

De conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de Julio, del Mercado de Valores y normativa complementaria, NH Hotel Group, S.A. (en adelante, "**la Sociedad**") comunica el siguiente

### HECHO RELEVANTE

El Consejo de Administración en su reunión celebrada en el día de ayer ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del tercer trimestre del año 2015, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Se acompaña la Nota de Prensa y la Nota para Analistas elaboradas al respecto por la Sociedad.

En Madrid, a 12 de Noviembre de 2015.

Carlos Ulecia  
Secretario General

*- Resultados del tercer trimestre de NH Hotel Group -*

## **NH LOGRA RESULTADO NETO POSITIVO POR PRIMERA VEZ DESDE 2008**

- **La Compañía incrementa sus ingresos en el tercer trimestre un 8,3%, mejora su EBITDA un 25% y el beneficio neto recurrente alcanza los €4,4 millones, frente a pérdidas de €4,8 millones en el mismo período del año anterior**
- **El excelente comportamiento de la actividad hotelera en España, Italia y Benelux acelera la tendencia favorable, con un incremento de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) consolidados del 12,3%, mejorando la evolución del primer semestre en el que creció un 9,7%**
- **Incluyendo la contribución de Hoteles Royal, que consolida sus resultados desde marzo, los ingresos en este trimestre crecen un 12,8%, el EBITDA un 32,9% y el resultado neto recurrente alcanza los €4,8 millones**
- **Acumulado a nueve meses, los ingresos totales se incrementan un 10% hasta los €1.027,1 millones, el EBITDA crece un 46,7% y el resultado neto recurrente mejora un 74,5%**
- **Tras dos años de implementación del plan estratégico y los resultados obtenidos por las diferentes iniciativas llevadas a cabo, la Compañía mejora sus previsiones y apunta a un objetivo de EBITDA en el entorno de los €250 millones y una reducción del ratio de apalancamiento a niveles de entre 3,0-3,5 veces para 2017-2018**

**Madrid, 12 de noviembre de 2015.** NH Hotel Group ha presentado hoy sus resultados correspondientes al tercer trimestre de 2015, confirmando la favorable evolución experimentada durante todo el año. Esta tendencia positiva se ha visto acelerada en este último período, gracias a un mejor comportamiento de la actividad y al impacto de las iniciativas puestas en marcha en el marco del plan estratégico a cinco años del Grupo.

### **Evolución del tercer trimestre**

Excluyendo el efecto de la cadena colombiana Hoteles Royal, adquirida este año, NH incrementa los ingresos de julio a septiembre un 8,3%, hasta los 347,3 millones de euros, y experimenta un crecimiento de EBITDA del 25%, hasta los 38,2 millones de euros. Cabe destacar el comportamiento de las unidades de negocio de Italia, España y Benelux, con un incremento conjunto de 12 millones de euros al EBITDA del Grupo, un 55,4% más que el mismo período del pasado año.

Como consecuencia, el Grupo ha presentado por primera vez un resultado neto recurrente positivo en un tercer trimestre desde 2008, alcanzando los 4,4 millones de euros, frente a pérdidas de cerca de 5 millones de

*Para más información:*

**Datos del Departamento**  
T: +34 91 4519762  
T: +34 91 4519718 (centralita)  
comunicacion@nh-hotels.com  
www.nh-hotels.com



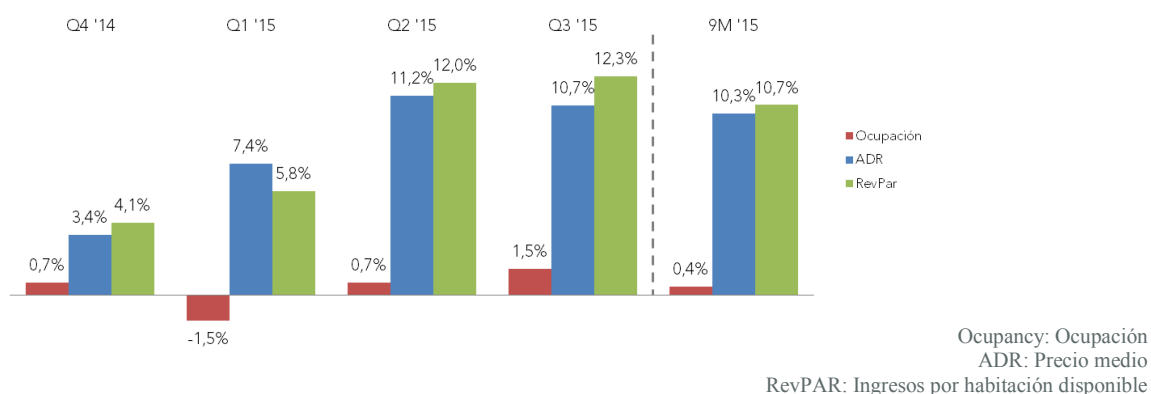
euros en el mismo período del ejercicio anterior. Incluyendo la actividad no recurrente, la Compañía alcanza un beneficio neto de €3,6 millones.

El reposicionamiento y las mejoras realizadas por la Compañía en el marco de su **plan estratégico a cinco años** continúan mostrando su potencial tanto en resultados, con incrementos en precios, como en la calidad ofrecida.

El reposicionamiento de los hoteles (31 completados a final del tercer trimestre, 17 adicionales en ejecución y otros 14 previstos para iniciar obras entre el último trimestre del año y el primero de 2016); el desarrollo de la nueva marca NH Collection (48 hoteles actualmente y 14 más previstos para final de 2015); el refuerzo en el posicionamiento del segmento *Meeting & Events* (reuniones y eventos), con especial énfasis en los sistemas tecnológicos como la telepresencia holográfica 3D y los sistemas de colaboración interactiva; así como los esfuerzos en comunicación y marketing encaminados a incrementar la visibilidad y fidelización del Grupo (campañas, nueva web y renovado programa de fidelización NH Rewards), están permitiendo alcanzar altos niveles de satisfacción en los consumidores y como consecuencia generar incrementos consecutivos trimestre a trimestre en los ingresos por habitación disponible (RevPAR).

Durante estos tres meses, **los ingresos por habitación disponible (RevPAR) consolidados crecen un 12,3%**, mejorando la tendencia alcanzada en el primer semestre, en el que este indicador creció un 9,7%. Esta positiva evolución permite al Grupo anticipar que está en condiciones de alcanzar el rango alto del objetivo para el total del año, situado en un crecimiento anual de RevPAR del 10%. Como en trimestres anteriores, el incremento de precios, un 10,7% para este período, ha tenido mayor peso en la composición del RevPAR, representando el 87% de su crecimiento. Por su parte, la ocupación del Grupo se incrementó un 1,5% en el trimestre, destacando el crecimiento del 8% en España, por el buen comportamiento de Sevilla y ciudades secundarias, del 7,4% en Italia, por la Expo de Milán, y del 4,9% en Benelux, por un mejor comportamiento de los centros de conferencia. Estos mercados han compensado sobradamente el descenso en la ocupación en Europa Central, afectada por una menor afluencia de visitantes a ferias y por ser un trimestre de baja actividad, así como en Latinoamérica, a causa de la estrategia para incrementar precios en Mercosur y debido a la depreciación de la moneda de Brasil, principal mercado emisor.

