

En cumplimiento de los deberes de información previstos en el artículo 228 del Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Mercado de Valores, y normativa complementaria, NH Hotel Group, S.A. (en adelante, “**NH**” o “la “**Sociedad**”) pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (“**CNMV**”) el siguiente

HECHO RELEVANTE

El Consejo de Administración en su reunión celebrada en el día de hoy ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del tercer trimestre del año 2016, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Se acompaña Presentación de Resultados, Nota para Analistas elaborada por la Compañía, Nota de Prensa, así como convocatoria para conferencia telefónica con analistas sobre la presentación de resultados.

En Madrid, a 15 de Noviembre de 2016.

Carlos Ulecia
Secretario General

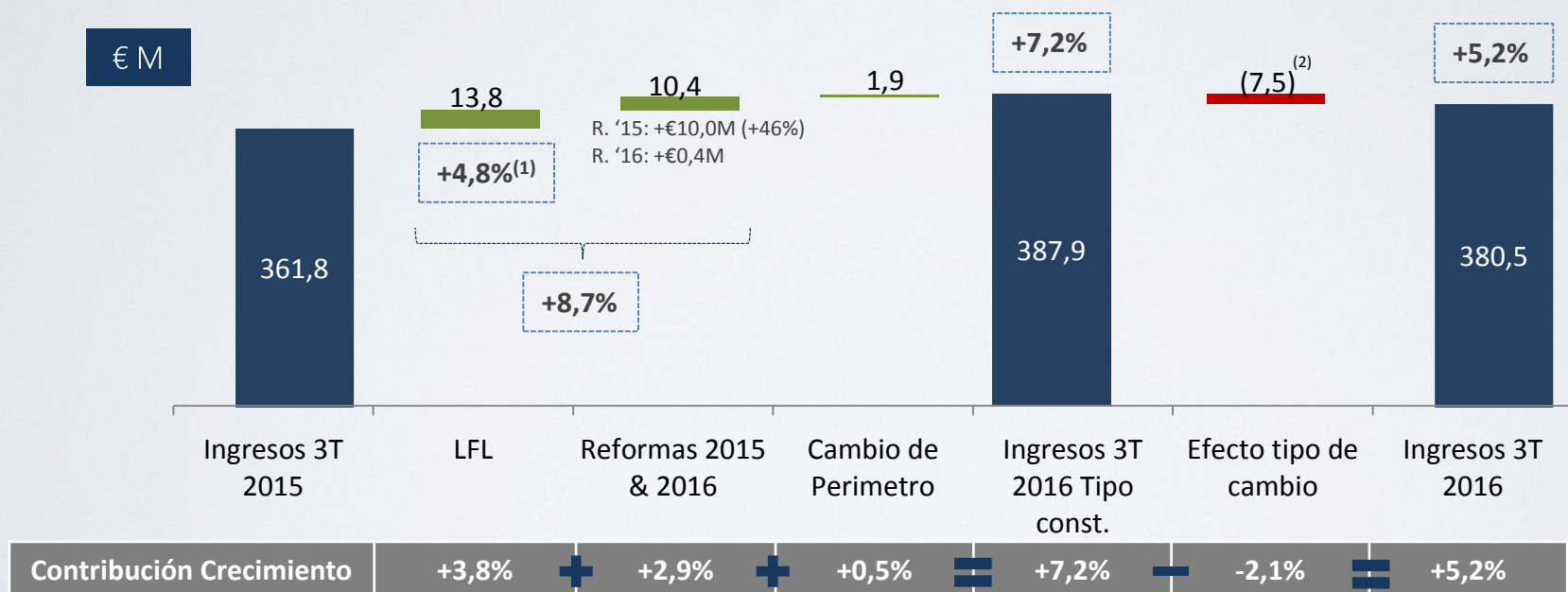
3T 2016 Presentación de Resultados

BUILDING UP THE NEW NH

15 de Noviembre 2016

SOLIDO CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS CONTINUA EN 3T 2016

- Los ingresos crecen +5,2% en 3T '16 alcanzando €380,5M (+€18,7M). Aislado el impacto negativo de la divisa (-€7,5M), el crecimiento hubiese sido de +7,2%
- Los ingresos del 3T han estado afectados por:
 - Difícil Comparativa en Italia por el trimestre de mayor peso de la Expo 2015 de Milán: -€10,1M
 - Menor contribución en Bélgica por problemas de seguridad (-€3,8M, -29%) comparado con 3T '15
- El perímetro LFL & Reformas creció +8,7% a tipo de cambio constante (+5,2% reportado)
 - Aislado las reformas, el perímetro LFL crece +4,8% en moneda constante (+2,5% reportado) afectado por comparativa de Milán y la situación de Bélgica

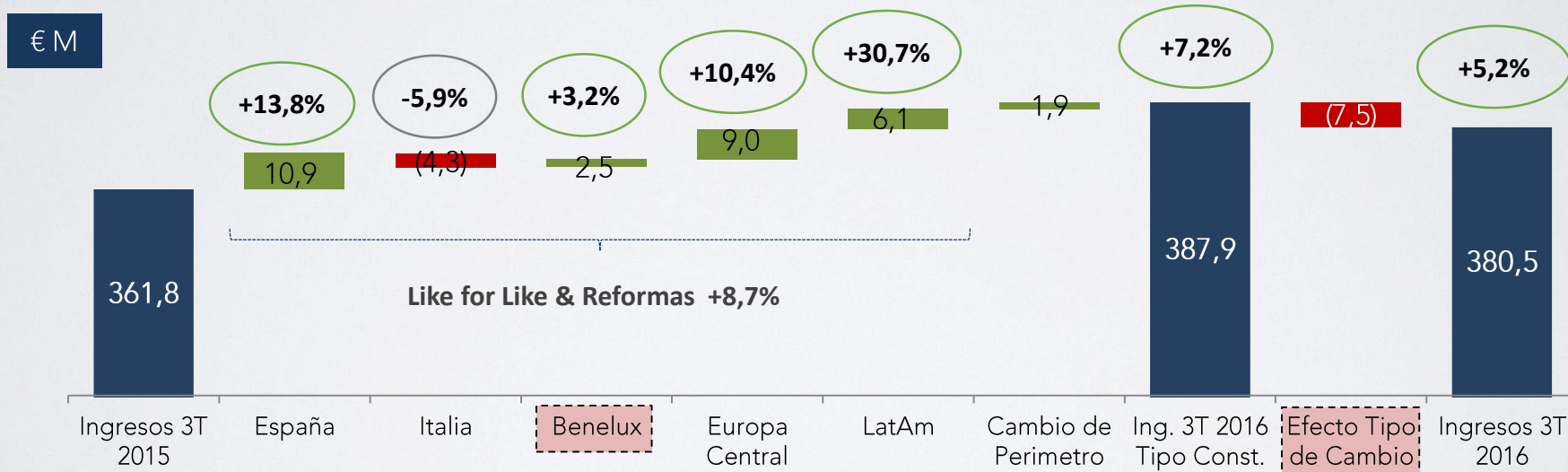


⁽¹⁾ Sobre su base de 2015. A tipo de cambio real el crecimiento es +2,5%

⁽²⁾ -€6,6M en LFL

CRECIMIENTO DE INGRESOS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EN 3T A PESAR DE FACTORES “EXTERNOS”

- España: +13,8% de crecimiento en LFL&R, siendo LFL +11,2% y Reformas +26%. 75% del crecimiento del RevPar a través de ADR. Buen comportamiento de Madrid (+9,2%), Barcelona (+12,4%) y excelente en Valencia (+21,8%)
- Italia: -5,9% en LFL&R debido a que Q3 '15 fue el de mayor contribución de la Expo Milán 2015 con €10,1M en ingresos. Ajustando dicho evento, los ingresos hubiesen crecido +9,4% por el buen comportamiento de Roma LFL (+€0,7m,+8%) y ciudades secundarias
- **Benelux**: crecimiento de +3,2% en ingresos LFL&R a pesar de la menor contribución de los hoteles en Bélgica, tanto en perímetro LFL (-€1,4m, -19%) y las reformas (-€2,4M, -45%), en su totalidad compensado por un mejor comportamiento en Holanda tanto en LFL (+€2,1M, +5%) y perímetro de reformas (+€3,1M, +21%). Aislando las reformas, el perímetro LFL de Benelux creció +1,5%
- Europa Central: los ingresos crecen +10,4% en LFL&R con una mejora de los precios +8,6% (70% del crecimiento del RevPar). Excluyendo las reformas, el perímetro LFL crece +4,7%
- **LatAm**: continua la tendencia muy positiva en moneda local en todos los mercados (+30,7%) pero afectado negativamente por la divisa

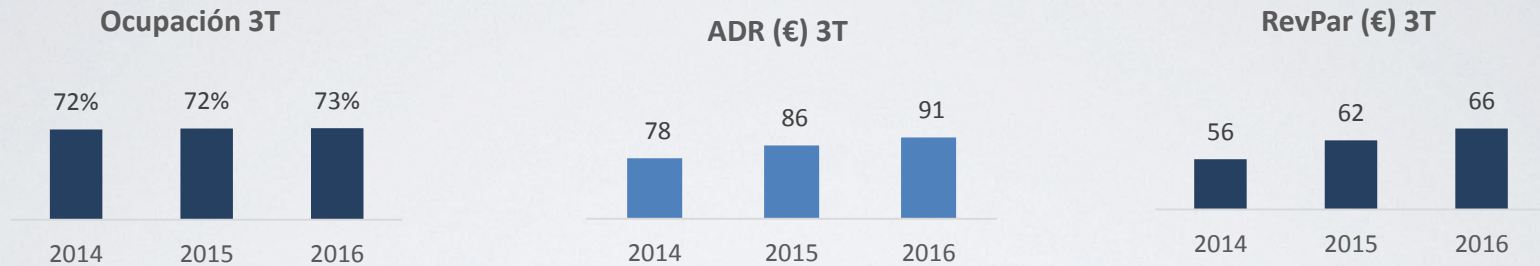


	Factores “Externos”					Ex- Divisa	Reportado
	España	Italia	Benelux	Europa Central	LatAm		
Ingresos LFL	+11,2%	-6,6%	+1,5%	+4,7%	+28,9%	+4,8%	+2,5%
Total Ingresos	+11,4%	-2,8%	+5,9%	+9,4%	+16,0%	+7,2%	+5,2%

MEJORA SUSTANCIAL EN LA EVOLUCION DEL REVPAR Y MEJOR QUE LOS COMPETIDORES

➤ El 3T confirma la estrategia del crecimiento del RevPar en el año vía ADR:

- RevPar: +6,1% (95% a través de ADR)
- ADR: alcanzando los €91, representando un incremento de +5,8% (+€5,0)
- Ocupación: se mantiene en niveles altos siendo temporada media en julio, baja en agosto y alta en Septiembre



➤ Incremento de precios superior a los competidores:

- +1,3 puntos de mayor crecimiento en precios relativos a los competidores directos
- En Italia la estrategia en la ciudad de Milán es continuar manteniendo el superior RGI a través de volumen, por haber crecido los precios en el 2015 más que los competidores (+5,8% puntos porcentuales). El RGI de Italia en el 3T sigue en 101,6
- Destaca el comportamiento en Benelux con un crecimiento de precios de +4,6% vs. -2,2% del set competitivo. NH continua ganando cuota de mercado en Ámsterdam (ADR Relativo +3p.p; RevPar relativo +6p.p) y Bruselas (ADR Relativo +12p.p; RevPar relativo +1p.p)

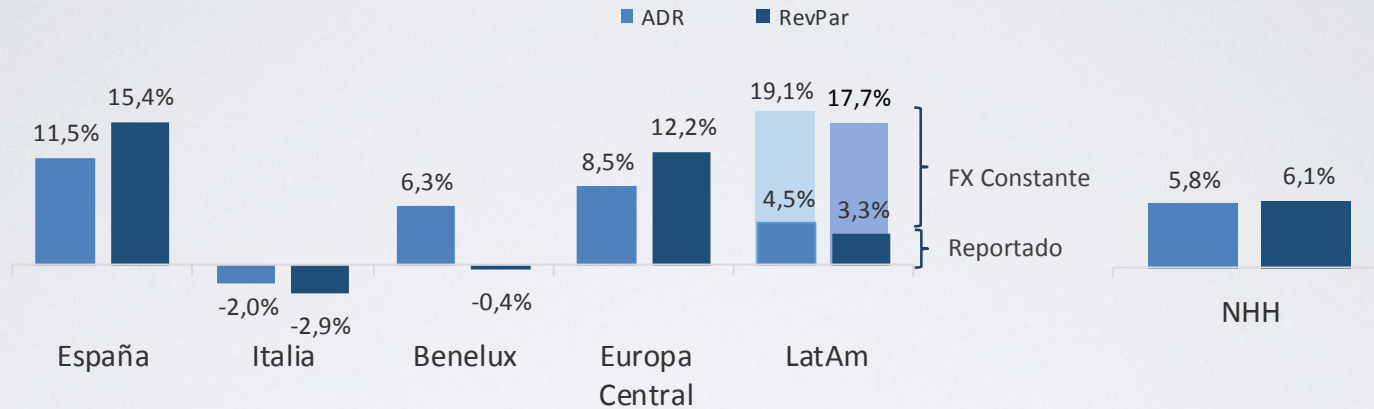
3T	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	Var
Total NHH	0,6%	-0,7%	1,3 p.p
España	12,1%	6,1%	6,0 p.p
Italia	-16,2%	-10,6%	-5,7 p.p
Benelux	4,6%	-2,2%	6,8 p.p
Europa Central	6,9%	3,5%	3,5 p.p

Fuente: STR/MKG/Fairmas Crecimiento medio del set competitivo

NOTABLE CRECIMIENTO EN ESPAÑA Y EUROPA CENTRAL Y MEJOR EVOLUCIÓN DE OTROS INGRESOS RESULTANDO EN...

