comerciales específicas con socios de distribución estratégicos. En España, el sólido crecimiento respondió a un aumento de la demanda de viajes regionales y domésticos, parcialmente compensado por una reducción de los viajes hacia Estados Unidos. En algunos de los mercados emisores más pequeños del Grupo, el crecimiento fue más moderado, en parte por la tendencia de los viajeros a reservar con menor antelación.

**TTV por destino: crecimiento de doble dígito en las tres regiones**

**TTV por destino - 1T 2026**

M€	1T 2026	1T 2025	Variación a tipo de cambio constante
Europa	925	829	14%
Las Américas	618	562	16%
MEAPAC (Oriente Medio, África y Asia-Pacífico)	480	419	20%

## Ingresos por destino – 1T 2026

M€	1T 2026	1T 2025	Variación a tipo de cambio constante
<b>Europa</b>	<b>78</b>	<b>74</b>	<b>7%</b>
- España	18	16	13%
- Resto de Europa	60	58	5%
<b>Las Américas</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>5%</b>
- EE. UU.	32	33	6%
- Resto de América	22	22	5%
<b>MEAPAC</b>	<b>38</b>	<b>40</b>	<b>0%</b>

En Europa, el TTV creció un 14% a tipo de cambio constante en el primer trimestre y los ingresos aumentaron un 7%. En España, el sólido crecimiento estuvo respaldado por la mejora del desempeño en los principales corredores de viaje europeos, parcialmente compensado por una menor intensidad de flujos procedentes del Reino Unido. En el resto de Europa, el desempeño reflejó un fuerte avance en Alemania y Francia, con una demanda sólida y generalizada, compensado por un crecimiento más moderado en el Reino Unido.

En América, el TTV creció un 16% a tipo de cambio constante, con ingresos al alza del 5%. En Estados Unidos, el crecimiento estuvo impulsado principalmente por el volumen, apoyado por un repunte de la demanda de ocio doméstico, sin observarse un impacto significativo a causa del cierre del Gobierno de EE. UU. en noviembre. El resto de América registró un crecimiento sólido, apoyado en el aumento de los viajes intrarregionales y el buen desempeño de los socios OTA y mayoristas, parcialmente compensado por una evolución más débil del turismo doméstico en algunos países.

En MEAPAC, el TTV aumentó un 20% a tipo de cambio constante, favorecido por el buen crecimiento del mercado y por acciones comerciales focalizadas en mercados clave como China, Japón, India y Australia. Los ingresos se mantuvieron estables a tipo de cambio constante, debido en parte a un efecto puntual positivo registrado en el mismo periodo del año anterior. La evolución comercial reflejó una fuerte demanda en Asia Pacífico y en determinados destinos de Oriente Medio con Japón como uno de los destinos más dinámicos en múltiples mercados emisores. El sólido crecimiento de los viajes intrarregionales se vio favorecido por la recuperación del turismo emisor chino, apoyada por la ampliación de los regímenes de exención de visado para ciudadanos chinos, la fortaleza de la divisa y el aumento de la capacidad hotelera para atender la demanda.

### Impulsar el crecimiento con una estrategia ágil y centrada en el cliente

El crecimiento del TTV y de las reservas se aceleró en el primer trimestre, mostrando los primeros efectos de los cambios estratégicos anunciados el pasado octubre para consolidar una organización más ágil y centrada en el cliente. Esta mejora del desempeño se apoya en tres palancas principales:

- Aprovisionamiento y atención hotelera más eficaces: el nuevo enfoque ha ampliado la red de hoteles disponibles y el abanico de tarifas ofrecidas, gracias a un mayor uso del suministro indirecto como complemento a las capacidades líderes del Grupo en contratación directa. El incremento del suministro de terceros permite responder con mayor rapidez a cambios en los patrones de demanda y

acceder de forma flexible a precios competitivos. Además, el Grupo ha adaptado su modelo de atención a hoteles mediante la segmentación de la cartera, con el objetivo de atender mejor las distintas necesidades y apoyar un crecimiento más sólido en todos los segmentos hoteleros.