### Principales indicadores consolidados de la actividad hotelera de NH Hotel Group por trimestres:



Para más información:

Datos del Departamento  
T: +34 91 4519762  
T: +34 91 4519718 (centralita)  
comunicacion@nh-hotels.com  
www.nh-hotels.com



En este tercer trimestre, Hoteles Royal ha contribuido con unos ingresos de €14,5 millones, un EBITDA de €2,4 millones y un resultado neto recurrente de €0,4 millones. Incluyendo la aportación de Hoteles Royal, que consolida sus resultados desde marzo, los ingresos recurrentes del Grupo en este tercer trimestre crecen un 12,8% hasta los €361,8 millones, el EBITDA alcanza los 40,6 millones, un 32,9% más, y el resultado neto recurrente alcanza los €4,8 millones, frente a pérdidas de €4,8 millones del año anterior.

### Resultados acumulados a nueve meses de 2015

Los **ingresos** recurrentes acumulados durante los nueve primeros meses del año **crecen un 9,9% hasta los 1.027,1 millones de euros**, incluidas las ventas del Grupo Royal (€991,1M excluyéndolos). Por su parte, el **EBITDA recurrente mejora un 46,7% hasta los 97,9 millones de euros** (€93,2M excluido Hoteles Royal). Por último, el **resultado neto recurrente acumulado a nueve meses mejora un 74,5%**.

### Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada de NH Hotel Group:

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG									
(millones de €)	NH 3 <sup>er</sup> TRIMESTRE (Excluido Hoteles Royal)			NH 3 <sup>er</sup> TRIMESTRE (Incluido Hoteles Royal)			NH TOTAL 9 MESES*		
	3T 2015	3T 2014	2015/2014	3T 2015	3T 2014	2015/2014	9M 2015	9M 2014	2015/2014
	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	M. Eur.	Var. %
<b>TOTAL INGRESOS</b>	347,3	320,6	8,3%	361,8	320,6	12,8%	1.027,1	934,8	9,9%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	110,5	100,7	9,7%	115,2	100,7	14,4%	318,4	279,0	14,1%
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	38,2	30,6	24,9%	40,6	30,6	32,9%	97,9	66,7	46,7%
<b>EBITDA CON ONEROSOS</b>	40,6	33,5	21,0%	43,0	33,5	28,3%	105,5	79,3	33,1%
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	4,4	(4,8)	191,5%	4,8	(4,8)	200,2%	(7,7)	(30,2)	74,5%
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	3,6	0,4	861,3%	3,5	0,4	858,6%	(13,9)	(42,4)	67,2%

\* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

### Perspectivas para cierre de 2015

A nivel de ingresos por habitación disponible (RevPAR), y tras el buen comportamiento del tercer trimestre, la estimación para el cierre del año es de un crecimiento de este indicador en el entorno del 10%. Los ingresos totales previstos para el año se mantienen respecto a la estimación inicial por un mayor inventario de habitaciones en reforma y por una evolución plana de los otros ingresos (externalizaciones de centros de restauración, cambios de segmentación). Debido a los factores comentados anteriormente, la Compañía mantiene el objetivo de crecimiento para el año de un 25% a nivel de EBITDA después de onerosos.

### Expansión: La Compañía duplica su ritmo de crecimiento

De enero a septiembre de 2015, la Compañía ha firmado 11 hoteles con 1.793 habitaciones, más del doble que el pasado año completo. Los nuevos hoteles se ubicarán en Europa (3 en Italia, 1 en Austria, 1 en Bélgica, 1 en Holanda y 1 en España) y Latinoamérica (1 en Argentina, 1 en Chile, 1 en México y 1 en Panamá).

Para más información:

Datos del Departamento  
T: +34 91 4519762  
T: +34 91 4519718 (centralita)  
comunicacion@nh-hotels.com  
www.nh-hotels.com



Durante este período, el Grupo ha abierto 25 hoteles con 2.575 habitaciones, mediante la adquisición de Hoteles Royal y el crecimiento orgánico de la Compañía. Hoteles Royal ha permitido consolidar una importante presencia en Colombia, Chile y Ecuador con la incorporación de 20 hoteles. El resto de aperturas en los tres primeros trimestres corresponde a 5 hoteles abiertos en Italia (3 hoteles), Bélgica y Portugal, además de la gestión de un centro de formación del banco BBVA en Madrid, España.

### Actualización Plan Estratégico 2013- 2018

Tras dos años de ejecución del plan lanzado a finales de 2013 y los resultados obtenidos por las diferentes iniciativas, la visión actualizada permite apuntar a niveles superiores de EBITDA en el entorno de los €250M y a reducir el ratio de apalancamiento a niveles entre 3,0-3,5 veces en el horizonte del plan estratégico (2017-2018):

	EBITDA	DFN/EBITDA
Plan Original	€200M	3,0 - 4,0x
Revisión del Plan 2015	€250M	3,0 -3,5x

- Venta de activos:

Adicionalmente a la venta de activos no estratégicos incluidos en el plan a 5 años (9 hoteles / aprox. €45M de caja neta) se han incluido otras desinversiones (aprox. €60-100M de caja neta) dentro de la estrategia de rotación de activos de la compañía en determinadas plazas para los próximos 18 meses, con un impacto limitado en EBITDA de aproximadamente 5-7 millones de euros en base anual.

### Evolución de la actividad hotelera comparable por mercados

*(3<sup>er</sup> Trimestre 2015: Datos de hoteles comparables + hoteles en reforma)*

**España** experimenta una evolución favorable con un crecimiento de RevPAR en el tercer trimestre del 14,2%, respecto al mismo período del año anterior. La evolución de este trimestre se explica por el crecimiento del nivel de precios y ocupación del 6,1% y 7,6% respectivamente, destacando el excelente comportamiento de Sevilla y ciudades secundarias en estos tres meses. Las perspectivas para el cuarto trimestre son positivas manteniendo como objetivo un crecimiento del RevPAR de dos dígitos, en línea con el tercer trimestre.

**Italia** es el mercado con mejor evolución del Grupo en ingresos por habitación disponible, con un crecimiento del 29,2% de julio a septiembre. En este período se constatan aumentos de precio medio del 19% y de la ocupación 8,6%. Destaca el comportamiento de Milán, principalmente por la celebración de la Exposición Universal de Milán, donde la Compañía opera 12 hoteles y 2.222 habitaciones. Las perspectivas para el cuarto trimestre son buenas con un objetivo de crecimiento del RevPar de dos dígitos, a pesar de la finalización de la Expo a finales de octubre.

Para más información:

Datos del Departamento  
T: +34 91 4519762  
T: +34 91 4519718 (centralita)  
comunicacion@nh-hotels.com  
www.nh-hotels.com



**La unidad de negocio de Benelux** ha experimentado un crecimiento del 14,1% de RevPAR, explicado por un buen comportamiento de los precios medios, que aumentan un 9,5%. Cabe señalar la buena evolución de las ciudades de Ámsterdam y Bruselas. Se espera un crecimiento de RevPAR inferior en el cuarto trimestre debido fundamentalmente a las reformas programadas.

**Europa Central** refleja un descenso del 1,5% en RevPAR en este trimestre, motivado por una menor afluencia de visitantes al Oktoberfest en Munich y a la feria IAA en Frankfurt, el cambio en la segmentación hacia tarifas más rentables, que demostrarán todo su potencial en períodos de alta demanda, y al iniciarse el reposicionamiento de marca y producto más tarde, del que se beneficiará la Unidad de Negocio próximamente. Se espera una evolución positiva a partir del último trimestre.