➤ Destaca el crecimiento de RevPar de doble dígito en España, Europa Central y Latam a tipo de cambio constante:

3T 2016 Ratios Consolidados por BU



RevPar LFL	+13,5%	-7,7%	-2,7%	+6,6%	-4,4% / +23,9% FX constante
------------	--------	-------	-------	-------	--------------------------------

- Los ingresos de habitaciones crecieron +5,5%
- Los ingresos de restauración y los otros ingresos crecieron a una tasa similar (+4,3%), lo que permite al Grupo reportar un crecimiento de los ingresos totales en 3T de +5,2% (+7,2% a tipo de cambio constante)
- +22% de crecimiento de los ingresos de la página web en los primeros nueve meses del año. El programa de fidelización superó los 6,5M miembros (+28%)

+27% CRECIMIENTO DE EBITDA CON UNA MEJORA DE MARGEN DE +2,3 PUNTOS EN 3T Y +1,8 EN 9M

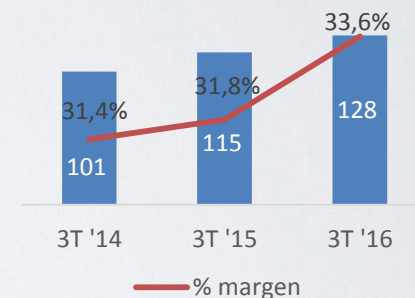
NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG									
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.		9M 2016	9M 2015*	Var.		
	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%	
TOTAL INGRESOS	380,5	361,8	18,7	5,2%	1.095,5	1.027,1	68,4	6,7%	
Coste de Personal	(130,2)	(127,9)	(2,3)	1,8%	(384,7)	(372,0)	(12,7)	3,4%	
Gastos Directos de Gestión	(122,2)	(118,6)	(3,6)	3,0%	(356,3)	(336,7)	(19,6)	5,8%	
BENEFICIO DE GESTIÓN	128,0	115,2	12,8	11,1%	354,6	318,4	36,1	11,3%	
Arrendamientos y Contribución Urb.	(76,5)	(74,7)	(1,8)	2,4%	(230,0)	(220,6)	(9,4)	4,3%	
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%	
Margen % de Ingresos	13,5%	11,2%		2,3%	11,4%	9,5%		1,8%	

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

3T

- El EBITDA alcanzó los €51,5M (+27,1%) con un margen de 13,5% (11,2% en 3T '15), a pesar de la alta contribución de la Expo de Milán en 3T '15 (+€10,1M en ingresos, +€7,8M en EBITDA), el comportamiento débil en Bélgica en el trimestre (-€3,8M en ingresos, -€1,5M en EBITDA), el impacto negativo de la divisa (-€7,5M en ingresos, -€1,2M en EBITDA) y por último el efecto contable de la linealización de alquileres (-€1,8M) clasificada como no recurrente en 2015
- +1,8% de subida en coste de personal por mayor nivel de actividad en España y Europa Central
- El aumento de +3,0% en gastos directos de gestión se explica en su totalidad por mayores comisiones vinculadas a la mejora del negocio y a la evolución de los canales de venta
- Incremento de alquileres de +€1,8M en 3T teniendo en cuenta los cambios de perímetro (+€0,7M), el impacto contable de la linealización (+€1,8M) y componentes variables de los contratos minorados por la reducción de rentas fijas

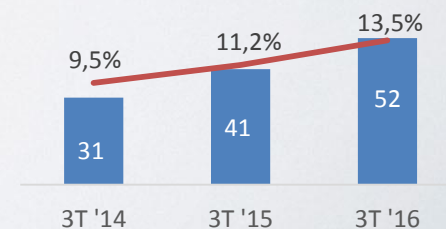
GOP 3T (€M)



9M

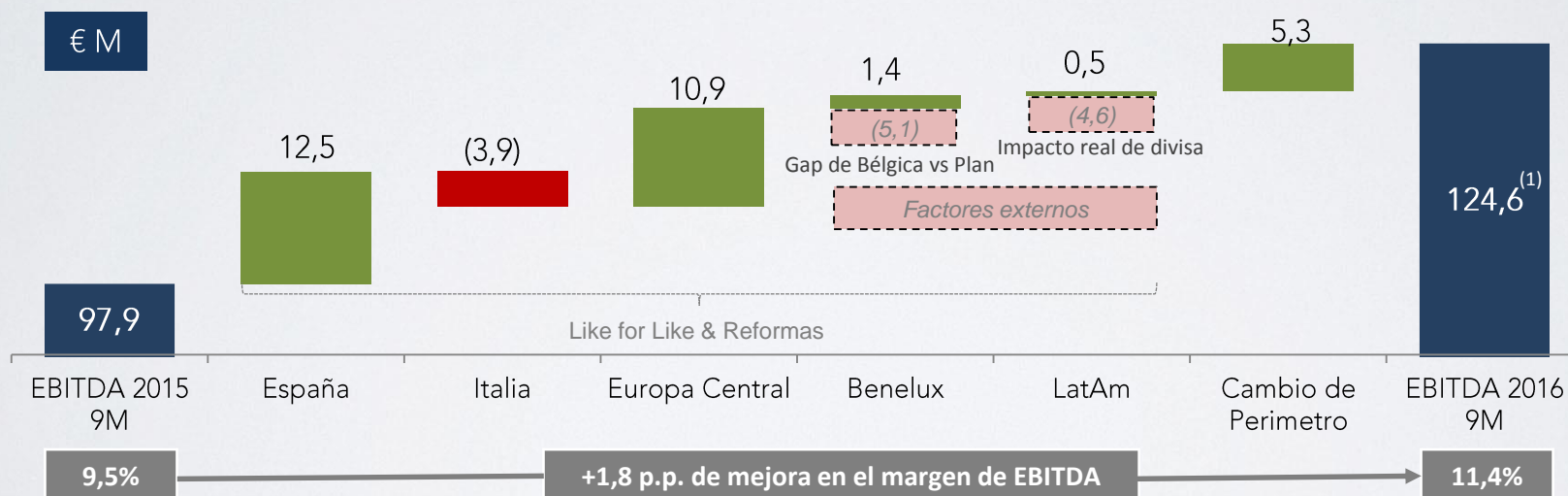
- El EBITDA alcanza €124,6M, implicando un mejora de +27,3% y una conversión del 39%
- Mejora del margen de EBITDA en +1,8 puntos, desde 9,5% en 2015 hasta 11,4% en 2016
- Ajustando las indemnizaciones (+€0,8M) y la linealización de rentas (+€5,0M) la conversión proforma alcanza el 47% en 9 meses

EBITDA antes de onerosos 3T(€M)



CRECIMIENTO DE EBITDA Y MEJORA DEL MARGEN EN 9M A PESAR DE FACTORES “EXTERNOS”

- España: el EBITDA alcanzó €23,3M, lo que representa una mejora de +€12,5M (50% por LFL y 50% por reformas del 2015)
- Italia: reducción de -€3,9M por la contribución de -€10,0M de EBITDA (-€13,3M en ingresos) por la Expo de Milán en los primeros 9 meses de 2015, en parte compensados por el buen comportamiento de Roma y ciudades secundarias
- Europa Central: el buen calendario de ferias en Alemania permite que los ingresos crezcan +8,2%, mostrando una mejora de EBITDA de +€10,9M
- **Benelux**: menor contribución de Bélgica en 9M vs plan del periodo (-€5,1M en EBITDA, -56%) y vs 9M '15(-€3,2M ó -44%). El coste de oportunidad de los hoteles en reformas durante 2016 es de -€4,4M, compensados por una mejora de +18% en el EBITDA de Holanda LFL
- **LatAm**: -€4,6M de impacto negativo por divisa a nivel de EBITDA de los -€27,9M en ingresos
- Cambio de perímetro: +€3,0M de mayor contribución de Hoteles Royal y +€2,0M en España por salida de hoteles en alquiler con contribución negativa. El impacto positivo en ingresos de las nuevas aperturas (+€18,3M en 9M), principalmente en Italia, no se refleja en EBITDA (+€0,4M en 9M) durante los primeros años



- Los factores externos han continuado durante el mes de Octubre, minimizados a nivel de Beneficio Neto Recurrente
- Adicionalmente la ejecución de la reformas del año, en Benelux y Alemania, se han realizado según el calendario previsto para recoger el “Ramp up” en 2017.

⁽¹⁾ Incluye -€5,0M de linealizaciones y -€0,8M de indemnizaciones (no recurrentes en 2015). Ajustando ambos impactos la conversión proforma a EBITDA en 9M alcanza 47% (39% reportado)

BENEFICIO RECURRENTE POSITIVO EN 9M CON MEJORA SUSTANCIAL EN 3T

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.		9M 2016	9M 2015*	Var.	
	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%
Margen % de Ingresos	13,5%	11,2%		2,3%	11,4%	9,5%		1,8%
Reversion Provisión C. Onerosos	1,2	2,4	(1,2)	(48,3%)	4,2	7,7	(3,5)	(45,1%)
EBITDA CON ONEROSOS	52,8	43,0	9,8	22,8%	128,8	105,5	23,2	22,0%
Amortizaciones	(25,7)	(24,0)	(1,7)	7,3%	(75,3)	(69,9)	(5,4)	7,8%
EBIT	27,1	19,0	8,1	42,4%	53,4	35,6	17,8	50,0%
Gastos Financieros Netos	(12,9)	(12,8)	(0,2)	1,4%	(37,0)	(35,0)	(1,9)	5,5%
Resultados Puesta en Equivalencia	(0,2)	0,3	(0,5)	(151,5%)	(0,0)	0,3	(0,3)	(107,7%)
EBT	14,0	6,6	7,4	112,2%	16,4	0,9	15,6	1811,6%
Impuesto sobre Sociedades	(3,1)	(0,7)	(2,4)	326,7%	(9,2)	(6,3)	(2,9)	46,5%
Resultado antes de Minoritarios	10,8	5,8	5,0	85,4%	7,2	(5,4)	12,7	233,5%
Intereses Minoritarios	(0,9)	(1,1)	0,2	(20,4%)	(2,7)	(2,3)	(0,5)	20,2%
RESULTADO NETO recurrente	10,0	4,8	5,2	109,3%	4,5	(7,7)	12,2	158,4%
EBITDA no recurrente	7,6	(6,5)	14,1	n.a.	42,1	(13,5)	55,6	n.a.
Otros elementos no recurrentes	(5,8)	5,2	(11,0)	n.a.	(25,1)	7,3	(32,4)	n.a.
RESULTADO NETO incluyendo no-rec.	11,8	3,5	8,3	236,8%	21,5	(13,9)	35,4	254,9%

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

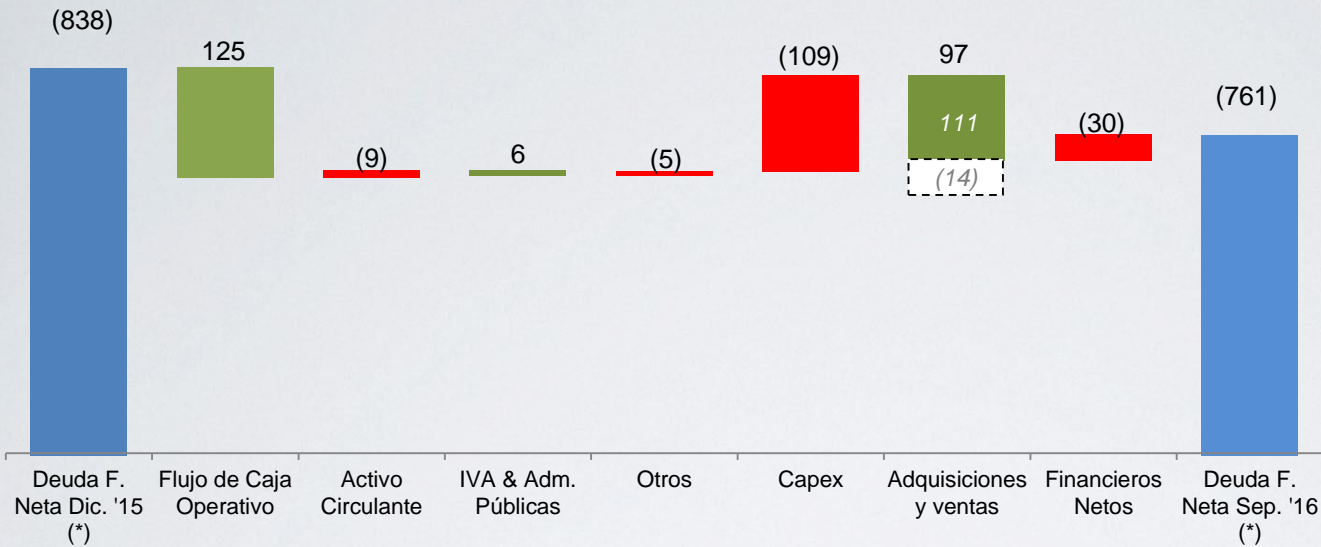
3T

- Mejora en Beneficio Neto recurrente de +€5,2m alcanzado €10,0M por la mejora del negocio y a pesar de:
 - Mayor depreciación por reformas (-€1,7M)
 - Mayor gasto de impuesto de sociedades (-€2,4M) por incremento de EBT en parte compensados por incentivos y pérdidas fiscales activadas
- La variación del no recurrente se explica por las plusvalías de las ventas de activos no estratégicos y el impacto no caja de las amortizaciones aceleradas de los gastos de formalización de la deuda refinanciada en 3T' 16 (-€3,4M)

9M

- Beneficio positivo recurrente de €4,5M comparado con la pérdida de -€7,7M en 2015, representando una mejora de +€12,2M. Incluyendo la contribución de la actividad no recurrente, en gran parte por la venta de activos no estratégicos, el Beneficio Neto total alcanzó €21,5M, que compara con la pérdida de -€13,9M en el mismo periodo de 2015

GENERACION DE CAJA EN EL PERIODO POR CAPEX FINANCIADO CON VENTA DE ACTIVOS



30 Septiembre 2016
 Deuda Financiera Bruta: (€903M)
 Caja: €142M
 Deuda Financiera Neta: (€761M)

(*) DFN excluyendo los ajustes contables de la parte del bono convertible registrado como Equity, gastos de formalización e intereses devengados. Incluyendo estos ajustes contables la DFN sería (€739M) a 30 de sept. 2016 y (€809M) a 31 dic. 2015.