- Aprovechamiento del crecimiento estructural en MEAPAC y América: el Grupo está centrado en asegurar acuerdos sostenibles a largo plazo con socios de distribución actuales y en reforzar la incorporación de nuevos socios. Los acuerdos firmados en 2025 han mostrado un buen desempeño y varios nuevos acuerdos se encuentran en fases avanzadas. En América, por ejemplo, el Grupo ha lanzado recientemente Flair Vacations, un nuevo servicio de paquetes dinámicos en colaboración con Flair Airlines.
- Acciones comerciales y foco en socios clave: las iniciativas desplegadas a finales del cuarto trimestre y a principios del primer trimestre contribuyeron a la mejora del desempeño, generando un impulso positivo de cara a períodos clave de reservas en noviembre (campaña de Black Friday) y durante las rebajas de enero. La inversión selectiva en take rate para reforzar relaciones con socios de alto valor permitió ganar cuota de mercado en un entorno altamente competitivo.

#### **Uso acelerado de la Inteligencia Artificial (IA)**

La inteligencia artificial es un motor de crecimiento, al automatizar, acelerar y potenciar procesos en toda la organización para impulsar la productividad y abrir nuevas oportunidades de ingresos. En el marco de la nueva estructura organizativa, se ha creado una Oficina de Datos e IA para liderar esta agenda, articulada en dos áreas prioritarias:

- Integración de IA en procesos clave: se están transformando procesos esenciales para combinar la IA con aplicaciones analíticas, anticipar cambios en las tendencias de mercado, identificar nuevas oportunidades comerciales y convertirlas en estrategias de pricing dinámico que refuerzen la ventaja competitiva.
- Mentalidad y capacitación en IA: se está promoviendo entre los empleados la adopción de una mentalidad orientada a la IA, respaldada por un programa formativo ya validado para elevar la alfabetización en IA y facilitar su integración en todos los niveles del negocio.

Entre los avances recientes en materia de inteligencia artificial destacan el lanzamiento de OdysselA, un nuevo producto basado en IA dentro del negocio de Hoteltech que ofrece a los hoteles información accionable para apoyar sus campañas publicitarias, así como la implantación de herramientas de atención al cliente destinadas a aumentar la productividad y la capacidad operativa.

#### **Asignación de capital disciplinada**

HBX Group ha definido tres prioridades claras en materia de asignación de capital:

- invertir en crecimiento, tanto de forma orgánica como a través del desarrollo corporativo;
- mantener un nivel de apalancamiento adecuado, con el objetivo de situar la deuda neta ajustada entre 1 y 2 veces el EBITDA ajustado; y
- devolver el exceso de caja a los accionistas.

A principios de este mes, el Grupo anunció una significativa remuneración al accionista, que incluye un programa de recompra de acciones de hasta 100 millones de euros y el



primer pago de un dividendo ordinario a partir del ejercicio 2026 (FY26), basado en un pay-out del 20% del Beneficio Ajustado. Estas iniciativas reflejan el sólido perfil financiero del Grupo y su confianza en la evolución del negocio.

### **Perspectivas y previsiones**

El desempeño del Grupo en el primer trimestre estuvo en línea con lo previsto y alineado con la guía para el resto del año, que se mantiene sin variaciones. El impulso de las reservas se mantuvo en enero, respaldado por una competitiva campaña de rebajas, lo que refuerza nuestra confianza en sostener un sólido crecimiento del TTV. La perspectiva de crecimiento de ingresos del 2%-7% refleja un sólido desempeño del TTV, parcialmente compensado por la presión ya anticipada sobre los márgenes, derivada en parte de ventanas de reserva más cortas y de una mayor resistencia del consumidor a aceptar niveles elevados de ADR en un entorno de incertidumbre económica y política global persistente. Nuestra huella geográfica diversificada y la combinación de clientes contribuyen a mitigar estas condiciones, y nuestros equipos comerciales están bien posicionados para responder, manteniendo la competitividad y equilibrando el crecimiento y la rentabilidad a medida que avance el año.

Seguimos plenamente centrados en impulsar la rentabilidad para respaldar el crecimiento del EBITDA ajustado y la conversión de caja, y mantenemos la confianza en los rangos de la guía, a medida que los comparables de TTV e ingresos se tornen más favorables en la segunda mitad del año.