**La unidad de negocio de América** presenta un incremento de RevPAR para toda la región en el tercer trimestre del 7,8%, explicado fundamentalmente por un importante aumento de precio del 16,4%. Para el último trimestre del año se espera un crecimiento del RevPAR en línea con los resultados registrados durante todo el ejercicio.

## Sobre NH Hotel Group

NH Hotel Group ([www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com)) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. La Compañía opera cerca de 400 hoteles con casi 60.000 habitaciones en 29 países en Europa, América y África y 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: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: [comunicacion@nh-hotels.com](mailto:comunicacion@nh-hotels.com)

Web corporativa: <http://corporate.nh-hotels.com/es/inicio>



*Para más información:*

#### Datos del Departamento

T: +34 91 4519762

T: +34 91 4519718 (centralita)

[comunicacion@nh-hotels.com](mailto:comunicacion@nh-hotels.com)

[www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com)



**AVANCE DE VENTAS  
Y RESULTADOS TERCER TRIMESTRE 2015**  
12 de Noviembre de 2015



**nh** | HOTEL GROUP

**nh**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

**Principales Magnitudes 3T2015 vs. 3T2014 (excluyendo Hoteles Royal)**

- **Incremento del RevPar consolidado del +12,3% en el 3T, mejorando la tendencia del primer semestre (+9,7%), permitiendo alcanzar el rango alto del objetivo para el año (+10%). El crecimiento de los precios de +10,7% representa el 87% del crecimiento del RevPar del trimestre.**
- **Incremento en ocupación del +1,5% en el 3T** con un crecimiento en **España del +8,0%**, principalmente por el buen comportamiento de Sevilla y ciudades secundarias, en **Italia del +7,4%**, por la Expo de Milán, y en **Benelux del +4,9%**, por un mejor comportamiento de los centros de conferencia, compensando las caídas en Europa Central del -6,8% por la liberación de inventarios (impacto positivo en el 4T) y una menor afluencia de visitantes a ferias, y en Latinoamérica del -7,5%, donde la depreciación de la moneda en Brasil afecta negativamente a los países de la zona de Mercosur.
- **Los ingresos mejoran un +8,3%**, alcanzando los €347,3M. La diferencia con el incremento de +12,3% de RevPar se explica por un crecimiento del 3,4% del resto de los ingresos que representan el 29% de los ingresos totales del Grupo, por la **externalización de centros de restauración (-€0,6M)**, por el **cambio de segmentación** (120.000 habitaciones liberadas en el trimestre, principalmente en Benelux y Europa Central, de tarifas poco rentables que incluían desayunos y media pensión en algunos casos) y a las **66.000 habitaciones menos en el trimestre por reformas (-€3,3M de ingresos)**. **Con todo ello los ingresos hubiesen crecido un +9,6% alcanzando €+351,5M (€+30,9M).**
- **Evolución de gastos afectado por incremento de actividad, inversión en marketing y sistemas previstos en el plan estratégico.** Los gastos de personal sin incremento de actividad hubiesen subido un +2,8% (en línea con el primer semestre del año +3,3%). Incluyendo el incremento de actividad del periodo el crecimiento reportado es del +6,3%. Los otros gastos operativos se incrementan un +4,0% y unido al incremento de comisiones (+€2,2M) asociado al crecimiento de ventas, y al incremento de gasto en Marketing (+€2,3M) y sistemas (€0,8M), lleva a un crecimiento reportado del +9,2%.
- En el tercer trimestre el **EBITDA alcanza los €38,2M (+24,9%)**. Es destacable el **comportamiento de las unidades de negocio de Italia, España y Benelux**, con un incremento conjunto de €12,0M (+55,4%). Alemania se ve afectada negativamente por un cambio en la ejecución de las reformas (impacto de -€3,2M). **El ratio de conversión de ingresos a GOP en el trimestre sería de un 52% y de un 45% a nivel de EBITDA antes de onerosos**, excluyendo el impacto de reformas en Alemania y el incremento de gasto de Marketing y plan de sistemas.
- **NH obtiene resultado neto recurrente positivo en el tercer trimestre del año, por primera vez desde el año 2008.** Dicho importe alcanza los €4,4M e incluyendo la actividad no recurrente, el beneficio neto es de €3,6M frente a los €0,4M en el mismo trimestre de 2014.
- **La deuda financiera neta alcanza los €840,7M a 30 de Septiembre de 2015 (incluyendo Hoteles Royal)**, debido a la concentración de pagos en el calendario de ejecución del capex y a la inversión en circulante realizad. La generación de caja del trimestre **permite compensar en parte el desembolso del Capex de €47,4M** en este mismo periodo, incrementándose la deuda en el periodo en €24,5M.
- **Perspectivas 2015:** A nivel de **RevPar**, y tras el buen comportamiento del 3T, la estimación para el año se mantiene en el **rango alto del crecimiento esperado (+10%)**. Los ingresos se mantienen respecto a la estimación inicial por un crecimiento inferior de los otros ingresos, por el cambio de segmentación, un menor inventario de habitaciones (reformas y salidas) y por las externalizaciones de restaurantes. A nivel de **EBITDA después de onerosos** se mantiene el objetivo del **+25%**, incluyendo la incorporación de Hoteles Royal desde el mes de marzo. Dicho incremento antes de considerar la reversión de onerosos sería del +35%.



**Actualización Plan Estratégico 2013- 2018**

Tras 2 años de ejecución del plan lanzado a finales de 2013 y los resultados obtenidos por las diferentes iniciativas, la visión actualizada permite apuntar a niveles superiores de EBITDA en el entorno de los €250M y reducir el apalancamiento a niveles entre 3,0-3,5x en el horizonte del plan estratégico (2017-2018):

	EBITDA	DFN/EBITDA
Plan Original	€200M	3,0 - 4,0x
<b>Revisión del Plan 2015</b>	<b>€250M</b>	<b>3,0 -3,5x</b>

• **Venta de activos:**

Adicionalmente a la venta de activos no estratégicos incluidos del plan a 5 años (9 hoteles / aprox. €45M de caja neta / impacto anual en EBITDA €4M) **se han incluido otras desinversiones (aprox. €60-100M de caja neta)** dentro de la estrategia de rotación de activos de la compañía en determinadas plazas para los próximos 18 meses, con un impacto limitado en EBITDA aprox. €5-7M en base anual).

**Status Plan Estratégico 2013- 2018**

• **Plan de Reposicionamiento:**

Para una mejor visibilidad en el desembolso del capex de reposicionamiento se muestra a continuación el criterio caja (desembolso estimado para el periodo):

	2014	2015	2016	2017	Total
# Hoteles reformados	8	32	22	4	66
<b>Inversión €M (NH)*</b>	<b>52</b>	<b>83</b>	<b>61</b>	<b>41</b>	<b>237</b>
# Hoteles con reformas menores	23	20	-	-	43

\*No incluye IVA

Reposicionamiento Octubre 2015 (# hoteles)



Desde el inicio del plan hasta octubre del 2015 se ha completado la reforma de 31 hoteles. El **incremento promedio del RevPar** de los primeros nueve meses de 2015 comparado con el mismo periodo de 2013 (2014 año de reforma) **es del +20,8%**. Los hoteles recogidos en esta muestra son: NH Collection Eurobuilding, NH Collection Abascal, NH Alonso Martínez, NH Collection Aránzazu, NH Turcosa, NH Collection Gran Hotel, NH Berlin Mitte, NH München Messe, NH München-Dornach, NH Danube City, NH Collection Palazzo Barocci y NH Firenze.