- €76M de reducción de deuda financiera neta en los primeros 9 meses del año por la favorable generación de caja en el periodo y por un capex financiado por las ventas de activos no estratégicos
- Generación positiva de caja en los primeros 9 meses:
 - (+) Flujo de caja operativo de +€125M, incluyendo -€10,6M de gastos de tarjetas de crédito e impuestos pagados por -€7,4M
 - (-) Variación del circulante: el pago excepcional a proveedores, vía confirming, explica principalmente la inversión del periodo. El periodo medio de cobro pasa de 36 días en Dic. '15 a 27 días a Sept. '16
 - (+) Devoluciones de IVA +6M
 - (-) Otros: principalmente explicado por autocartera e indemnizaciones de negocio
 - (-) Inversiones en Capex: -€109M
 - (+) Ventas de Activos por +€111M. Contribución de la JV China (-€4,1m) y Opción de Venta de Donnafugata (-€10,3M)
 - (-) Financieros netos incluye -€4,5M que hacen referencia a la reciente refinanciación (pendiente -€4,5M in Q4)


REFINANCIACION, MEJORA DE RATING Y STATUS VENTA DE ACTIVOS NO ESTRATEGICOS


➤ Refinanciación:

- Emisión de un bono senior garantizado a 7 años por importe de €285M con vencimiento en 2023 para refinanciar deuda bancaria existente adelantando vencimientos de 2017/2018:
 - ✓ Extender los vencimientos y dotar de mayor flexibilidad financiera y operativa
 - ✓ Incluir mayor flexibilidad en el paquete de garantías en base al desapalancamiento
 - ✓ Cupón del 3,75%
- Suscripción de una línea de crédito sindicada a L/P “RCF” (3 +2 años) con extensión automática con refinanciación del Bono HY 2019:
 - ✓ Aumenta la liquidez del Grupo soportando la mejora del Rating
 - ✓ “Pari-passu” con el actual Bono HY vto. 2019 y el nuevo Bono HY vto. 2023 (asegurando solo parte dispuesta del RCF)

➤ Mejora del Rating corporativo:

 Asignación de rating B2 reflejando “el plan de transformación, la mejora de la liquidez y el enfoque asset-light” (27 julio, 2016)

 Mejora del rating corporativo a 'B' en base “a la mejora operativa y liquidez adecuada” (1 agosto, 2016)

 Mejora del rating corporativo a 'B' en base a “mejora de liquidez y mejor comportamiento estructural” (30 septiembre, 2016)

➤ Venta de activos:

- Del objetivo de desinversión de €140M, a 30 de septiembre, se han cerrado transacciones por importe de €125M (€111M de caja en 2016 y €14M en 2017) alcanzando el 90% del objetivo
- La pérdida de EBITDA en base anual para el objetivo del año es de €6-7M y de los cuales para las operaciones ya firmadas es de €3,5-4M

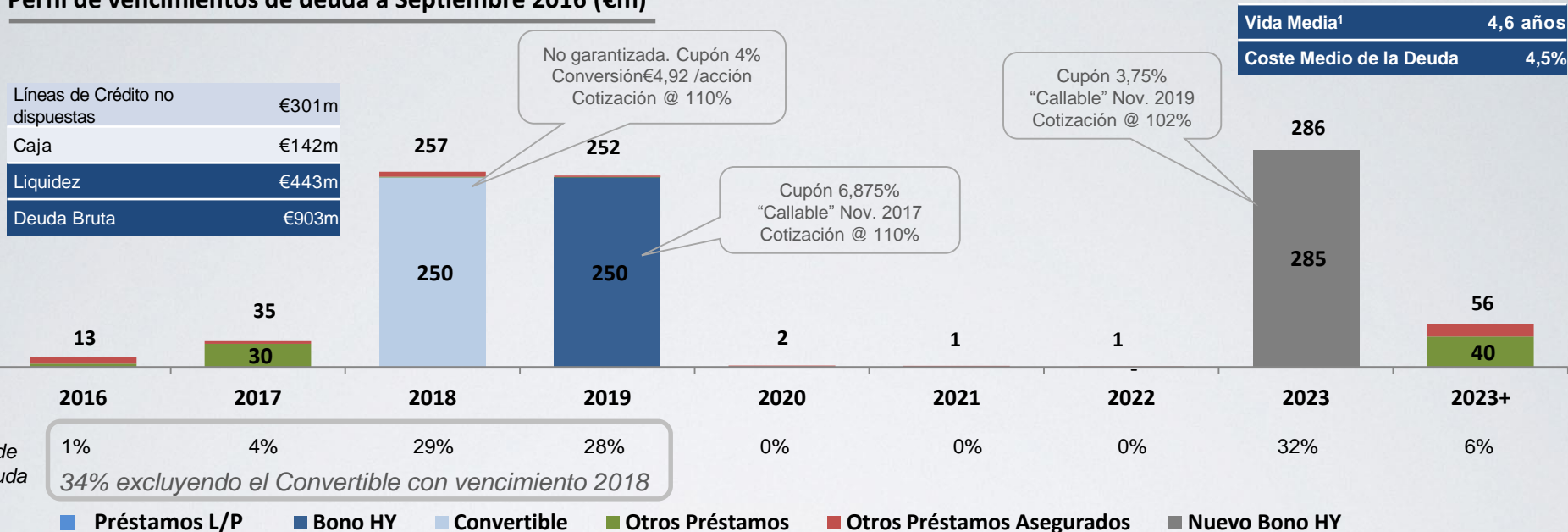
➤ Objetivo de desapalancamiento:

- Tomando como referencia los últimos 12 meses, el ratio de apalancamiento se reduce de 5,6x a 31 dic. '15 a 4,3x a 30 sept. '16

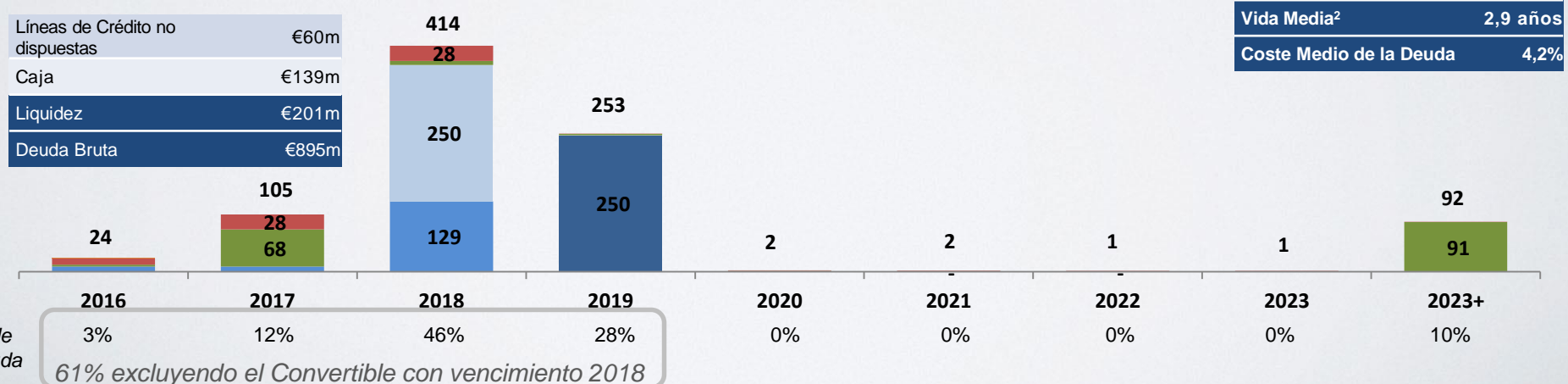
	Dic. 2015	Sept. 2016
Deuda Financiera Neta	838	761
DFN/LTM EBITDA	5.6x	4.3x

ANEXO: CALENDARIO DE VENCIMIENTOS DE DEUDA TRAS LA REFINANCIACION

Perfil de vencimientos de deuda a Septiembre 2016 (€m)



Perfil de vencimientos de deuda pro forma a Septiembre SIN la Refinanciación (€m)



¹Excluye Préstamo subordinado de €40M con vencimiento en 2037 / ²Excluye Préstamos subordinados de €75M con vencimiento en 2037

DISCLAIMER

This presentation has been produced by NH Hotel Group S.A (“NH Hotel Group”), and it is provided exclusively for information purposes. By receiving or by reading the presentation slides, you agree to be bound by the following limitations.

This presentation does not constitute or form part of and should not be construed as, an offer to sell or issue or the solicitation of an offer to buy or acquire securities of NH Hotel Group in any jurisdiction or an inducement to enter into investment activity., No part of this presentation, nor the fact of its distribution, should form the basis of, or be relied on in connection with, any contract or commitment or investment decision whatsoever, Historical results of NH Hotel Group do not necessarily indicated or guarantee future results.

This presentation does not purport to be all-inclusive or to contain all of the information that a person considering an investment in the securities of NH Hotel Group may require to make a full analysis of the matters referred to herein. Each recipient of this presentation must make its own independent investigation and analysis of the securities and its own determination of the suitability of any investment, with particular reference to its own investment objectives and experience and any other factors which may be relevant to it in connection with such investment.

The information contained in this presentation has not been independently verified. No representation, warranty or undertaking, express or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or the opinions contained herein.

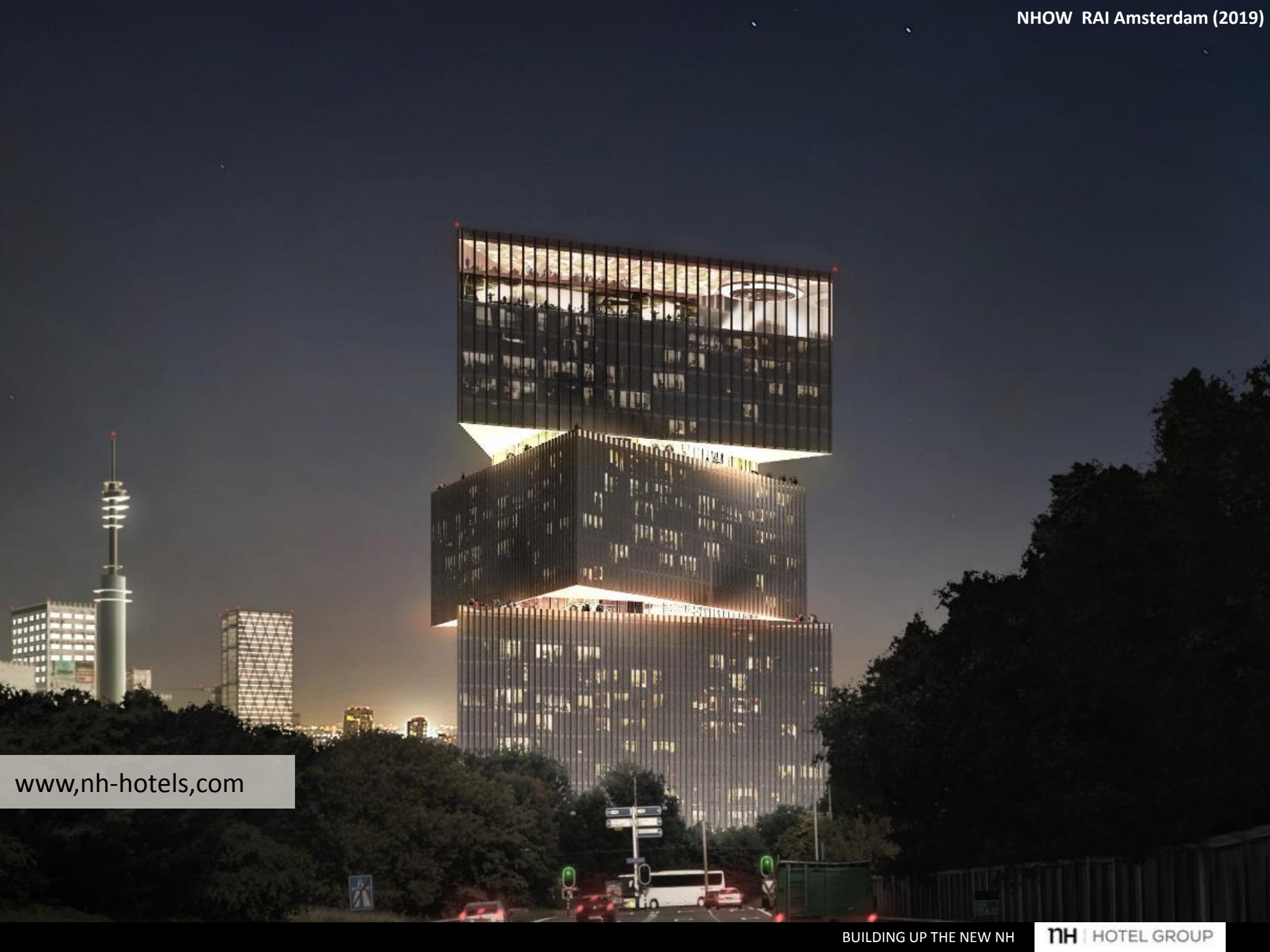
This presentation includes “forward-looking statements,” These statements contain the words “anticipate,” “believe,” “intend,” “estimate,” “expect”, “aspire” and words of similar meaning. All statements other than statements of historical facts included in this presentation, including, without limitation, those regarding NH Hotel Group’s financial position, business strategy, plans and objectives of management for future operations (including development plans and objectives relating to NH Hotel Group’s projects and services) are forward-looking statements. Such forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other important factors that could cause the actual results, performance or achievements of NH Hotel Group to

be materially different from results, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking statements, Such forward-looking statements are based on numerous assumptions regarding NH Hotel Group’s present and future business strategies and the environment in which NH Hotel Group will operate in the future, These forward-looking statements speak only as at the date of this presentation, Each of NH Hotel Group, other relevant Group entities and their respective agents, employees and advisers, expressly disclaims any obligation or undertaking to update any forward-looking statements contained herein.

Any assumptions, views or opinions (including statements, projections, forecasts or other forward-looking statements) contained in this presentation represent the assumptions, views or opinions of NH Hotel Group as at the date indicated and are subject to change without notice, All information not separately sourced is from internal Issuer data and estimates.

The statements and forecasts included in this document do not constitute testimony or guarantees, express or implied, on behalf of NH Hotel Group, its board members or directors.

Neither NH Hotel Group, nor its board members and directors, assume responsibility for any damage or loss, direct or indirect that may arise from the use of the information contained in this document.



www.nh-hotels.com

VENTAS Y RESULTADOS
Tercer Trimestre 2016
15 de Noviembre de 2016



NH
HOTELS


NH COLLECTION

nhow

Hesperia
RESORTS

- **Sólido crecimiento en ingresos apoyado por el buen comportamiento de España y Europa Central, a pesar de factores externos** (situación de Bélgica y evolución divisa en Latam) **y superando al mercado:**
 - **3T:** los ingresos crecen +5,2% alcanzando €380,5M en un trimestre de estacionalidad media (+7,2% a tipo constante), con una contribución al crecimiento del RevPar vía precios del 95%.
 - **9M:** los ingresos crecen un +6,7% (+9,4% en moneda constante) alcanzado los €1.095,5M, con una contribución de los precios al crecimiento del RevPar del 83%.

- **+27% de mejora en EBITDA y mayor eficiencia incrementando el margen:**
 - **3T:** EBITDA de €51,5M, implicando una mejora de +27,1% (+€11,0M). El margen se incrementa en +2,3 puntos alcanzando el 13,5% (11,2% en 3T '15). Todo ello a pesar de la alta contribución de la Expo Milán 2015 en 3T (+€10,1M en ingresos, +€7,8M en EBITDA), la menor contribución de los hoteles en Bélgica (-€3,8M en ingresos, -€1,5M en EBITDA) y el efecto negativo de la divisa (-€7,5M en ingresos, -€1,2M en EBITDA)
 - **9M:** €124,6M implicando una mejora de +27,3% (+€26,7M) y un ratio de conversión del 39%. El margen se incrementa en +1,8 puntos alcanzando el 11,4% (9,5% en 9M '15).

- **Beneficio Neto recurrente positivo frente a pérdidas del año anterior:**
 - **3T:** Beneficio Neto recurrente de +€10,0M, lo que supone una mejora de +€5,2M.
 - **9M:** se alcanza un resultado recurrente positivo de €4,5M vs la pérdida de -€7,7M del 2015. Incluyendo la actividad no recurrente por venta de activos no estratégicos principalmente, el Beneficio Neto Reportado de los primeros 9 meses permite alcanzar €21,5M, frente a la pérdida de -€13,9M del mismo periodo de 2015.