<b>Guía de la Compañía FY26</b>	<b>Guía (sin cambios) a tipo de cambio constante</b>
TTV	crecimiento del 12% - 18%
Ingresos	crecimiento del 2% - 7%
EBITDA ajustado	crecimiento del 2% - 7%
Tasa de conversión a flujo de caja libre operativo (FCF)	aproximadamente el 100%

Se celebrará un webcast para la comunidad inversora a las 09:00 horas (GMT), en el que se presentará una visión general de los resultados del primer trimestre de 2026, seguido de una sesión de preguntas y respuestas (Q&A). Para registrarse en el webcast, utilice el siguiente enlace: [HBX Group Q1 Trading Update](#).

Nuestro próximo anuncio de resultados será el correspondiente al primer semestre de 2026 y está programado para el 13 de mayo de 2026.

Londres, 28 de enero 2026

###

**Mas información:**

[www.hbxgroup.com](http://www.hbxgroup.com)

**Contacto de Relaciones con Inversores**

Isabel Green – directora de Relaciones con Inversores  
[igreen@hbxgroup.com](mailto:igreen@hbxgroup.com)  
M. +44 7826 910691

**Contacto con los Medios**

Brunswick Group  
[hbx@brunswickgroup.com](mailto:hbx@brunswickgroup.com)  
Blanca Zayas – directora de Comunicación Corporativa  
[bzayas@hbxgroup.com](mailto:bzayas@hbxgroup.com)

**Sobre HBX Group**

HBX Group es un líder mundial B2B de tecnología de viajes, propietario de marcas como Hotelbeds, Bedsonline, The Luxurist, Roiback y The Civitfun. Ofrece una red de productos y servicios de tecnología de viajes, interconectando a empresas turísticas como marketplaces online, touroperadores, agentes de viajes, aerolíneas, programas de fidelización, destinos y proveedores de viajes.

El objetivo de HBX Group es simplificar la compleja y fragmentada industria turística a través de una combinación de soluciones tecnológicas basadas en la nube, datos y una amplia cartera de productos diseñados para maximizar los ingresos. HBX Group está presente en más de 170 países y emplea a más de 3500 personas en todo el mundo. El Grupo mantiene un firme compromiso de convertir el turismo en una fuerza para el bien, creando un impacto social y ambiental positivo.

HBX Group International PLC ([HBX.SM](http://HBX.SM)) cotiza en las Bolsas de Valores españolas, ISIN:GB00BNXJB679.

**Más información:**

[www.hbxgroup.com](http://www.hbxgroup.com)

**HBX Group Media Contact**

PR & Media Relations [media@hbxgroup.com](mailto:media@hbxgroup.com)

Síguenos: [LinkedIn](#), [Facebook](#), [X](#), [Instagram](#).

**Aviso legal**

Este comunicado regulatorio contiene información privilegiada a efectos del UK MAR y del EU MAR.

Contiene información cuya divulgación es obligatoria para HBX Group International plc en virtud de la normativa de mercado aplicable, incluyendo el UK MAR, el EU MAR y la Ley 6/2023, de 17 de marzo, del Mercado de Valores y de los Servicios de Inversión. La información contenida en el presente documento se facilita únicamente con fines informativos de carácter general y no constituye, ni debe interpretarse como, una oferta o invitación para adquirir o suscribir valores, ni pretende proporcionar asesoramiento de inversión, fiscal, jurídico o de cualquier otra índole.

Este anuncio puede incluir manifestaciones o declaraciones prospectivas, basadas en las expectativas y proyecciones actuales sobre acontecimientos futuros, e implica riesgos e incertidumbres conocidos y desconocidos. Los resultados y desarrollos reales podrían diferir de manera sustancial de los expresados o implícitos en el presente anuncio. HBX Group International plc no asume obligación alguna de actualizar o revisar dichas declaraciones prospectivas, ya sea como consecuencia de nueva información, acontecimientos futuros o por cualquier otra causa, salvo en la medida en que lo exijan la legislación o la normativa aplicable.

La información contenida en este comunicado está dirigida exclusivamente a personas que no se encuentren ubicadas o no residan en una jurisdicción en la que su distribución, publicación o utilización resulte contraria a la ley o a la normativa aplicable.