**Avance Ventas y Resultados Tercer Trimestre 2015**

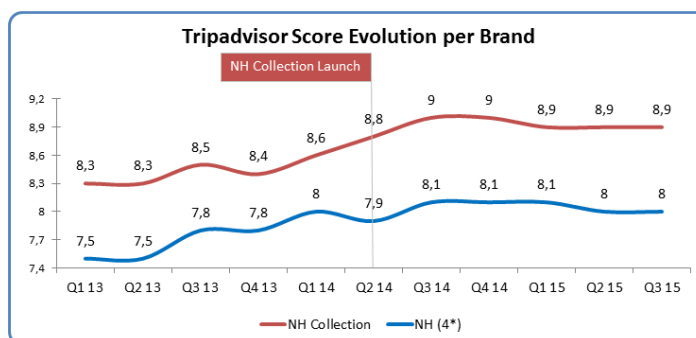
Madrid, 12 de Noviembre 2015

Adicionalmente la compañía va a invertir en 2015 un total de €45M de capex de mantenimiento, €26M de básicos y €16M dentro de plan de IT (no incluidos en el reposicionamiento).

A nivel de señalética, están completados 179 hoteles y se confirma el objetivo de llevar a cabo el cambio en los 189 hoteles planificados para finales de 2015, además se añaden 91 hoteles en 2016 invirtiendo un total en 2015 de €6M. También se ha completado el cambio de señalética de los 19 hoteles de Royal.

- **Marca:** NH Collection cuenta, con 48 hoteles a finales de Septiembre (12% de las habitaciones del portfolio) y 62 hoteles a finales de 2015. Continúa mostrando su potencial tanto en precios como en calidad (con mejoras también en hoteles no reformados):

Incremento ADR 2015	1T	2T	3T
<b>NH Collection</b>	11,9%	18,5%	14,9%
<b>NH 4*</b>	5,9%	9,3%	10,0%



En este tercer trimestre se mantiene la nota media en TripAdvisor y se observa que los clientes asimilan las subidas de precio. A nivel grupo el 26% del portfolio está en el top 10 de la ciudad (45% para los NH Collection) y 48% en el top 30. Por otra parte, NH Rewards supera a finales de junio los 5,0 millones de socios.

- **Pricing & Revenue Management:** La implementación de la indexación de los hoteles en los top 20 destinos y la redefinición de nuestro set competitivo han sido completadas. **En este sentido, la evolución del ADR en el 3T en nuestras top ciudades es del 10,7% frente al 6,6% de nuestros competidores directos, lo que implica un incremento de 4,1pp en nuestros precios relativos (ARI).** Dicho incremento se explica en parte por el **cambio de segmentación**, que afecta principalmente a Benelux y Europa Central, que ha supuesto la liberación de 120.000 habitaciones de **TTOO, grupos y tripulaciones** en el trimestre (300.000 en el año). Esta estrategia hacia tarifas más rentables crea una segmentación más eficiente con especial impacto en meses de alta actividad.

ARI NH vs Comp. Set*	1T	2T	3T
España	+5,5pp	+6,6pp	+1,8pp
Benelux	+2,8pp	+4,2pp	+4,8pp
Europa Central	+3,7pp	+3,8pp	+4,5pp
Italia	+11,4pp	+8,1pp	+5,1pp
<b>Total</b>	<b>+5,9pp</b>	<b>+5,7pp</b>	<b>+4,1pp</b>

\*128 hoteles de NH vs competidores directos

- **Optimización del portfolio:** De los 15 hoteles de los que se preveía salir por carecer de encaje estratégico / rentabilidad se han salido de 7, renegociado 5 y quedan pendientes otros 3 antes de fin de año.

Durante los nueve meses de 2015 se han firmado 11 nuevos proyectos con 1.793 habitaciones, de los cuales 4 son contratos de gestión y 7 de alquiler (4 con componente variable).

- **Rentas:** A septiembre de 2015 se ha alcanzado el 78% del objetivo marcado para el año, con un ahorro anualizado de €5,5M, de los cuales el 65% tienen carácter indefinido.

**Evolución RevPar del Tercer Trimestre**

*Nota: El criterio "Like for Like más Reformas" (LFL&R) incluye los hoteles reformados en 2014 y 2015, 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 2015/14**

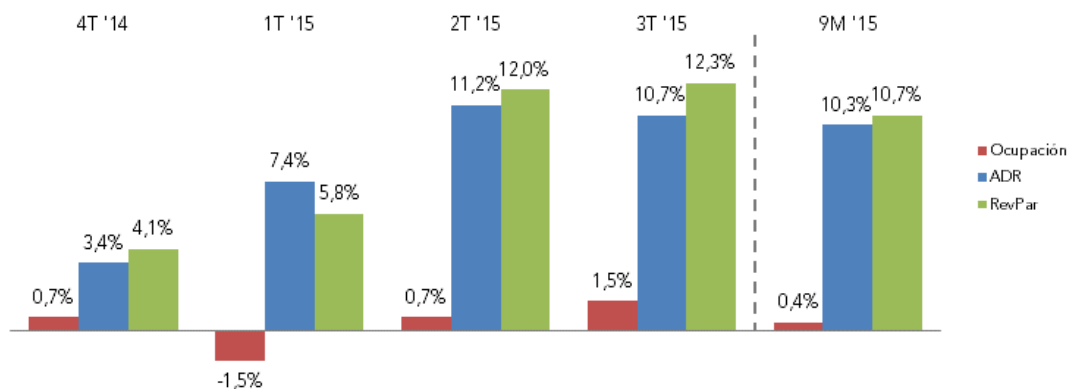
	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2015	2014	2015	2014	% Var	2015	2014	% Var	2015	2014	% Var
<b>España &amp; Portugal LFL &amp; R</b>	<b>11.269</b>	<b>11.483</b>	<b>71,0%</b>	<b>66,0%</b>	<b>7,6%</b>	<b>75,9</b>	<b>71,5</b>	<b>6,1%</b>	<b>53,9</b>	<b>47,2</b>	<b>14,2%</b>
B.U. España Consolidado	11.356	11.940	70,9%	65,6%	8,0%	75,8	71,3	6,3%	53,7	46,8	14,9%
<b>Italia LFL &amp; R</b>	<b>7.211</b>	<b>7.190</b>	<b>75,0%</b>	<b>69,1%</b>	<b>8,6%</b>	<b>112,1</b>	<b>94,2</b>	<b>19,0%</b>	<b>84,1</b>	<b>65,1</b>	<b>29,2%</b>
B.U. Italia Consolidado	7.331	7.230	74,8%	69,6%	7,4%	111,6	93,8	19,0%	83,5	65,4	27,7%
<b>Benelux LFL &amp; R</b>	<b>8.245</b>	<b>8.384</b>	<b>76,4%</b>	<b>73,3%</b>	<b>4,2%</b>	<b>90,5</b>	<b>82,7</b>	<b>9,5%</b>	<b>69,2</b>	<b>60,6</b>	<b>14,1%</b>
B.U. Benelux Consolidado	8.310	8.428	76,5%	73,0%	4,9%	90,7	82,7	9,7%	69,4	60,3	15,0%
<b>Europa Central LFL &amp; R</b>	<b>12.255</b>	<b>12.627</b>	<b>73,3%</b>	<b>78,7%</b>	<b>-6,8%</b>	<b>80,4</b>	<b>76,0</b>	<b>5,8%</b>	<b>59,0</b>	<b>59,8</b>	<b>-1,5%</b>
Europa Central Consolidad	12.255	12.627	73,3%	78,7%	-6,8%	80,4	76,0	5,8%	59,0	59,8	-1,5%
<b>Total Europa LFL &amp; R</b>	<b>38.980</b>	<b>39.684</b>	<b>73,6%</b>	<b>72,2%</b>	<b>2,0%</b>	<b>87,4</b>	<b>79,4</b>	<b>10,0%</b>	<b>64,3</b>	<b>57,3</b>	<b>12,2%</b>
Total Europa Consolidado	39.252	40.225	73,6%	72,0%	2,2%	87,3	79,3	10,2%	64,2	57,0	12,6%
<b>Latinoamerica LFL &amp; R</b>	<b>3.044</b>	<b>3.043</b>	<b>67,4%</b>	<b>72,7%</b>	<b>-7,4%</b>	<b>70,7</b>	<b>60,7</b>	<b>16,4%</b>	<b>47,6</b>	<b>44,1</b>	<b>7,8%</b>
Latinoamerica Consolidado	3.044	3.180	67,4%	72,8%	-7,5%	70,7	60,7	16,4%	47,6	44,2	7,7%
<b>NH Hoteles LFL &amp; R</b>	<b>42.024</b>	<b>42.727</b>	<b>73,2%</b>	<b>72,2%</b>	<b>1,3%</b>	<b>86,2</b>	<b>78,1</b>	<b>10,5%</b>	<b>63,1</b>	<b>56,4</b>	<b>11,9%</b>
Total NH Consolidado	42.296	43.405	73,1%	72,0%	1,5%	86,2	77,9	10,7%	63,0	56,1	12,3%