- **Reducción del ratio de apalancamiento a 4,3x** (últimos 12 meses) vs 5,6x a 31 de diciembre 2015, por la reducción de -€76M en la posición financiera neta de €761M.
 - **Refinanciación Sept. 2016:** Emisión de Obligaciones Senior Garantizadas de €285M con vencimiento en 2023 a un precio de 3,75%, con el objetivo de extender los vencimientos e incrementar la vida media, y suscripción de una Línea de Crédito sindicada "RCF" a largo plazo (3+2 años) de €250 millones, aumentando la liquidez del Grupo y soportando la mejora del rating del Grupo.

Principales Magnitudes del tercer trimestre de 2016

- **Crecimiento del RevPar de +6,1%**, 95% a través de crecimiento de los precios (+7,4% a tipo de cambio constante). Destaca el incremento de **doble dígito de España (+15,4%) y Europa Central (+12,2%)** impulsados también por el incremento de ocupación (+3,5% y +3,4% respectivamente).
 - El 3T confirma la estrategia de crecimiento del RevPar vía ADR para el año y permite durante el trimestre continuar creciendo los precios frente a los competidores directos (+1,3% en el 3T), incluso en mercados afectados por factores externos como Bruselas y Milán.
- **Los ingresos totales alcanzan los €380,5M**, lo que supone un **crecimiento de +5,2% (+€18,7M)**. De este +5,2% de crecimiento, **el perímetro comparable aporta +3,8 puntos (+€13,8M**, a pesar de la contribución por la Expo de Milán en 3T del 2015 de +€10,1M y la menor contribución de los hoteles LFL en Bélgica de -€1,4M respecto al año anterior), **los hoteles reformados en 2015 y 2016 aportaron +2,9 puntos (+€10,4M**, de los cuales los hoteles reformados en el 2015 aportan +€10,0M y los reformados en el 2016 +0,4M), **los cambios de perímetro por aperturas y cierres +0,5 puntos (+€1,9M) y la evolución negativa de la divisa (Peso Argentino -38% y Mexicano -15%) resta -2,1 puntos (-€7,5M)**. Excluyendo el efecto del tipo de cambio el crecimiento hubiese sido del +7,2%.
- Destaca el crecimiento de los **ingresos Like for Like más Reformas** (“LFL&R” de aquí en adelante) de **España de +13,8%**, y de **Europa Central** que registró un crecimiento de **+10,3%** (explicado por el calendario de ferias, +4,7% en LFL, y por las reformas). **Benelux crece al +2,7%**, a pesar de la menor contribución de los hoteles de Bélgica tanto en el perímetro LFL (-€1,4m, -19%) como en los hoteles reformados (-€2,4M, -45%), compensado en su totalidad por un mejor rendimiento en Holanda tanto en LFL (+€2,1m, +5%) como en el perímetro de reformas 2015-2016 (+€3.1m, +21%). En **Italia**, el 3T del 2015 fue el de mayor contribución de la Expo de Milán (+€10,1M), no pudiendo compensar en este trimestre dicha contribución por las reformas del 2015 así como el buen comportamiento de Roma LFL(+€0,7m,+8%) y de las ciudades secundarias, reportando unos ingresos **LFL&R de -5,9%**. Adicionalmente incluyendo nuevas aperturas, la reducción de ingresos es de -2,8% en Italia.
- Los **gastos de personal** se incrementan un +1,8% explicado por el mayor nivel de actividad en España y Europa Central.
- Los **otros gastos directos** crecen un +3,0% por las mayores comisiones debido al crecimiento de ingresos y evolución de canales de venta.
- **Crecimiento del +11,1% a nivel de GOP (+€12,8M)** alcanzando los €128,0M, incrementándose **el margen operativo al 33,6% (31,8% en 3T 2015)** por un excelente grado de **conversión del +68%**.
- **El EBITDA** antes de onerosos del tercer trimestre (€51,5M) **mejora en un +27,1% (+€11,0M)** a pesar de los impactos negativos mencionados (Expo Milán 2015, situación de Bélgica y divisa) y del ajuste contable de la linealización de los alquileres (+€1,8M) reclasificado a recurrente en el año. Con todo ello se reporta una **mejora en el margen de +2,3 puntos, alcanzando un 13,5% frente al 11,2% del 3T del 2015**.
- **El Beneficio Neto recurrente del 3T +€10,0M se incrementa en +€5,2M (+109%)** que junto a la aportación de la actividad no recurrente se reporta un Beneficio Neto positivo de €11,8M, frente a los €3,5M del mismo periodo del año anterior.

Ventas y Resultados 9 meses 2016

Madrid, 15 de Noviembre 2016

Principales Magnitudes acumulado a septiembre de 2016:

- Acumulado a nueve meses los **ingresos crecen un +6,7% registrando €1.095,5M** (+9,4% en moneda constante). El **EBITDA alcanza €124,6M implicando una mejora de +27,3% (+€26,7M)**, representando una conversión del 39% y un proforma de 47% ajustado por las indemnizaciones y linealizaciones de alquileres. El margen de EBITDA reportado mejora hasta el 11,4%, lo que supone un incremento de +1,8 puntos.
- **Resultado Neto positivo recurrente de €4,5M vs la pérdida de -€7,7M** en el mismo periodo 2015, implicando una mejora de +€12,2M. Incluyendo la actividad no recurrente, **el Beneficio Neto Total de los primeros 9 meses permite alcanzar €21,5M**, frente a la pérdida de -€13,9M del mismo periodo de 2015.

Evolución Deuda Financiera

- Del objetivo de desinversión de €140M marcado para el año, a 30 de septiembre de 2016 se han materializado **ventas de activos por importe de €125M**, con entrada de caja por €111M en 2016 y €14M previstos en 2017, alcanzando el 90% del objetivo de €140M (excluyendo Nueva York).
- **La deuda financiera neta alcanza los €761M** a 30 de septiembre de 2016, una reducción de €76M respecto a Diciembre 2015, por la satisfactoria **generación de caja operativa en el periodo**, ya que el Capex invertido se financia casi en su totalidad con la venta de activos no estratégicos. Con todo ello se alcanza un ratio de Deuda Financiera Neta EBITDA de 4,3x a 30 de Septiembre (últimos 12 meses) vs 5,6x a 31 de diciembre 2015.
- El 29 de septiembre de 2016 se realizó una refinanciación mediante la **emisión de Obligaciones Senior Garantizadas** (Bono HY) **de €285M** con vencimiento en 2023 a un precio de 3,75%, con el objetivo de extender los vencimientos e incrementar la vida media, y la suscripción de una **Línea de Crédito sindicada "RCF"** a largo plazo (3+2 años) **de €250 millones**, aumentando la liquidez del Grupo.
- Las agencias de Rating Standard & Poors y Fitch han mejorado el rating corporativo de NHH de "B-" a "B con perspectiva estable" en base a la mayor de la liquidez y la mejora operativa. Moody's asignó un Rating corporativo B2 con perspectiva estable.

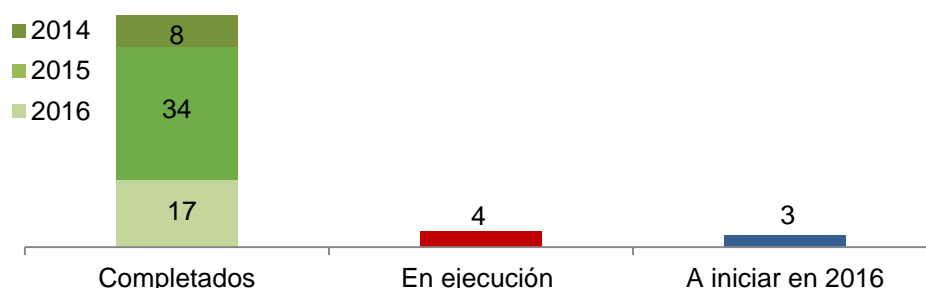
Perspectivas 2016

- Excelente comportamiento de España y Europa Central y favorable evolución en el resto de países principales, en todos con resultados superiores a los competidores. Adicionalmente la ejecución de la reformas del año, en Benelux y Alemania, se han realizado según el calendario previsto para recoger el "Ramp up" en 2017.
- No obstante, se han producido algunos impactos externos al Grupo y coyunturales registrados en los primeros 9 meses que han impactado negativamente el EBITDA:
 - Problemas de inseguridad en Bélgica: -€5,1M de pérdida de EBITDA vs Plan de negocio del periodo.
 - Evolución de las divisas en Latinoamérica: -€4,6M a nivel de EBITDA.
- Con todo ello, se ha conseguido mejorar la eficiencia incrementando el margen de EBITDA en +1,8 puntos hasta el 11,4% (vs 9,5% en los 9 meses de 2015).
- Adicionalmente los impactos externos han sido minimizados a nivel de Beneficio Neto Recurrente. Ambos han continuado en el mes de Octubre y no se prevé mejora en los últimos meses del año, al estar fuera del ámbito de actuación del Grupo.

Status Plan Estratégico

➤ **Plan de Reposicionamiento:**

Reposicionamiento Septiembre 2016 (# hoteles)



Desde el inicio del plan hasta septiembre del 2016 se ha completado la reforma global de 59 hoteles. La tasa de crecimiento anual compuesto del RevPar de aquellos hoteles con 6 meses de operación post reforma en los primeros nueve meses de 2016 comparado con el mismo periodo anterior a la reforma es del +12,8%. Los hoteles recogidos en dicha muestra son: NH Collection Eurobuilding, NH Collection Abascal, NH Alonso Martínez, NH Collection Aránzazu, NH Pamplona Iruña, NH Collection Gran Hotel Zaragoza, NH Firenze, NH Madrid Atocha, NH Madrid Nacional, NH Madrid Ventas, NH Collection Hamburgo City, NH Collection Bruselas Centre, NH Utrecht, NH Milano Congress Centre y NH Génova Centro.

➤ **Marca:** NH cuenta con 380 hoteles y 58.085 habitaciones de los cuales 66 hoteles y 10.332 habitaciones son NH Collection a Septiembre de 2016 y continúa mostrando su potencial tanto en precios como en calidad (con mejoras también en hoteles no reformados). A nivel Grupo el 34% del portfolio está posicionado en el top 10 de la ciudad (44% para los NH Collection) y el 52% en el top 30 (59% en NH Collection), lo que demuestra los mayores niveles de calidad percibidos por los clientes.

% hoteles NH	Dic. '13	Dic. '14	Dic. '15	Sept. '16
En top 10	19%	24%	27%	34%
En top 30	41%	47%	49%	52%

Fuente: Trip Advisor

➤ **Pricing & Revenue Management:** La evolución del ADR en las top ciudades del Grupo sigue siendo favorable en el tercer trimestre de 2016 frente a los competidores directos. El crecimiento de ADR relativo en el tercer trimestre ha sido de +1,3 puntos vs. competidores.

En Italia la estrategia en la ciudad de Milán en 2016 está siendo mantener el alto RGI absoluto a través del volumen, por haber crecido los precios en el 2015 por encima de los competidores (+5,8 puntos). En Italia el RGI del 3T sigue siendo de 101,6%.

Destaca el comportamiento en Benelux con un incremento del ADR de +4,6% vs. el set de competidores de -2,2%. NH continúa maximizando sus oportunidades de mercado tanto en Ámsterdam (ADR Relativo +3p.p; RevPar relativo +6p.p) así como en Bruselas (ADR Relativo +12p.p; RevPar relativo +1p.p), bajando los precios menos que el mercado.

Buen comportamiento de España con un incremento de ADR +12,1% vs. el set de competidores que crece un +6,1%. Con todo ello el RevPar relativo en España mejora en +6p.p.

3T	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	Var.
Total NHH	0,6%	-0,7%	1,3 p.p.
España	12,1%	6,1%	6,0 p.p.
Italia	-16,2%	-10,6%	-5,7 p.p.
Benelux	4,6%	-2,2%	6,8 p.p.
Europa Central	6,9%	3,5%	3,5 p.p.

La estrategia hacia tarifas más rentables crea una segmentación más eficiente con especial impacto en meses de alta actividad. Como consecuencia se produce una optimización de los canales de venta aumentando el peso de las OTAs en el periodo respecto a canales más económicos, alcanzando un mayor ADR neto y el acceso a mercados de larga distancia.

Las ventas a través de la página web registran un incremento en el los primeros 9 meses de 2016 de +22%.

➤ **Optimización del portfolio:**

- Del objetivo de desinversión de €140M marcado para el año, a 30 de setiembre de 2016 se han materializado ventas de activos por importe de €125M, con entrada de caja por €111M en 2016 y €14M previstos en 2017, alcanzando el 90% del objetivo de €140M (excluyendo Nueva York).
 - Por otro lado, durante los primeros 9 meses se firmaron 13 hoteles con 1.800 habitaciones. Todas las firmas han sido bajo fórmulas de alquiler y gestión y una gran parte de ellos en el segmento superior de marca y en ciudades principales (Venecia, Amberes, Eindhoven, Leipzig, Monterrey, México DF y Santiago de Chile).
- **JV China:** lanzamiento de la JV con el grupo HNA a finales de marzo y firma de 3 hoteles operativos en gestión a 30 de septiembre . Durante 1T 2016 se ha contribuido con €4,1M de aportación de capital, la totalidad de la cifra estimada para 2016.

Evolución RevPar del Tercer Trimestre

Nota: El criterio "Like for Like más Reformas" (LFL&R) incluye los hoteles reformados en 2015 y 2016, con el objetivo de que la muestra de hoteles "LFL" no se vea reducida por el elevado número de hoteles afectados por las reformas

NH HOTEL GROUP REVPAR 3T 2016/2015

	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2016	2015	2016	2015	% Var	2016	2.015	% Var	2016	2015	% Var
España & Portugal LFL & R	11.038	10.911	73,3%	71,2%	3,0%	84,5	76,1	11,0%	62,0	54,2	14,4%
B.U. España Consolidado	11.115	11.372	73,3%	70,8%	3,5%	84,6	75,9	11,5%	62,0	53,7	15,4%
Italia LFL & R	6.982	6.987	74,4%	75,8%	-1,8%	107,5	113,7	-5,4%	80,0	86,2	-7,1%
B.U. Italia Consolidado	7.412	7.439	73,9%	74,5%	-0,8%	110,9	113,2	-2,0%	81,9	84,3	-2,9%
Benelux LFL & R	8.249	8.262	72,3%	76,3%	-5,3%	96,0	90,5	6,1%	69,4	69,1	0,4%
B.U. Benelux Consolidado	8.592	8.327	71,6%	76,5%	-6,4%	96,3	90,6	6,3%	69,0	69,3	-0,4%
Europa Central LFL & R	12.224	12.214	75,9%	73,3%	3,4%	86,9	80,0	8,6%	65,9	58,7	12,3%
Europa Central Consolidado	12.224	12.255	75,9%	73,4%	3,4%	86,9	80,1	8,5%	65,9	58,7	12,2%
Total Europa LFL & R	38.493	38.374	74,1%	73,8%	0,4%	91,9	87,6	4,9%	68,1	64,6	5,3%
Total Europa Consolidado	39.343	39.393	73,8%	73,5%	0,4%	92,8	87,5	5,9%	68,5	64,3	6,4%
Latinamerica LFL & R	3.045	3.044	66,6%	67,4%	-1,1%	69,2	69,2	-0,1%	46,1	46,7	-1,2%
Latinoamerica Consolidado	5.232	5.231	62,9%	63,7%	-1,1%	75,0	71,8	4,5%	47,2	45,7	3,3%
NH Hoteles LFL & R	41.538	41.418	73,6%	73,4%	0,3%	90,4	86,3	4,7%	66,5	63,3	5,0%
Total NH Consolidado	44.575	44.624	72,5%	72,3%	0,3%	90,9	85,9	5,8%	66,0	62,2	6,1%

- **+6,1% de crecimiento del RevPar Consolidado** en el 3T 2016. En su composición, el incremento de precios (+5,8%), representan el 95% del crecimiento del RevPar. A tipo de cambio constante, el crecimiento es de +7,4% (96% por precios).
 - En **Italia**, el 3T del 2015 fue el de mayor contribución de la Expo de Milán (RevPar 3T 2015 +28%). El buen comportamiento de Roma y ciudades secundarias, las reformas del 2015 y las nuevas aperturas no han podido compensar en su totalidad dicha contribución, reportando una caída del RevPar de -2,9% en el 3T' 16.
 - La BU de Benelux tuvo una menor actividad, reportando una caída de ocupación de -6,4%, por el impacto de los problemas de seguridad en los hoteles de Bélgica LFL (-28,2% ocupación, +4,8% ADR, RevPar -24,8%) compensada en parte por el buen comportamiento de Holanda LFL (-1,6% ocupación, +3,6% en ADR, RevPar +1,9%).
 - En cuanto al **nivel de actividad** del Grupo se ha reportado en el tercer trimestre un nivel muy similar, **+0,3%**, compensando la caída de Italia y Bélgica por el buen comportamiento en España del +3,5% y Europa Central del +3,4%, siendo el mes de agosto de baja estacionalidad, julio media y septiembre alta estacionalidad.
- A nivel de **LFL&R** el RevPar en el tercer trimestre crece un **+5,0%** a pesar de la difícil comparativa en Italia donde se reporta una reducción del RevPar del -7,1%. Destaca la BU de España que mantiene un crecimiento de 14,4% con un incremento del +11,0% en el nivel de precios y la BU de Europa Central con un crecimiento de +12,3% (70% a través de precio). La BU de Latinoamérica se ha visto afectada por la volatilidad de las monedas locales, especialmente el peso argentino con una devaluación en el periodo del 38%.

Ventas y Resultados 9 meses 2016

Madrid, 15 de Noviembre 2016

- Sin incluir las reformas, el crecimiento del RevPar LFL en el 3T ha sido del **+2,0%**, con un crecimiento de precios del +2,7% (con caída en Italia y Latam a tipo de cambio real) y una caída de ocupación del -0,7% por el menor nivel de actividad en Bélgica y en Italia.

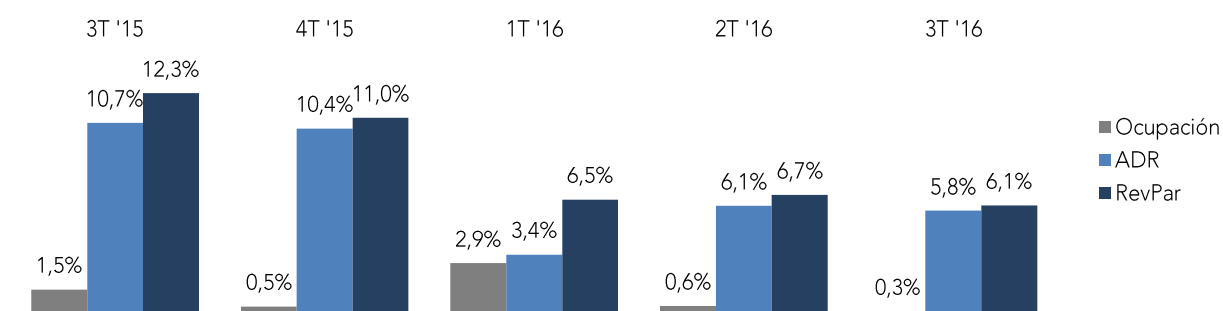
Evolución RevPar 9 meses

- Acumulado a 9 meses, el RevPar Consolidado se incrementa +6,3%, con un mayor nivel de precios del +5,2% y un incremento de la ocupación del +1,0%. Sin incluir las reformas, el RevPar LFL crece un +4,2%, un 66% explicado por la subida de precios del +2,8%.

NH HOTEL GROUP REVPAR 9M 2016/2015

	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2016	2015	2016	2015	% Var	2016	2.015	% Var	2016	2015	% Var
España & Portugal LFL & R	10.976	10.828	70,8%	67,5%	4,7%	83,5	76,2	9,6%	59,1	51,5	14,8%
B.U. España Consolidado	11.208	11.377	70,8%	67,5%	5,0%	83,7	75,8	10,4%	59,3	51,2	15,9%
Italia LFL & R	6.984	6.987	69,2%	68,7%	0,6%	107,6	112,2	-4,1%	74,5	77,1	-3,4%
B.U. Italia Consolidado	7.503	7.373	68,2%	67,4%	1,3%	109,8	111,4	-1,4%	74,9	75,0	-0,2%
Benelux LFL & R	8.099	8.324	66,8%	69,5%	-3,9%	96,7	91,3	5,9%	64,6	63,5	1,8%
B.U. Benelux Consolidado	8.288	8.374	66,5%	69,6%	-4,4%	97,0	91,5	6,0%	64,6	63,7	1,3%
Europa Central LFL & R	12.383	12.341	71,5%	69,9%	2,3%	87,0	80,9	7,5%	62,2	56,6	9,9%
Europa Central Consolidado	12.492	12.463	71,5%	69,9%	2,3%	87,0	81,1	7,3%	62,2	56,7	9,7%
Total Europa LFL & R	38.442	38.480	69,9%	69,0%	1,3%	91,7	87,6	4,7%	64,1	60,4	6,1%
Total Europa Consolidado	39.490	39.587	69,6%	68,7%	1,4%	92,3	87,4	5,6%	64,3	60,0	7,1%
Latinamerica LFL & R	3.022	3.044	65,3%	65,6%	-0,5%	68,2	71,9	-5,1%	44,5	47,2	-5,5%
Latinoamerica Consolidado	5.207	4.757	61,7%	62,7%	-1,6%	72,3	71,0	1,8%	44,6	44,5	0,2%
NH Hoteles LFL & R	41.465	41.524	69,6%	68,7%	1,2%	90,1	86,5	4,2%	62,6	59,4	5,4%
Total NH Consolidado	44.698	44.344	68,7%	68,0%	1,0%	90,2	85,8	5,2%	62,0	58,3	6,3%

Evolución de Ratios Consolidados por trimestres:



Ratios Consolidados % Var	Ocupación					ADR					RevPar				
	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16	3T '16	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16	3T '16	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16	3T '16
España	8,0%	7,9%	11,3%	2,4%	3,5%	6,3%	14,8%	8,6%	11,0%	11,5%	14,9%	23,9%	20,8%	13,7%	15,4%
Italia	7,4%	2,2%	4,7%	1,4%	-0,8%	19,0%	17,7%	0,5%	-1,2%	-2,0%	27,7%	20,3%	5,2%	0,2%	-2,9%
Benelux	4,9%	0,0%	-1,3%	-5,8%	-6,4%	9,7%	3,9%	4,6%	7,1%	6,3%	15,0%	3,9%	3,3%	1,0%	-0,4%
Europa Central	-6,8%	-4,5%	0,3%	2,9%	3,4%	5,8%	6,7%	3,6%	9,5%	8,5%	-1,5%	1,9%	3,9%	12,7%	12,2%
TOTAL EUROPA	2,2%	1,1%	3,8%	0,6%	0,4%	10,2%	10,4%	4,3%	6,7%	5,9%	12,6%	11,5%	8,3%	7,4%	6,4%
Latinoamérica tc real	-7,5%	-5,3%	-5,1%	0,0%	-1,1%	16,4%	8,7%	-2,5%	-0,5%	4,5%	7,7%	3,0%	-7,5%	-0,5%	3,3%
NH HOTEL GROUP	1,5%	0,5%	2,9%	0,6%	0,3%	10,7%	10,4%	3,4%	6,1%	5,8%	12,3%	11,0%	6,5%	6,7%	6,1%

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2016 VS 2015

(€ millones)	2016 3T	2015 3T	DIF. 16/15	%DIF.	2016 9 meses	2015 9 meses	DIF. 16/15	%DIF.
ESPAÑA	90,1	79,2	10,9	13,8%	266,4	230,5	35,9	15,6%
ITALIA	67,4	71,7	(4,3)	(5,9%)	193,2	193,8	(0,7)	(0,3%)
BENELUX	79,5	77,4	2,1	2,7%	219,9	218,5	1,5	0,7%
EUROPA CENTRAL	95,2	86,4	8,9	10,3%	288,4	266,5	21,8	8,2%
AMERICA	19,5	19,9	(0,4)	(1,8%)	56,1	58,7	(2,7)	(4,5%)
INGRESOS HOTELES RECURRENTE LFL&R	351,9	334,6	17,3	5,2%	1.023,9	968,1	55,9	5,8%
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	28,6	27,2	1,4	5,1%	71,6	59,0	12,6	21,3%
INGRESOS RECURRENTE	380,5	361,8	18,7	5,2%	1.095,5	1.027,1	68,4	6,7%
ESPAÑA	60,7	55,9	4,8	8,5%	181,5	163,1	18,4	11,3%
ITALIA	43,9	44,9	(1,0)	(2,3%)	127,6	124,8	2,8	2,2%
BENELUX	52,7	52,4	0,3	0,6%	149,6	150,1	(0,5)	(0,4%)
EUROPA CENTRAL	61,6	59,1	2,5	4,3%	193,8	182,9	10,8	5,9%
AMERICA	14,0	14,9	(0,9)	(5,9%)	41,0	43,9	(3,0)	(6,7%)
GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE LFL&R	232,9	227,2	5,7	2,5%	693,4	664,8	28,6	4,3%
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	19,5	19,4	0,2	0,9%	47,6	43,9	3,7	8,4%
GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE	252,5	246,6	5,9	2,4%	741,0	708,7	32,3	4,6%
ESPAÑA	29,4	23,3	6,1	26,3%	84,9	67,4	17,5	25,9%
ITALIA	23,6	26,8	(3,2)	(12,1%)	65,6	69,0	(3,5)	(5,0%)
BENELUX	26,9	25,0	1,8	7,3%	70,3	68,4	2,0	2,9%
EUROPA CENTRAL	33,6	27,2	6,4	23,4%	94,6	83,6	11,0	13,1%
AMERICA	5,5	5,0	0,5	10,5%	15,1	14,8	0,3	1,9%
GOP RECURRENTE LFL&R	119,0	107,4	11,6	10,8%	330,5	303,3	27,3	9,0%
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	9,1	7,8	1,2	15,4%	24,0	15,1	8,9	59,1%
GOP RECURRENTE	128,0	115,2	12,8	11,1%	354,6	318,4	36,2	11,4%
ESPAÑA	19,9	18,7	1,2	6,4%	61,6	56,6	5,0	8,8%
ITALIA	11,2	11,2	0,0	0,2%	33,6	33,2	0,4	1,3%
BENELUX	12,2	12,1	0,1	0,7%	36,4	35,8	0,6	1,5%
EUROPA CENTRAL	26,1	26,2	(0,1)	(0,2%)	79,4	79,3	0,1	0,1%
AMERICA	1,3	1,4	(0,1)	(7,6%)	4,0	4,2	(0,2)	(5,2%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC. LFL&R	70,8	69,7	1,1	1,6%	215,0	209,1	5,8	2,8%
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	5,7	5,0	0,7	14,1%	15,0	11,4	3,6	31,9%
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC.	76,5	74,6	1,8	2,5%	230,0	220,5	9,5	4,3%
ESPAÑA	9,5	4,6	4,9	107,6%	23,3	10,8	12,5	115,6%
ITALIA	12,3	15,6	(3,3)	(20,9%)	32,0	35,9	(3,9)	(10,8%)
BENELUX	14,7	12,9	1,7	13,5%	34,0	32,5	1,4	4,4%
EUROPA CENTRAL	7,5	1,0	6,4	615,4%	15,2	4,4	10,9	249,7%
AMERICA	4,2	3,6	0,6	17,6%	11,1	10,6	0,5	4,8%
EBITDA RECURRENTE LFL&R	48,2	37,7	10,5	27,8%	115,6	94,2	21,4	22,7%
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	3,4	2,9	0,5	17,6%	9,0	3,7	5,3	142,6%
EBITDA RECURRENTE SIN ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%

Resultados Recurrentes por Área de Negocio 3T (criterio LFL&R)

B.U. España:

- Crecimiento del RevPar del +14,4% en el 3T con un crecimiento de los precios del +11,0% (75% de peso) y de +3,0% en ocupación. Buen comportamiento de Madrid (+9,2%), Barcelona (+12,4%) y excelente evolución en Valencia con incremento de RevPar de +21,8%.
- Excelente evolución de los ingresos que crecen +13,8% (+€10,9M) en el tercer trimestre. El perímetro LFL creció +11,2% y los hoteles en reformas +26%.
- Los gastos operativos se incrementan +8,5% (+€4,8M), explicado por el incremento de ocupación en el periodo (+3,0%), las mayores comisiones por el cambio de segmentación y los hoteles que estaban en reforma en el 2015.
- El GOP de €29,4M se incrementa un +26,3% (+€6,1M), mostrando una conversión del 56%.
- El incremento de rentas en el trimestre +€1,2M (+6,4%) se debe al componente variable. El EBITDA generado en el trimestre alcanza los €9,5M, duplicando la cifra del tercer trimestre del 2015.