- La evolución del **RevPar Consolidado** en el 3T **(+12,3%)** muestra una mejora con respecto a la tendencia positiva registrada durante el primer semestre del año (+9,7%). En su composición, como en trimestres anteriores, el incremento de precios (+10,7%) tiene mayor peso, representando el 87% del crecimiento del RevPar.
- A nivel de **LFL&R** el RevPar en el tercer trimestre crece un **+11,9%**. Destaca la BU de Italia con un 29,2% en el 3T, y la BU de Benelux, que pasa de un +7,2% en el 2T a un +14,1% en el 3T, con un incremento del +9,5% en el nivel de precios. La BU de España mantiene un comportamiento positivo con un +14,2% en el 3T con un incremento de precios de +6,1% y un incremento de ocupación de +7,6%.
- **Sin incluir las reformas**, el crecimiento del RevPar LFL en el trimestre ha sido del **+12,0%**, con un crecimiento de precios del +10,8%, representando el 90% del crecimiento del RevPar. El mayor nivel de actividad del trimestre se refleja en un crecimiento de la ocupación de +1,1%.
- Incremento de la ocupación del grupo de +1,5% en el trimestre. Crecimiento en España del +8,0% por el buen comportamiento de Sevilla y ciudades secundarias en el trimestre, en Italia del +7,4% por la Expo de Milán, y en Benelux del +4,9% por un mejor comportamiento de los centros de conferencia.
- En Europa Central, el descenso de ocupación del -6,8% se debe a una menor afluencia de visitantes en ferias y al cambio de segmentación que no se ha podido compensar por ser un trimestre de baja actividad y por un posicionamiento de marca inferior, comparado con otras unidades de negocio, por haber iniciado el reposicionamiento de marca y producto más tarde. Dicha liberación de inventarios ya está generando resultados positivo en el 4T.
- En Latinoamérica la menor ocupación (-7,5%) se produce en Mercosur (Argentina, Chile y Uruguay) por la estrategia de pricing, que ha supuesto incremento de ADR, y por la depreciación de la moneda en Brasil, principal mercado emisor.

Avance Ventas y Resultados Tercer Trimestre 2015

Madrid, 12 de Noviembre 2015

Evolución RevPar por trimestres Ratios Consolidados 4T 2014 – 3T 2015:



Evolución por Trimestre y Unidad de Negocio

Ratios Consolidados % Var	Ocupación				ADR				RevPar			
	4T '14	1T '15	2T '15	3T '15	4T '14	1T '15	2T '15	3T '15	4T '14	1T '15	2T '15	3T '15
España	2,1%	-1,0%	6,1%	8,0%	5,8%	8,6%	12,0%	6,3%	8,1%	7,6%	18,8%	14,9%
Italia	3,4%	-1,5%	0,5%	7,4%	5,3%	8,3%	17,8%	19,0%	8,9%	6,6%	18,5%	27,7%
Benelux	-2,2%	-1,7%	0,9%	4,9%	3,9%	4,2%	7,2%	9,7%	1,6%	2,4%	8,2%	15,0%
Europa Central	0,4%	-2,0%	-3,5%	-6,8%	0,1%	5,1%	6,2%	5,8%	0,5%	3,0%	2,4%	-1,5%
TOTAL EUROPA	0,9%	-1,5%	0,8%	2,2%	3,4%	6,7%	10,6%	10,2%	4,4%	5,0%	11,5%	12,6%
Latinoamérica tc real	-1,7%	-0,4%	-2,0%	-7,5%	2,1%	18,1%	22,2%	16,4%	0,3%	17,6%	19,7%	7,7%
NH HOTELES	0,7%	-1,5%	0,7%	1,5%	3,4%	7,4%	11,2%	10,7%	4,1%	5,8%	12,0%	12,3%

Evolución Enero-Septiembre 2015 vs. Enero-Septiembre 2014

- Acumulado a 9 meses, el RevPar Consolidado se incrementa +10,7%, con un mayor nivel de precios del +10,3% y un incremento de la ocupación de +0,4%. Sin incluir las reformas, el RevPar LFL crece un +9,6%, con un 96% explicado por la subida de precios del +9,2%.