B.U. Italia:

- Bajada del RevPar del -7,1% en el 3T por la comparativa desfavorable por el impacto de la Expo de Milán del 2015. El 3T fue el de mayor peso de la Expo 2015: +€10,1M en ingresos.
- Como consecuencia los ingresos se reducen -5,9%, no pudiendo ser compensado por las reformas del 2015 así como el buen comportamiento de Roma LFL (+8%) y las ciudades secundarias como Bologna (+21%), Amalfi(+29%) y Liguria (+14%). Ajustando dicho impacto de la Expo en 3T del 2015, el crecimiento de ingresos en este trimestre a nivel de LFL&R hubiese sido +9,6%.
- Los gastos operativos bajan un -2,3% (-€1,0M). El GOP se reduce en un -12,1% (-€3,2M) y el EBITDA alcanza los €12,3M (-€3,3M), en su totalidad explicado por la contribución de la Expo de Milán del 2015 de +€7,5M de EBITDA en el 3T.

B.U. Benelux:

- Crecimiento del RevPar del +0,4% en el 3T compensado en precio la menor ocupación de Benelux (-5,3%) por el impacto de los problemas de seguridad en los hoteles de Bélgica LFL (-28,2% ocupación, +4,8% ADR, RevPar -24,8%).
- Los ingresos se incrementan un +2,7% (+€2,1M) a pesar de la menor contribución de Bélgica en el trimestre, tanto en el perímetro LFL (-€1,4m, -19%) como en el perímetro de reformas '15-'16 (-€2,4M, -45%), en su totalidad compensado por un mejor comportamiento de Holanda (LFL +€2,1m, +5%; reformas '15-'16 +€3,1m, +21%). El crecimiento LFL de los ingresos de la BU excluyendo las reformas ha sido del +0,9%.
- Ligero incremento de los gastos operativos en +0,6% (+€0,3M) mostrando un incremento del GOP de +7,3% (+€1,8M) y una mejora del EBITDA de +€1,7M, (conversión a EBITDA del 81%).

B.U. Europa Central:

- Incremento del RevPar del +12,3% en 3T con un incremento de precios del +8,6% y un aumento de ocupación de +3,4%. Los ingresos se incrementan un +10,3% (+€8,9M), por el buen calendario de ferias al coincidir eventos bianuales y trianuales.
- Los gastos operativos se incrementan un +4,3% (+€2,5M) por el mayor nivel de actividad y el incremento de las comisiones (cambio de segmentación con más peso en Alemania).

Ventas y Resultados 9 meses 2016

Madrid, 15 de Noviembre 2016

- El GOP mejora un +23,4% (+€6,4M) y las rentas se mantienen permitiendo un incremento del EBITDA de +€6,4M, mostrando una conversión del 72%.

B.U. Las Américas:

- En el 3T los ingresos a tipo de cambio constante crecen un +30,7% (+€6,1M), alcanzando los +€26,0M frente los €19,9M del año anterior. A tipo de cambio real se reducen un -1,8% (-€0,4M).
- Dicho descenso a nivel de ingresos (-€0,4M), ligado a la **devaluación de la divisa** (Peso Argentino -38% y Peso Mexicano -15%), queda totalmente absorbido obteniendo un incremento de EBITDA (+€0,6M) gracias al plan de contención de costes y la contribución del hotel más grande de México reformado a finales de 2015.
- El RevPar del trimestre a tipo de cambio real decrece un -1,2%, con una reducción de precios del -0,1%, y un descenso de la ocupación del -1,1%.
- Por regiones, México muestra en el trimestre un crecimiento del RevPar del +17,5% en moneda local, con una subida de precios de +17,3%. El incremento de los ingresos en moneda local es de +17,9% que junto a una conversión a nivel de GOP del 63% produce un crecimiento del EBITDA de +44% (+€0,9M) a tipo de cambio constante, beneficiándose de la reforma del NH Collection Mexico City Reforma que terminó en 1T.
- En Mercosur, principalmente Argentina, el RevPar crece +35,1% en moneda local, con incrementos de precios medios del +38,0% (dolarización de 75% de las tarifas). Todo ello hace que los ingresos crezcan un +46%, con un crecimiento muy similar en costes debido a la alta inflación, por lo que el GOP y el EBITDA se incrementan en +€0,6M a tipo de cambio constante.
- En Hoteles Royal (incluido en Aperturas y Cierres) el RevPar crece +7,8% en moneda local, con incrementos de precios medios del +9,0%. Chile tiene un comportamiento más débil por una mayor competitividad en precios por la alta dependencia del cliente argentino y con menor peso del cliente de negocios en 3T. Colombia tiene un crecimiento de ingresos de +6% a tipo de cambio constante, a pesar del peor comportamiento de los otros ingresos por el cambio de segmentación hacia tarifas más rentables, el crecimiento de la oferta en el país y el menor número de eventos generados por empresas del sector petrolero. La implementación de las sinergias de coste durante 2015 y primera parte de 2016 explican el incremento del EBITDA en Hoteles Royal a tipo de cambio real que alcanza €2,4M (+€0,4M frente al 3T del 2015 representando una mejora de +20%).

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.		9M 2016	9M 2015*	Var.	
	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%
TOTAL INGRESOS	380,5	361,8	18,7	5,2%	1.095,5	1.027,1	68,4	6,7%
Coste de Personal	(130,2)	(127,9)	(2,3)	1,8%	(384,7)	(372,0)	(12,7)	3,4%
Gastos Directos de Gestión	(122,2)	(118,6)	(3,6)	3,0%	(356,3)	(336,7)	(19,6)	5,8%
BENEFICIO DE GESTIÓN	128,0	115,2	12,8	11,1%	354,6	318,4	36,1	11,3%
Arrendamientos y Contribución Urb.	(76,5)	(74,7)	(1,8)	2,4%	(230,0)	(220,6)	(9,4)	4,3%
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%
Margen % de Ingresos	13,5%	11,2%		2,3%	11,4%	9,5%		1,8%
Reversion Provisión C. Onerosos	1,2	2,4	(1,2)	(48,3%)	4,2	7,7	(3,5)	(45,1%)
EBITDA CON ONEROSOS	52,8	43,0	9,8	22,8%	128,8	105,5	23,2	22,0%
Amortizaciones	(25,7)	(24,0)	(1,7)	7,3%	(75,3)	(69,9)	(5,4)	7,8%
EBIT	27,1	19,0	8,1	42,4%	53,4	35,6	17,8	50,0%
Gastos Financieros Netos	(12,9)	(12,8)	(0,2)	1,4%	(37,0)	(35,0)	(1,9)	5,5%
Resultados Puesta en Equivalencia	(0,2)	0,3	(0,5)	(151,5%)	(0,0)	0,3	(0,3)	(107,7%)
EBT	14,0	6,6	7,4	112,2%	16,4	0,9	15,6	1811,6%
Impuesto sobre Sociedades	(3,1)	(0,7)	(2,4)	326,7%	(9,2)	(6,3)	(2,9)	46,5%
Resultado antes de Minoritarios	10,8	5,8	5,0	85,4%	7,2	(5,4)	12,7	233,5%
Intereses Minoritarios	(0,9)	(1,1)	0,2	(20,4%)	(2,7)	(2,3)	(0,5)	20,2%
RESULTADO NETO recurrente	10,0	4,8	5,2	109,3%	4,5	(7,7)	12,2	158,4%
EBITDA no recurrente	7,6	(6,5)	14,1	n.a.	42,1	(13,5)	55,6	n.a.
Otros elementos no recurrentes	(5,8)	5,2	(11,0)	n.a.	(25,1)	7,3	(32,4)	n.a.
RESULTADO NETO incluyendo no-rec.	11,8	3,5	8,3	236,8%	21,5	(13,9)	35,4	254,9%

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

Comentarios del tercer trimestre de 2016:

- Los ingresos totales alcanzan los €380,5M, lo que supone un crecimiento de +5,2% (+€18,7M). De este +5,2% de crecimiento, el perímetro comparable aporta +3,8 puntos (+€13,8M, a pesar de la menor contribución por la Expo de Milán en 3T del 2015 de -€10,1M y la menor contribución de los hoteles en Bélgica LFL (-€1,4M), los hoteles reformados en 2015 y 2016 aportaron +2,9 puntos (+€10,4M), los cambios de perímetro por aperturas y cierres +0,5 puntos (+€1,9M) y la evolución negativa de la divisa (Peso Argentino -38% y Mexicano -15%) resta -2,1 puntos (-€7,5M). Excluyendo el efecto del tipo de cambio el crecimiento hubiese sido del +7,2%.
- A nivel LFL excluyendo las reformas el crecimiento de ingresos fue de +2,5% (+4,8% a tipo de cambio constante), impulsados por España y Europa Central, y penalizados por la Expo 2015, Bélgica y divisa.
- La contribución de los hoteles reformados en el 2015 aportan +€10,0M y los hoteles reformados en el tercer trimestre de 2016 consiguen mantenerse planos (+€0,2M) por la contribución de los hoteles reformados en el primer semestre.

Ventas y Resultados 9 meses 2016

Madrid, 15 de Noviembre 2016

➤ **Evolución de gastos:**

- Los gastos de personal se incrementan un +1,8% explicado por el mayor nivel de actividad en España y Europa Central.
- Los otros gastos directos crecen un +3,0% por las mayores comisiones debido al crecimiento de ingresos y evolución de canales de venta.

➤ **Crecimiento del +11,1% a nivel de GOP (+€12,8M)** alcanzando los €128,0M, incrementándose **el margen operativo al 33,6% (31,8% en 3T 2015)** por un excelente grado de **conversión del +68%**.

➤ Alquileres y Contribución Urbanística se incrementan +€1,8M a pesar de los cambios de perímetro (€0,7M), el impacto contable de la linealización de rentas (€1,8M) y las cláusulas variables compensadas por la reducción de las rentas fijas.

➤ **El EBITDA** antes de onerosos del tercer trimestre (€51,5M) **mejora en un +27,1%** (+€11,0M) a pesar de los impactos negativos mencionados (Expo Milán 2015, situación de Bélgica y divisa) y del ajuste contable de la linealización de los alquileres (+€1,8M). Con todo ello se reporta una **conversión de ingresos a EBITDA del 59%** que permite incrementar el margen del 11,2% al 13,5%.

➤ **Gastos Financieros:** nivel similar comparado con 3T2015.

➤ **Impuesto de Sociedades:** Mayor gasto de impuesto de sociedades (-€2,4M) fundamentalmente por la mejora en el EBT minorado por incentivos y pérdidas fiscales activadas.

➤ **El Beneficio Neto recurrente del 3T +€10,0M se incrementa en +€5,2M** (+109%) que junto a la aportación de la actividad no recurrente se reporta un Beneficio Neto positivo de €11,8M, frente a los €3,5M del mismo periodo del año anterior.

Actividad no recurrente

➤ La variación de elementos no recurrentes se debe principalmente a las plusvalías registradas por la venta de activos no estratégicos en el trimestre netas de la amortización acelerada de los gastos de formalización de deuda refinanciada en el tercer trimestre del año.

Comentarios de primeros nueve meses de 2016:

➤ Acumulado a nueve meses los **ingresos crecen un +6,7% registrando €1.095,5M**. El **EBITDA alcanza €124,6M implicando una mejora de +27,3% (+€26,7M)**, representando una conversión del 39% y un proforma de 47% ajustado por las indemnizaciones y linealizaciones de alquileres. El margen sobre ingresos reportado se incrementa +1,9 puntos alcanzado un 11,4% frente al 9,5% del 2015.

➤ **Resultado Neto positivo recurrente de €4,5M vs la pérdida de -€7,7M en el mismo periodo 2015, implicando una mejora de +€12,2M**. Incluyendo la actividad no recurrente por la venta de activos no estratégicos, el Beneficio Neto Reportado de los primeros 9 meses permite alcanzar €21,5M, frente a la pérdida de -€13,9M del mismo periodo de 2015.

Deuda Financiera y Liquidez

A 30/09/2016 Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	Calendario de vencimientos									
				2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Resto	
Deuda Senior													
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250.0	-	250.0	-	-	-	250.0	-	-	-	-	-	-
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2023)	285.0	-	285.0	-	-	-	-	-	-	-	-	285.0	-
Línea de Crédito Sindicada con Garantía (3+2 años)	250.0	250.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total deuda garantizada por el Colateral	785.0	250.0	535.0	0.0	0.0	0.0	250.0	0.0	0.0	0.0	0.0	285.0	0.0
Otra deuda con Garantía*	51.5	10.0	41.5	8.9	4.5	6.3	1.8	1.4	1.1	0.7	0.7	16.0	16.0
Total deuda con garantía	836.5	260.0	576.5	8.9	4.5	6.3	251.8	1.4	1.1	0.7	0.7	285.7	16.0
Bonos Convertibles con vencimiento 2018	250.0	-	250.0	-	-	250.0	-	-	-	-	-	-	-
Préstamos y créditos sin garantía **	77.2	40.8	36.5	4.2	30.3	1.1	0.6	0.3	-	-	-	-	-
Préstamos subordinados	40.0	-	40.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40.0
Total deuda sin garantía	367.2	40.8	326.5	4.2	30.3	251.1	0.6	0.3	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0
Total Deuda Bruta	1,203.7	300.8	903.0	13.1	34.8	257.4	252.4	1.6	1.1	0.7	0.7	285.7	56.0
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes *** (Caja)			(141.5)										
Deuda financiera neta			761.5										
Porción equity del bono convertible			(12.7)										
Gastos de formalización			(18.8)										
Intereses devengados no pagados			8.6										
Total deuda financiera neta ajustada			738.5										

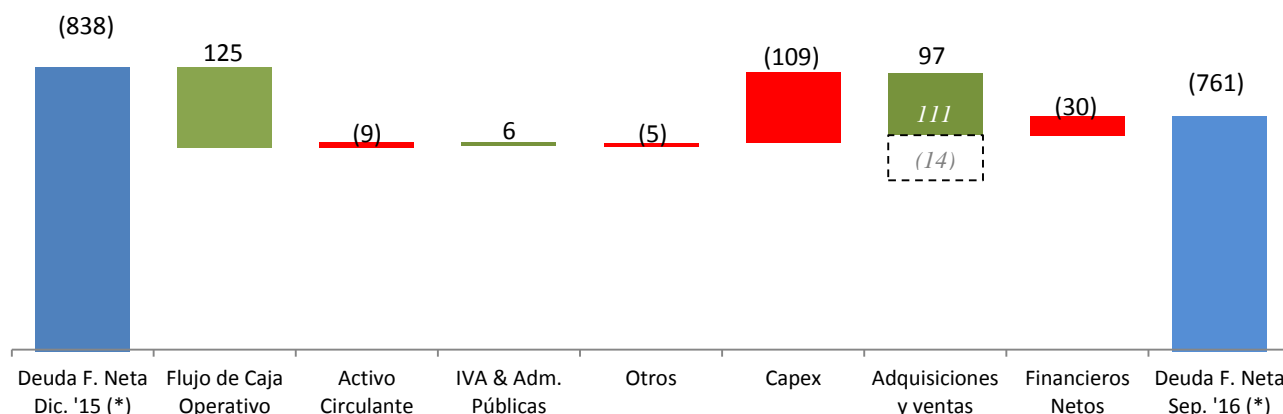
* Incluye préstamos hipotecarios bilaterales y una línea de crédito con garantía hipotecaria