NH HOTEL GROUP REVPAR 9 MONTHS 2015/14

	AVERAGE ROOMS		OCCUPANCY			ADR			REVPAR		
	2015	2014	2015	2014	% Var	2015	2014	% Var	2015	2014	% Var
Spain & Portugal LFL & R	11.202	11.480	67,6%	64,7%	4,6%	76,1	69,8	9,0%	51,5	45,1	14,0%
B.U. Spain Consolidated	11.377	12.033	67,5%	64,1%	5,2%	75,8	69,3	9,3%	51,1	44,4	15,1%
Italy LFL & R	7.211	7.178	67,6%	65,7%	2,9%	111,3	95,8	16,1%	75,2	62,9	19,5%
B.U. Italy Consolidated	7.373	7.218	67,4%	65,8%	2,4%	111,4	95,6	16,5%	75,0	62,9	19,3%
Benelux LFL & R	8.324	8.384	69,5%	68,9%	0,9%	91,3	85,3	7,1%	63,5	58,7	8,1%
B.U. Benelux Consolidated	8.374	8.428	69,6%	68,6%	1,4%	91,5	85,2	7,4%	63,7	58,4	9,0%
Central Europe LFL & R	12.463	12.628	69,9%	73,0%	-4,3%	81,1	76,7	5,7%	56,7	56,0	1,1%
Central Europe Consolidated	12.463	12.628	69,9%	73,0%	-4,3%	81,1	76,7	5,7%	56,7	56,0	1,1%
Total Europe LFL & R	39.200	39.670	68,7%	68,4%	0,5%	87,4	80,0	9,2%	60,0	54,7	9,8%
Total Europe Consolidated	39.587	40.307	68,6%	68,1%	0,7%	87,4	79,7	9,6%	60,0	54,3	10,5%
Latin America LFL & R	3.044	3.043	65,6%	68,1%	-3,6%	71,9	59,9	19,9%	47,2	40,8	15,6%
Latin America Consolidated	3.044	3.180	65,6%	68,0%	-3,5%	71,9	60,5	18,8%	47,2	41,1	14,7%
NH Hotels LFL & R	42.244	42.713	68,5%	68,4%	0,2%	86,3	78,6	9,9%	59,1	53,7	10,1%
Total NH Consolidated	42.631	43.487	68,4%	68,1%	0,4%	86,3	78,3	10,3%	59,1	53,3	10,7%

## Resultados Recurrentes (3T 2015 vs 3T 2014) por Área de Negocio

### B.U. España:

- Crecimiento del RevPar LFL&R del +14,2% con un crecimiento de los precios del +6,1%, representando el 43,0% del crecimiento del RevPar por ser un periodo de baja actividad. Crecimiento del +7,6% en ocupación por el buen comportamiento de Sevilla y de ciudades secundarias.
- Los ingresos LFL&R crecen un +11,4% (€+8,3M), por el menor crecimiento en ingresos de restauración debido a la externalización de la misma en 5 hoteles, con un impacto negativo en las ventas de €-0,5M, y un menor número de eventos en el Casino de Madrid (€-0,3M).
- Los gastos operativos crecen un +10,4% (€+5,4M), principalmente por el incremento de los gastos de personal por la subida de la ocupación. El GOP LFL&R se incrementa un +13,6% (€+2,9M).
- El pago de alquileres se ha incrementado un +4,0% (€+0,8M) por el componente variable. El EBITDA LFL&R se sitúa en €4,6M frente a €2,5M del año anterior, mejorando en €+2,2M.
- Las perspectivas para el cuarto trimestre son positivas, manteniendo como objetivo un crecimiento del RevPar de dos dígitos, en línea con el tercer trimestre.

### B.U. Italia:

- Crecimiento del RevPar LFL&R del +29,2% con un crecimiento de los precios del +19,0%. Destaca el comportamiento de Milán por la Expo, con un incremento del +80,3%, donde se cuenta con 12 hoteles y 2.222 habitaciones. El incremento en la ciudad de Roma es del +4,3%.
- El cambio en el perfil habitual del cliente de negocios de Milán, que realiza más consumos que los visitantes de la Expo, provoca que el crecimiento de ingresos sea del +25,4%.
- Los gastos operativos crecen un +14,1% (€+5,7M), en gran medida por el incremento de los gastos de personal, comisiones y gastos de energía todos ellos afectados por la subida de ocupación. El GOP LFL&R se incrementa un +51,0% (€+9,0M).
- El incremento en los alquileres de €+0,3M (+3,1%) se debe al componente variable del Nhow de Milán, y hace que el EBITDA LFL&R alcance los €15,4M (€+8,7M).
- Las perspectivas para el cuarto trimestre son buenas, con un objetivo de crecimiento, del RevPar de dos dígitos, a pesar de la finalización de la Expo a finales de octubre.

### B.U. Benelux:

- Crecimiento del RevPar LFL&R del +14,1%, principalmente por el incremento en los precios del +9,5%. El cambio de segmentación implementado desde inicio del 2015, junto al cambio del equipo directivo, ha permitido mejorar los resultados trimestre a trimestre. Destacan Ámsterdam (+20,6%) y Bruselas (+16,9%).
- El cambio de segmentación hacia tarifas más rentables pero con menores consumos de restauración, hace que los ingresos LFL&R +9,5% (€+6,7M) no crezcan al mismo ritmo que el incremento del RevPar.
- Los gastos operativos crecen un +10,3% (€+4,9M) por el incremento de costes de personal de +5,5% (€+1,5M), incremento de gastos marketing (€+0,5M) por la campaña de verano, y mayores comisiones por incremento de ventas (€+1,4M). El GOP LFL&R se incrementa un +7,8% (€+1,8M).
- Los alquileres se incrementan un +5,9% (€+0,6), alcanzando un EBITDA LFL&R de €13,7M (€+1,2M).
- Se espera un crecimiento de RevPar inferior en el cuarto trimestre debido a las reformas programadas y al cambio de segmentación, donde se maximiza en periodos de alta demanda con mayor incremento de precios. En Ámsterdam y en Bruselas se prevé un comportamiento por encima del promedio de la BU por las 5 reformas que se están completando.

**B.U. Europa Central:**

- Descenso del RevPar LFL&R del -1,5%, con un incremento de precios del +5,8%, y un descenso en ocupación del -6,8%, debido a la menor afluencia de visitantes en el Octoberfest (Munich) y la feria IAA (Frankfurt), al cambio de segmentación, que no se ha podido compensar por ser un trimestre de baja actividad, y a un peor posicionamiento de marca por haber iniciado el reposicionamiento de marca y producto más tarde.
- Los ingresos LFL&R descienden un -0,5% (€-0,5M) por los menores ingresos de restauración por el cambio de segmentación. Considerando la pérdida de ingresos de los hoteles en reformas (€-3,9M) los ingresos reportados decrecen un -4,6% (€-4,4M).
- Los gastos operativos descienden un -2,1% (€-1,3M), a pesar de la no absorción de gastos de personal de los hoteles reformados en Alemania. El GOP LFL&R desciende un -9,8% (€-3,1M).
- Los alquileres decrecen ligeramente por renegociaciones, descendiendo el EBITDA LFL&R un €-3,0M (-65,8%), explicado en su totalidad por la pérdida de EBITDA de los hoteles reformados (€-3,2M).
- Se espera una evolución positiva a partir del último trimestre de 2015 por el impacto del cambio de segmentación, las reformas ejecutadas en el tercer trimestre y el nuevo equipo directivo.

**B.U. Las Américas:**

- Los ingresos LFL&R a tipo de cambio real crecen un +5,5% (€+1,0M), alcanzando los €+19,9M.
- Los gastos operativos crecen en €+2,0M (+15,5%), principalmente por el efecto de la inflación en Argentina y el efecto del tipo de cambio. El GOP LFL&R alcanza los €+4,7M, reportando una caída de €-1,0M.
- La unidad de negocio alcanza una EBITDA LFL&R de €3,2M frente a los €4,4M del año anterior, descenso explicado en su totalidad por el menor EBITDA de Argentina en €-1,1M.
- La caída de EBITDA en Argentina en moneda local del -4,7%, se debe a no poder repercutir en el incremento de los precios la alta inflación y las subidas salariales por convenio.
- Se espera un crecimiento del RevPar en el cuarto trimestre en línea con los resultados registrados en los primeros nueve meses del año.

Avance Ventas y Resultados Tercer Trimestre 2015

Madrid, 12 de Noviembre 2015

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2015 VS 2014 SIN HOTELES ROYAL								
(€ millones)	2015 3T	2014 3T	DIF. 15/14	%DIF.	2015 9M	2014 9M	DIF. 15/14	%DIF.
ESPAÑA	81,2	72,9	8,3	11,4%	237,1	217,8	19,3	8,9%
ITALIA	72,5	57,8	14,7	25,4%	195,8	169,6	26,2	15,4%
BENELUX	77,4	70,7	6,7	9,5%	218,4	211,3	7,1	3,4%
EUROPA CENTRAL	91,2	95,7	(4,4)	(4,6%)	271,4	272,6	(1,2)	(0,4%)
AMERICA	19,9	18,9	1,0	5,5%	58,7	51,7	7,1	13,7%
<b>INGRESOS HOTELES RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>342,3</b>	<b>316,0</b>	<b>26,3</b>	<b>8,3%</b>	<b>981,5</b>	<b>923,0</b>	<b>58,5</b>	<b>6,3%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	5,0	4,6	0,4	7,6%	9,6	11,8	(2,2)	(18,6%)
<b>INGRESOS RECURRENTES</b>	<b>347,3</b>	<b>320,6</b>	<b>26,6</b>	<b>8,3%</b>	<b>991,1</b>	<b>934,8</b>	<b>56,3</b>	<b>6,0%</b>
ESPAÑA	56,8	51,5	5,4	10,4%	167,1	158,4	8,7	5,5%
ITALIA	45,7	40,1	5,7	14,1%	127,0	119,3	7,7	6,4%
BENELUX	52,3	47,5	4,9	10,3%	150,0	144,5	5,5	3,8%
EUROPA CENTRAL	63,0	64,4	(1,3)	(2,1%)	186,7	187,0	(0,2)	(0,1%)
AMERICA	15,2	13,2	2,0	15,5%	44,3	37,1	7,2	19,5%
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>233,2</b>	<b>216,5</b>	<b>16,6</b>	<b>7,7%</b>	<b>675,2</b>	<b>646,3</b>	<b>28,9</b>	<b>4,5%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	3,6	3,3	0,2	6,9%	7,2	9,5	(2,3)	(24,1%)
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTES</b>	<b>236,7</b>	<b>219,9</b>	<b>16,8</b>	<b>7,7%</b>	<b>682,4</b>	<b>655,8</b>	<b>26,6</b>	<b>4,1%</b>
ESPAÑA	24,4	21,5	2,9	13,6%	70,0	59,4	10,5	17,8%
ITALIA	26,8	17,7	9,0	51,0%	68,8	50,3	18,5	36,9%
BENELUX	25,1	23,3	1,8	7,8%	68,4	66,8	1,6	2,5%
EUROPA CENTRAL	28,2	31,3	(3,1)	(9,8%)	84,7	85,7	(1,0)	(1,1%)
AMERICA	4,7	5,7	(1,0)	(17,8%)	14,4	14,6	(0,2)	(1,1%)
<b>GOP RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>109,1</b>	<b>99,4</b>	<b>9,7</b>	<b>9,7%</b>	<b>306,3</b>	<b>276,7</b>	<b>29,6</b>	<b>10,7%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	1,4	1,3	0,1	9,4%	2,4	2,3	0,1	4,5%
<b>GOP RECURRENTE</b>	<b>110,5</b>	<b>100,7</b>	<b>9,8</b>	<b>9,7%</b>	<b>308,7</b>	<b>279,0</b>	<b>29,7</b>	<b>10,6%</b>
ESPAÑA	19,8	19,0	0,8	4,0%	60,4	60,2	0,2	0,3%
ITALIA	11,4	11,0	0,3	3,1%	33,5	32,3	1,2	3,7%
BENELUX	11,4	10,7	0,6	5,9%	33,4	33,3	0,1	0,2%
EUROPA CENTRAL	26,6	26,7	(0,0)	(0,1%)	79,7	79,4	0,3	0,4%
AMERICA	1,5	1,2	0,2	16,5%	4,2	3,7	0,5	13,8%
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC. LFL&amp;R</b>	<b>70,6</b>	<b>68,7</b>	<b>1,9</b>	<b>2,8%</b>	<b>211,2</b>	<b>209,0</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	(0,7)	(1,5)	0,8	(55,4%)	(3,4)	(9,2)	5,8	(62,9%)
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD RECURRENTES</b>	<b>69,9</b>	<b>67,2</b>	<b>2,7</b>	<b>4,1%</b>	<b>207,8</b>	<b>199,8</b>	<b>8,1</b>	<b>4,0%</b>
ESPAÑA	4,6	2,5	2,2	87,7%	9,6	(0,8)	10,4	1297,0%
ITALIA	15,4	6,7	8,7	129,4%	35,3	18,0	17,3	96,5%
BENELUX	13,7	12,5	1,2	9,4%	35,1	33,5	1,6	4,7%
EUROPA CENTRAL	1,6	4,6	(3,0)	(65,8%)	5,0	6,2	(1,2)	(20,0%)
AMERICA	3,2	4,4	(1,2)	(27,4%)	10,2	10,8	(0,7)	(6,3%)
<b>EBITDA RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>38,5</b>	<b>30,7</b>	<b>7,8</b>	<b>25,2%</b>	<b>95,1</b>	<b>67,7</b>	<b>27,3</b>	<b>40,4%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	(0,3)	(0,2)	(0,1)	(79,7%)	(1,8)	(1,0)	(0,8)	(83,6%)
<b>EBITDA RECURRENTE SIN ONEROSOS</b>	<b>38,2</b>	<b>30,6</b>	<b>7,6</b>	<b>24,9%</b>	<b>93,2</b>	<b>66,7</b>	<b>26,5</b>	<b>39,7%</b>