** Incluye €24,9 millones de importe dispuesto de pólizas de crédito a renovar en el corto plazo y otros instrumentos de deuda con calendario de amortización

*** No incluye valor de mercado de 9,6M de acciones de autocartera, de las que 9M forman parte de un préstamo de valores en referencia al bono convertible, de las cuales 2,1M están dispuestas y 6,9M devueltas (9,6M acc. a €4,06 precio cierre a 30/09/16: €39,0M)

- El 29 de septiembre de 2016 se realizó una refinanciación mediante la emisión de Obligaciones Senior Garantizadas (Bono HY) de €285M con vencimiento en 2023 a un precio competitivo de 3,75%, con el objetivo de extender los vencimientos e incrementar la vida media, y la suscripción de una Línea de Crédito sindicada "RCF" a largo plazo (3 años, con renovación automática de 2 años más cuando se refinance el Bono HY que vence en 2019) de €250 millones, aumentando la liquidez del Grupo.
- Las agencias de Rating Standard & Poors y Fitch han mejorado el rating corporativo de NHH de "B-" a "B con perspectiva estable" en base a la mayor de la liquidez y la mejora operativa. Estas agencias también han mejorado la calificación del Bono HY 2019 a "BB-" y le han asignado esta misma calificación al nuevo Bono HY 2023. Moody's asignó un Rating corporativo B2 con perspectiva estable y Ba3 al nuevo Bono HY 2023.
- La deuda financiera neta alcanza los €761M a 30 de septiembre de 2016, una reducción de €76M respecto al 31 de Diciembre 2015, por la satisfactoria generación de caja operativa en el periodo, ya que el Capex invertido en los primeros 9 meses del año se financia casi en su totalidad con la venta de activos no estratégicos.
- A 30 de septiembre de 2016 la Compañía tenía €141,5M de tesorería y líneas de crédito disponibles por €300,8M de las que €250M corresponden a la línea de crédito sindicada firmada en septiembre 2016.
- Del objetivo de desinversión de €140M, a 30 de setiembre de 2016 se han materializado ventas de activos por importe de €125M, con entrada de caja por €111M en 2016 y €14M en 2017, alcanzando el 90% del objetivo (excluyendo Nueva York).
- Con todo ello se alcanza un ratio de Deuda Financiera Neta EBITDA recurrente de 4,3x en el los últimos 12 meses a 30 de septiembre 2016 vs 5,6x a 31 de diciembre 2015.

Evolución Deuda Financiera Neta en los primeros 9 meses de 2016



(*) Deuda Financiera Neta excluyendo ajustes contables por la parte del bono convertible tratado como Equity, gastos de formalización e intereses devengados. Incluyendo dichos ajustes contables la deuda neta ajustada sería de €809M a 31 de diciembre 2015 y alcanzaría €739M a 30 de septiembre de 2016.

Reducción de €76M en la Deuda Financiera Neta en los primeros nueve meses del año por la favorable generación de caja del período y por un capex financiado por las ventas de activos no estratégicos.

Generación de caja en los primeros nueve meses del año debido a:

- (+) Flujo de caja operativo +€125M incluyendo los -€10,6M de gasto financiero de tarjetas de crédito y los impuestos pagados por -€7,4M
- (-) Inversión en circulante: la normalización de pagos a proveedores vía confirming explica la inversión en el período. Reducción del periodo medio de cobro desde 36 días (diciembre 2015) a 27 días (septiembre 2016).
- (+) IVA y Administraciones Públicas: Devoluciones netas
- (-) Otros: principalmente autocartera y pago de indemnizaciones ordinarias del negocio
- (-) Inversiones en capex -€109M
- (+) Ventas de activos por importe de +€111,6M. Salidas de caja de -€10,3M (Put Donnafugatta) y -€4,1M (JV China) alcanzando un neto de +€97.2M

Nota aclaratoria (ver anexo 1 Cash Flow):

Para una mejor comprensión de los distintos epígrafes en la evolución de la Deuda Financiera Neta del gráfico, se definen a continuación las partidas correspondientes en el Estado de Flujos de Efectivo:

- Flujo de caja operativo: Resultado ajustado - gasto financiero tarjetas de crédito - impuestos pagados
- Variación de Activo Circulante: Var. Existencias + Var. Deudores comerciales + Var. Acreedores comerciales
- Otros: Var. Otros activos y pasivos corrientes excluyendo IVA y Adm. Públicas (i.e. Indemnizaciones no recurrentes, y pagos por cancelación de rentas), arrendamientos financieros y otros pasivos y diferencias netas de cambio
- Capex: Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias (incluye reposicionamiento, mantenimiento, básicos y experiencia, IT, y señalética)
- Adquisiciones y venta de activos: Inversiones financieras no corrientes + Desinversiones (cuando se trata de venta de activos, se incluye la caja neta)
- Financieros Netos: Intereses pagados por deudas (excluyendo gasto financiero tarjetas de crédito) + Ingreso financiero.

Anexo I: Cash Flow a 30 septiembre 2016

**ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO RESUMIDO CONSOLIDADO
GENERADOS EN LOS PERÍODOS DE NUEVE MESES TERMINADOS
EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2016 Y DE 2015**

(Miles de Euros)

	30.09.2016	30.09.2015
1. ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN		
Resultado consolidado antes de impuestos:	42.598	(14.712)
Ajustes al resultado:		
Amortizaciones de activos materiales e inmateriales (+)	81.259	72.720
Pérdidas por deterioro de activos (neto) (+/-)	338	3.165
Dotaciones a provisiones (neto) (+/-)	(4.210)	(14.455)
Ganancias/Pérdidas por venta de activo material e intangible (+/-)	(46.351)	1.750
Ganancias/Pérdidas de inversiones valoradas por el método de la participación (+/-)	22	(260)
Ingresos financieros (-)	(2.577)	(2.859)
Gastos financieros y variación de valor razonable en instrumentos financieros (+)	54.064	49.506
Diferencias netas de cambio (Ingresos / (Gastos))	1.932	(5.571)
Resultado por enajenación de inversiones financieras	(7.745)	(4.725)
Otras partidas no monetarias (+/-)	24.103	2.150
Resultado ajustado	143.433	86.709
Variación neta en los activos / pasivos:		
(Aumento)/Disminución de existencias	(299)	(148)
(Aumento)/Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	2.784	(47.383)
(Aumento)/Disminución de otros activos corrientes	12.425	(2.169)
Aumento/(Disminución) de acreedores comerciales	(18.027)	5.899
Aumento/(Disminución) de otros pasivos corrientes	(15.535)	4.655
Aumento/(Disminución) de provisiones para riesgos y gastos	(2.516)	(3.823)
(Aumento)/Disminución Activos no corrientes	17.850	(5.152)
Aumento/(Disminución) Pasivos no corrientes	166	
Impuestos sobre las ganancias pagados	(7.361)	(4.141)
Total flujos de efectivo netos de las actividades de explotación (I)	132.920	34.447
2. ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Ingresos financieros	1.587	2.863
Inversiones (-):		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(4.146)	-
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	(109.074)	(128.770)
Inversiones financieras no corrientes	-	(78.686)
	(113.220)	(207.456)
Desinversiones (+):		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	-	19.623
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	83.654	4.284
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	
Inversiones financieras no corrientes	9.563	
	93.217	23.907
Total flujos de efectivo netos de las actividades de inversión (II)	(18.416)	(180.686)
3. ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Dividendos pagados (-)	-	
Intereses pagados por deudas (-)	(37.391)	(37.508)
Variaciones en (+/-):		
- Autocartera	(2.422)	1.244
Instrumentos de pasivo:		
- Obligaciones y otros valores negociables +	285.000	
- Deudas con entidades de crédito (+)	29.897	118.170
- Deudas con entidades de crédito (-)	(327.499)	(94.788)
- Arrendamientos financieros	(941)	(140)
- Otros pasivos financieros (+/-)	2.955	(3.658)
Total flujos de efectivo netos de las actividades de financiación (III)	(50.401)	(16.680)
4. AUMENTO/ DISMINUCIÓN BRUTA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III)	64.103	(162.919)
5. Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalentes (IV)	(266)	3.816
6. Efecto de las variaciones al perímetro de consolidación (V)	-	6.405
7. AUMENTO/ DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III+IV+V)	63.837	(152.698)
8. Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio	77.699	200.103
9. Efectivo o equivalentes al final del ejercicio (7+8)	141.536	47.405

Anexo II: Variación del portfolio en el año & portfolio actual

Firmas y Aperturas

Hoteles Firmados desde el 1 de enero al 30 de Septiembre del 2016

Ciudad / País	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Monterrey / Mexico	Renta	150	Q2 2017
Venecia / Italia	Gestión	150	Q1 2018
Bariloche / Argentina	Gestión	95	Q2 2016
Toulouse / Francia	Renta	148	Q3 2018
Venecia / Italia	Renta	144	Q3 2017
Amberes / Bélgica	Renta	180	2018
Mexico DF / Mexico	Gestión	144	Q2 2018
Puebla / Mexico	Gestión	140	Q2 2017
Eindhoven/ Holanda	Renta	132	Q2 2017
Monterrey / Mexico	Renta	120	H1 2018
Leipzig / Germany	Renta	197	H2 2018
Santiago de Chile / Chile	Gestión	80	H1 2018
Mérida / Mexico	Renta	120	Q2 2018
		1,800	

Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 30 de Septiembre del 2016

Hoteles	Ciudad / País	Contrato	# Habitaciones
NH Suecia	Madrid, España	Renta	127
NH Collection Guadalajara Centro Hist.	Guadalajara, Mexico	Gestión	142
NH Collection Palazzo Cinquecento	Roma, Italia	Renta	177
NH Edelweiss	Bariloche, Argentina	Gestión	95
Total Nuevas Aperturas			541

Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero al 30 de Septiembre 2015

Hoteles	Ciudad / País	Mes	Contrato	# Habitaciones
NH Midas	Roma / Italia	abril	Renta	146
Hesperia Sabinal	Roquetas de Mar / España	mayo	Gestión	344
NH Alberto Aguilera	Madrid / España	julio	Renta	515
NH Argüelles	Madrid / España	julio	Renta	153
Total Salidas				1.158

HOTELES ABIERTOS DE NH HOTEL GROUP POR PAÍSES A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2016

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN	
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	136	16.867	2	77	9.183	11	1.816	41	5.277
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	3	278	-	2	171	-	-	1	107
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60
B.U. ITALIA	ITALIA	53	8.114	1	36	5.605	13	1.880	4	629
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.709	4	18	2.951	16	3.290	1	468
B.U. BENELUX	BELGICA	11	1.619	-	3	502	8	1.117	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	2	397	-	2	397	-	-	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	1	121	-	1	121	-	-	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	1	198	-	1	198	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	59	10.438	5	54	9.438	5	1.000	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.183	1	6	1.183	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	SUIZA	4	522	-	3	400	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	2	577	-	-	-	-	-	2	577
B.U. EUROPA CENTRAL	RUMANIA	2	161	-	1	83	-	-	1	78
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	1	160	-	1	160	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ESLOVAQUIA	1	117	-	-	-	-	-	1	117
B.U. EUROPA CENTRAL	POLONIA	1	93	-	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	12	2.012	-	4	581	4	685	4	746
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	15	2.144	-	-	-	12	1.524	3	620
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	5	2.001	-	-	-	-	-	5	2.001
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	4	1.186	-	-	-	-	-	4	1.186
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	15	1.700	-	15	1.700	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72
B.U. LAS AMERICAS	CUBA	1	220	-	-	-	-	-	1	220
B.U. LAS AMERICAS	ECUADOR	1	112	-	1	112	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	4	498	-	-	-	4	498	-	-
HOTELES ABIERTOS		380	58.085	14	226	32.933	75	12.188	70	12.158

PROYECTOS FIRMADOS DE NH HOTEL GROUP A 30 DE SEPTIEMBRE 2016

Después de las últimas negociaciones y tras la cancelación de proyectos firmados, el número de hoteles y habitaciones pendientes de apertura quedaría como sigue a continuación:

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO		PROPIEDAD		GESTIÓN	
		Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	1	-	1	94	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	3	600	3	600	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	1	144	1	144	-	-	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	3	498	2	348	-	-	1	150
B.U. BENELUX	BELGICA	1	180	1	180	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	2	317	2	317	-	-	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	2	782	2	782	-	-	-	-
B.U. BENELUX	UK	1	190	-	-	-	-	1	190
B.U. LAS AMERICAS	PERU	1	164	-	-	-	-	1	164
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	2	283	1	83	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	BRASIL	1	180	1	180	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	3	361	-	-	-	-	3	361
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	1	78	-	-	-	-	1	78
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	7	915	3	390	-	-	4	525
PROYECTOS FIRMADOS		29	4.692	17	3.118	1	200	11	1.468

Inversión comprometida correspondiente a los hoteles arriba detallados por año de ejecución:

	2016	2017	2018	2019
Inversión esperada (€ millones)	0,1	10,8	12,3	4,9

nH | HOTEL GROUP

nH
HOTELS


nH COLLECTION

nhow

Hesperia
RESORTS

www.nh-hotels.com

- Aumenta el **resultado neto** hasta los **€21,5M** en 9 meses, frente a **€13,9M** de pérdidas en 2015-

LA ESTRATEGIA DE NEGOCIO Y UNA MAYOR EFICIENCIA, APOYADA POR EL INCREMENTO DE LOS INGRESOS POR ENCIMA DEL MERCADO, PERMITE UN SÓLIDO CRECIMIENTO DEL BENEFICIO DE NH HOTEL GROUP

- La tendencia favorable en las principales Unidades de Negocio del Grupo impulsa una mejora de los ingresos del 6,7% hasta los €1.095,5 millones y el EBITDA, que aumenta un 27,3% hasta los €124,6 millones, refleja una mayor eficiencia en el margen operativo, mejorando 1,8 puntos porcentuales en el acumulado a septiembre
- Se confirma la tendencia de incremento de RevPAR (ingreso medio por habitación disponible) a 9 meses (+6,3%), impulsado casi en su totalidad por el crecimiento del precio medio (+5,2%), que particularmente tiene un comportamiento excelente en España (+15,9%) y Europa Central (+9,7%)
- Mejora sustancial del resultado neto en el tercer trimestre estanco, €8,3 millones más que en el mismo período del pasado año, y el beneficio neto a 9 meses aumenta hasta los €21,5 millones, frente a pérdidas de €13,9 millones en 2015
- El Grupo mejora su posición financiera reduciendo su ratio de apalancamiento a 4,3 veces en los últimos 12 meses (frente a 5,6 veces a 31 de diciembre de 2015), gracias a la disminución de €76 millones en su deuda financiera neta por la favorable generación de caja en el período
- La puesta en valor de la Compañía y la culminación con éxito del proceso de refinanciación del Grupo se ha reflejado recientemente en la mejora de las calificaciones crediticias corporativas asignadas por las principales agencias de rating en el período

Madrid, 15 de noviembre de 2016. NH Hotel Group ha presentado hoy sus resultados correspondientes al tercer trimestre de 2016, que confirman la continuidad de la positiva evolución experimentada durante la primera parte del año.

La buena tendencia en los principales mercados donde opera la Compañía, una evolución de sus ingresos superior a los competidores y una eficiente gestión del negocio, han sido las claves del sólido crecimiento de los resultados del Grupo acumulados a septiembre.

Para más información:

Datos del Departamento
T: +34 91 3960506
T: +34 91 4519718 (centralita)
comunicacion@nh-hotels.com
www.nh-hotels.com



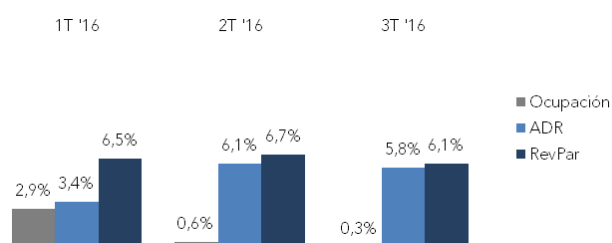
Evolución de los resultados a nueve meses de 2016

NH Hotel Group ha confirmado que continúa el **positivo crecimiento de los ingresos** que la Compañía viene reportando en los últimos ejercicios, con un aumento de los mismos del **6,7%** frente al mismo período del año anterior, a pesar de distintos factores externos coyunturales, como el efecto del cambio de divisa en algunos mercados o la demora en la recuperación de la plaza de Bruselas en Bélgica.

Así, el Grupo ha alcanzado unos ingresos totales de **€1.095,5 millones en nueve meses**, impulsados por el excelente comportamiento en el tercer trimestre de mercados como España (+13,8%) o Europa Central (+10,3%), ambos con crecimiento de doble dígito en ingresos en el trimestre. Por su parte, la unidad de negocio de Italia, particularmente afectada por la difícil comparativa del tercer trimestre debido a la celebración de la Exposición Universal de Milán el pasado año, compensa en el acumulado a nueve meses el descenso de este último período reportando una variación plana de los ingresos. Al mismo tiempo, Benelux consigue compensar la menor contribución de Bélgica con la favorable evolución de Holanda y, por último, América continúa reflejando una tendencia muy positiva en moneda local en todos los mercados (+30,7%), pero afectado negativamente por el cambio de divisa.

La **estrategia de gestión de precios** implementada en los nueve primeros meses del año ha permitido alcanzar un **aumento del ingreso medio por habitación disponible (RevPAR) del 6,3%**, fundamentalmente por un crecimiento de los precios del 5,2% y de la ocupación del 1,0%. Cabe señalar que en el tercer trimestre estanco aumenta el RevPAR un 6,1%, en un 95% vía incremento de precio medio (+5,8%), con un aumento plano de la ocupación del 0,3%. Nuevamente, la estrategia llevada a cabo ha permitido a **NH Hotel Group superar un trimestre más a sus competidores directos** en los principales destinos donde opera.

Evolución de los indicadores por trimestres



ADR: Precio medio
RevPAR: Ingresos por habitación disponible

Evolución frente a competidores en el trimestre

	ADR % var		"Relativo" ADR
	NH	Set competitivo	var
3T			
Total NHH	0,6%	-0,7%	1,3 p.p.
España	12,1%	6,1%	6,0 p.p.
Italia	-16,2%	-10,6%	-5,7 p.p.
Benelux	4,6%	-2,2%	6,8 p.p.
Europa Central	6,9%	3,5%	3,5 p.p.

Principales ciudades dónde se dispone de fuente de mercado
Fuente: STR/MKG/Fairmas (Crecimiento medio del set competitivo)

Acumulado a nueve meses, el **EBITDA del Grupo crece un 27,3% hasta los €124,6 millones**, reflejando una mayor eficiencia en el margen sobre ingresos, que mejora en +1,8 puntos porcentuales desde el 9,5% en 2015 hasta 11,4% en 2016. El tercer trimestre estanco muestra un crecimiento del 27,1% hasta los €51,5 millones, en línea con el incremento que la Compañía ha venido reportando trimestre a trimestre.

Para más información:

Datos del Departamento
T: +34 91 3960506
T: +34 91 4519718 (centralita)
comunicacion@nh-hotels.com
www.nh-hotels.com

Por su parte, el **beneficio neto** incluyendo la actividad no recurrente a nueve meses es de **€21,5 millones**, una mejora de €35,4 millones frente al año anterior, en el que la Compañía presentó pérdidas de €13,9 millones. Cabe señalar la positiva evolución del resultado neto recurrente en el tercer trimestre estanco por la mejora del negocio, período en el que la Compañía ha presentado un beneficio neto recurrente de €10,0 millones, 11,8 incluyendo la actividad no recurrente.

Cuenta de resultados

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG						
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.	9M 2016	9M 2015*	Var.
	M Eur.	M. Eur.	%	M Eur.	M. Eur.	%
TOTAL INGRESOS	380,5	361,8	5,2%	1.095,5	1.027,1	6,7%
BENEFICIO DE GESTIÓN	128,0	115,2	11,1%	354,6	318,4	11,3%
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	27,1%	124,6	97,9	27,3%
RESULTADO NETO incluyendo no-rec.	11,8	3,5	236,8%	21,5	(13,9)	254,9%

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

Mejora de la posición financiera del Grupo

La deuda financiera neta alcanza los €761 millones a 30 de septiembre de 2016, una reducción de €76 millones respecto a cierre del ejercicio 2015, por la satisfactoria generación de caja operativa en el período y debido a que la inversión de reposicionamiento realizada en nueve meses se ha financiado con la venta de activos no estratégicos. **La Compañía reduce así su ratio de apalancamiento a 4,3 veces** en los últimos 12 meses, frente a 5,6 veces a 31 de diciembre 2015.

Estatus del plan estratégico

Superado el ecuador del plan estratégico, **NH Hotel Group ha reposicionado totalmente 59 hoteles**, 4 adicionales están actualmente en ejecución y otros 3 comenzarán sus obras en los próximos meses. Adicionalmente, el Grupo ha llevado a cabo mejoras en los hoteles no reformados, mejorando la calidad de la oferta en gran parte del portfolio. Con más hoteles en buen estado y una cartera que crece progresivamente en el segmento superior con el lanzamiento de nuevos hoteles bajo la marca NH Collection, la Compañía continúa constatando una significativa mejora de la experiencia y la calidad percibida en los hoteles. A nivel Grupo, el 34% del portfolio está posicionado en el top 10 del destino cuando un cliente realiza la búsqueda en Trip Advisor (44% para los NH Collection) y el 52% en el top 30 (59% en NH Collection).

En lo que va de año, destaca el **despliegue internacional de la marca NH Collection** -la enseña de la Compañía para el segmento upper upscale- y su impacto sobre la imagen del Grupo y sobre el incremento del precio medio (ADR). En total, la Compañía cuenta ya con 67 hoteles de la marca en 13 países. Desde enero, cabe señalar el lanzamiento internacional de hoteles como NH Collection México City Reforma; NH Collection Berlín Friedrichstrasse; NH Collection Roma Palazzo Cinquecento; NH Collection Amsterdam Grand Hotel Krasnapolsky; NH Collection Amsterdam Doelen; NH Collection Barcelona Grand Hotel Calderón y NH Collection Madrid Suecia, entre otros.

Para más información:

Datos del Departamento
T: +34 91 3960506
T: +34 91 4519718 (centralita)
comunicacion@nh-hotels.com
www.nh-hotels.com



La **expansión** del Grupo en mercados estratégicos continúa **fortaleciendo la presencia en Europa e incrementando la cartera en Latinoamérica** (13 hoteles/1.800 habitaciones firmados entre enero y septiembre en destinos como Venecia, Toulouse, Amberes, Eindhoven, Monterrey, México DF y Santiago de Chile, entre otros). Todas las firmas se han llevado a cabo bajo fórmulas poco intensivas en capital como la gestión o el alquiler, lo que permite la financiación y el desarrollo de las operaciones sin necesidad de incrementar el endeudamiento del Grupo. Asimismo, durante este período la Compañía ha abierto 4 hoteles/541 habitaciones en Madrid, Guadalajara (México), Roma y Bariloche.

Por otra parte en el período se han materializado ventas de activos no estratégicos con entrada de caja por importe de €111 millones.

Culminación con éxito del proceso de refinanciación y mejora de calificaciones crediticias

La mejora operativa y financiera que NH Hotel Group viene reflejando ha permitido poner en valor la Compañía en su proceso de refinanciación, que ha culminado con éxito en el mes de septiembre mediante una emisión de bonos y una línea de crédito sindicada a largo plazo.

Así, el Grupo ha formalizado una emisión de bonos senior garantizados por importe de €285 millones con vencimiento en 2023, en condiciones más ventajosas que la última llevada a cabo por la Compañía, reduciendo el tipo de interés del 6,875% en 2013 al 3,75% de esta nueva emisión. De esta manera, la Compañía se adelanta a sus vencimientos de 2017 y 2018 y simplifica su estructura de capital, destinando el uso de los recursos obtenidos en esta emisión al repago de deuda bancaria.

Por otro lado, en el marco de la misma operación, el Grupo se ha dotado de mayor flexibilidad financiera incrementando su liquidez, mediante la suscripción de una línea de crédito sindicada por valor de €250 millones, con una duración de 3 años + 2 adicionales, estos últimos sujetos a la refinanciación del bono que la Compañía emitió en 2013 con vencimiento en 2019.

Esta puesta en valor de la Compañía se ha reflejado recientemente en la mejora de las calificaciones crediticias corporativas asignadas por las principales agencias de rating. En ambos casos, Standard & Poor's y Fitch mejoraron el rating a "B" con perspectiva estable, considerando que el Grupo continuará con su positiva evolución su operativa a la vez que seguirá mejorando su liquidez. A su vez, Moody's asignó un rating corporativo "B2", gracias a la favorable evolución del plan estratégico de la Compañía, la mejora de su liquidez y su enfoque en fórmulas menos intensivas en capital.

Evolución de la actividad hotelera comparable por mercados

(9 meses de 2016: Datos de hoteles comparables + hoteles en reforma)

España destaca por experimentar una muy favorable tendencia a lo largo del año, impulsada en el tercer trimestre por el buen comportamiento de Madrid y Barcelona (con crecimientos de RevPAR del 9,2% y 12,4% respectivamente), así como la excelente evolución en el caso de Valencia, con incrementos de RevPAR del 21,8%. El RevPAR de toda la unidad de negocio acumulado a nueve meses crece en términos comparables un 14,8%, con un crecimiento de los precios del 9,6% y de la ocupación del 4,7%. Los ingresos totales aumentan un 15,6% hasta los €266,4 millones frente al mismo período del año anterior y cabe significar que el EBITDA, por su parte, se incrementa en €12,5 millones.

Para más información:

Datos del Departamento

T: +34 91 3960506

T: +34 91 4519718 (centralita)

comunicacion@nh-hotels.com

www.nh-hotels.com



Italia Este mercado muestra un descenso de los ingresos por habitación disponible comparables (RevPAR) del -3,4%, debido a la ausencia en 2016 de la celebración de la Exposición Universal en Milán. Los ingresos totales de este mercado acumulados a nueve meses se mantienen planos respecto al mismo período del año anterior y alcanzan los €193,2 millones, debido al buen comportamiento de Roma y ciudades secundarias.

En la **unidad de negocio de Benelux**, si bien el impacto de la demora en la recuperación de la plaza de Bruselas por factores externos y coyunturales contribuye desfavorablemente a la comparativa frente al año anterior, la región presenta un crecimiento en RevPAR del 1,8% por la buena evolución de Ámsterdam y las reformas acometidas. Los ingresos totales acumulados a nueve meses se incrementan un 0,7% hasta los €219,9 millones.

Europa Central destaca por una magnífica evolución y refleja un aumento en el período de enero a septiembre del 9,9% en RevPAR, con un incremento de precios del 7,5% y un crecimiento de la ocupación del 2,3%. Los ingresos aumentan un 8,2%, hasta los €288,4 millones, en parte por el buen calendario de ferias al coincidir eventos bianuales y trianuales.

En la unidad de negocio de **América** continua una tendencia muy positiva en moneda local en todos los mercados pero afectada negativamente por el efecto del cambio de la divisa. Cabe destacar que dicho descenso de ingresos queda totalmente absorbido a nivel de EBITDA, que crece a nueve meses un 4,8%, gracias al plan de contención de costes en esta región y al excelente comportamiento del buque insignia de la compañía en México (NH Collection México City Reforma), recientemente remodelado integralmente.

Por regiones, México muestra en el tercer trimestre un crecimiento del RevPAR del 17,5% en moneda local, con una subida de precios del 17,3%. Por su parte, en Mercosur el RevPAR del último trimestre crece un 35,1% en moneda local, con incrementos de precios medios del 38,0%. Por último, Colombia tiene un crecimiento de ingresos del 7,8%, con un incremento del precio medio del 9,0%.

Sobre NH Hotel Group

NH Hotel Group (www.nh-hotels.com) es un consolidado operador multinacional y una de las compañías hoteleras urbanas de referencia a nivel mundial. La Compañía opera cerca de 400 hoteles y 60.000 habitaciones en 30 países de Europa, América, África y Asia, en destinos tales como Ámsterdam, Barcelona, Berlín, Bogotá, Bruselas, Buenos Aires, Düsseldorf, Frankfurt, Londres, Madrid, México DF, Milán, Múnich, Nueva York, Roma o Viena.

Departamento de Comunicación de NH Hotel Group

Tel: +34 91 396 0506

Tel: +34 91 451 9718 (centralita)

Email: communication@nh-hotels.com

Web corporativa: www.nhhotelgroup.com

Social Media :

www.nh-hotels.com/social-media

Twitter | LinkedIn | YouTube



Para más información:

Datos del Departamento

T: +34 91 3960506

T: +34 91 4519718 (centralita)

comunicacion@nh-hotels.com

www.nh-hotels.com



NH Hotel Group

9M 2016 Results Presentation Conference Call

Wednesday 16th of NOVEMBER 2016, 12.00pm (CET)

NH Hotel Group invites you to take part in a conference call to discuss its results presentation:

Speaker **Ms Beatriz Puente (CFO)**

Date **16/11/2016**

Time **12.00pm (CET)**

TELEPHONE NUMBER FOR THE CONFERENCE

Participant's access - 15/10 minutes before the conference starts

SPAIN

+34 91 114 00 97

PLAYBACK

Telephone number for the playback: **+34 91 789 63 20**

Conference reference: **304556#**

If you have any questions, please, do not hesitate to contact our Customer Service dialing **+34 91 353 24 00** or writing e-mail to servicioalcliente@arkadin.es