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

(millones de €)	NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG (SIN AUDITAR)								
	NH (ex. Hoteles Royal)			NH (ex. Hoteles Royal)			NH TOTAL*		
	3T 2015	3T 2014	2015/2014	9M 2015	9M 2014	2015/2014	9M 2015	2015/2014	
	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	Var. %	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>347,3</b>	<b>320,6</b>	<b>8,3%</b>	<b>991,1</b>	<b>934,8</b>	<b>6,0%</b>	<b>1.027,1</b>	<b>9,9%</b>	
Coste de Personal	(123,5)	(116,1)	6,3%	(360,3)	(345,4)	4,3%	(372,0)	7,7%	
Gastos Directos de Gestión	(113,2)	(103,7)	9,2%	(322,1)	(310,3)	3,8%	(336,7)	8,5%	
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>110,5</b>	<b>100,7</b>	<b>9,7%</b>	<b>308,7</b>	<b>279,0</b>	<b>10,6%</b>	<b>318,4</b>	<b>14,1%</b>	
Arrendamientos y Contribución Urb.	(72,4)	(70,2)	3,1%	(215,5)	(212,3)	1,5%	(220,6)	3,9%	
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>38,2</b>	<b>30,6</b>	<b>24,9%</b>	<b>93,2</b>	<b>66,7</b>	<b>39,7%</b>	<b>97,9</b>	<b>46,7%</b>	
Reversion Provisión C. Onerosos	2,4	3,0	(18,8%)	7,7	12,6	(38,9%)	7,7	(38,9%)	
<b>EBITDA CON ONEROSOS</b>	<b>40,6</b>	<b>33,5</b>	<b>21,0%</b>	<b>100,9</b>	<b>79,3</b>	<b>27,3%</b>	<b>105,5</b>	<b>33,1%</b>	
Amortizaciones	(23,3)	(22,8)	2,4%	(68,3)	(65,4)	4,4%	(69,9)	6,9%	
<b>EBIT</b>	<b>17,3</b>	<b>10,7</b>	<b>60,5%</b>	<b>32,6</b>	<b>13,9</b>	<b>135,1%</b>	<b>35,6</b>	<b>157,0%</b>	
Gastos Financieros Netos	(12,0)	(12,4)	(3,2%)	(33,6)	(39,3)	(14,5%)	(35,0)	(11,0%)	
Resultados Puesta en Equivalencia	0,3	(1,7)	(119,3%)	0,26	(0,20)	(230,0%)	0,26	(230,0%)	
<b>EBT</b>	<b>5,6</b>	<b>(3,3)</b>	<b>270,1%</b>	<b>(0,8)</b>	<b>(25,7)</b>	<b>96,9%</b>	<b>0,9</b>	<b>103,3%</b>	
Impuesto sobre Sociedades	(0,3)	(1,3)	(78,4%)	(5,4)	(5,5)	(1,6%)	(6,3)	14,8%	
<b>Resultado antes de Minoritarios</b>	<b>5,3</b>	<b>(4,7)</b>	<b>214,8%</b>	<b>(6,2)</b>	<b>(31,2)</b>	<b>80,2%</b>	<b>(5,4)</b>	<b>82,6%</b>	
Intereses Minoritarios	(1,0)	(0,2)	533,3%	(2,0)	1,0	(310,4%)	(2,3)	(337,5%)	
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	<b>4,4</b>	<b>(4,8)</b>	<b>191,5%</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(30,2)</b>	<b>72,9%</b>	<b>(7,7)</b>	<b>74,5%</b>	
EBITDA no recurrente	(6,1)	6,2	(198,7%)	(12,9)	8,1	(258,9%)	(13,5)	(265,4%)	
Otros elementos no recurrentes	5,2	(1,0)	634,4%	7,3	(20,3)	135,7%	7,3	135,7%	
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	<b>3,6</b>	<b>0,4</b>	<b>861,3%</b>	<b>(13,8)</b>	<b>(42,4)</b>	<b>67,3%</b>	<b>(13,9)</b>	<b>67,2%</b>	

\* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

Comentarios del Tercer Trimestre (excluyendo Hoteles Royal):

- Los **ingresos mejoran un +8,3%**, alcanzando los €347,3M. La diferencia con el incremento de +12,3% de RevPar se explica por un crecimiento del 3,4% del resto de los ingresos que representan el 29% de los ingresos totales, por la **externalización de centros de restauración (-€0,6M)**, por el **cambio de segmentación** (120.000 habitaciones liberadas en el trimestre, principalmente en Benelux y Europa Central, de tarifas poco rentables que incluían desayunos y media pensión en algunos casos) y a las **100.000 habitaciones menos** en el trimestre **por reformas** (66.000 hab./ -€3,3M de ingresos). **Con todo ello los ingresos hubiesen crecido un +9,6% alcanzando €+351,5M (€+30,9M).**
- La **evolución de gastos** está afectada por el incremento de actividad y el esfuerzo en marketing y plan de sistemas de IT.
  - Los gastos de **personal** suben un +2,8% (en línea con el primer semestre del año +3,3%). Dicho incremento se explica por la revisión de convenios colectivos €+1,4M y la no absorción de los gastos de personal de los hoteles reformados en Alemania. Incluyendo el incremento de actividad del periodo, el crecimiento es de +6,3%.
  - Los **otros gastos operativos** se incrementan un +4,0%. Incluyendo el incremento de comisiones (€2,2M) por el crecimiento de ventas, el incremento de gasto en Marketing (€2,3M) y el plan de sistemas (€0,8M), el crecimiento es del +9,2%.



Avance Ventas y Resultados Tercer Trimestre 2015

Madrid, 12 de Noviembre 2015

- El pago de **arrendamientos** se ha incrementado un +3,1%. En 2015 se han realizado 17 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento y dos cancelaciones de contratos con contribución negativa (2 actuaciones y una cancelación de contrato en el tercer trimestre de 2015). El impacto anual de estas actuaciones, así como de las 9 realizadas a finales de 2014 con impacto en 2015, se estima en ahorros anualizados de €5,5M (78% del objetivo anual), de los cuales €3,6M (65%) tienen carácter estable a largo plazo.
- En el tercer trimestre el **EBITDA alcanza los €38,2M (+24,9%)**. Destaca el **comportamiento de las unidades de negocio de Italia, España y Benelux**, con un incremento conjunto del €12,0M (+55,4%). El **ratio de conversión de ingresos a GOP** en el trimestre sería **de un 52% y de un 45% a nivel de EBITDA antes de onerosos**, excluyendo el impacto de reformas en Alemania y el incremento de gasto de Marketing y plan de sistemas.
- **Gastos Financieros:** Los gastos financieros se reducen un -3,2% gracias a la reducción de los márgenes alcanzada antes del verano (préstamo sindicado a largo plazo y un préstamo hipotecario alemán).
- **Impuesto de Sociedades:** La variación del gasto por impuesto se debe principalmente a la diferencia en la generación de bases imponibles por zona geográfica.
- **Resultado Neto Recurrente:** Beneficio neto de €+4,4M comparado con €-4,8M en el 3T de 2014; se obtiene resultado neto recurrente positivo en el tercer trimestre del año, por primera vez desde el año 2008.

**Actividad no recurrente**

- Las variaciones respecto al mismo trimestre del año anterior se refieren a la plusvalía por las venta de Harrington Hall en 2014, y a la reversión de la provisión de Donafugatta en este año, que compensa la amortización acelerada de equipamiento de hoteles reformados.
- Incluyendo la actividad no recurrente, el **beneficio neto alcanza los €3,6M comparado con €0,4M en el mismo trimestre de 2014**.

**Principales Magnitudes (incluyendo Hoteles Royal)**

Tercer trimestre

- Hoteles Royal en el tercer trimestre contribuye con unos ingresos de €+14,5M, un EBITDA de €+2,4M y un Resultado Neto Recurrente de €+0,4M. En el periodo julio-septiembre, una vez ejecutada la primera parte de las sinergias de coste, el EBITDA en moneda local evoluciona positivamente respecto al plan, aunque impacte negativamente el tipo de cambio.
- El Grupo en el tercer trimestre incluyendo Hoteles Royal, presenta una subida de ingresos de +12,8% (alcanzando los €361,8M), un +32,9% de crecimiento en EBITDA antes de onerosos (llegando a €40,6M), y una mejora del +200,2% en el Resultado Neto Recurrente de €4,8M.

**Avance Ventas y Resultados Tercer Trimestre 2015**

Madrid, 12 de Noviembre 2015

**Enero - Septiembre**

- Hoteles Royal hasta septiembre, consolidado desde la compra el 4 de marzo, contribuye con unos ingresos de €+36,5M, un EBITDA de €+4,6M y un Resultado Neto Recurrente de €+0,5M. En moneda local la cifra de negocio está estable tanto en Colombia como en Chile. En ambos países hemos iniciado un cambio de segmentación cuyo incremento de precios permite compensar las caídas de ocupación por la mayor oferta hotelera en Bogotá.
- Acumulado en los primeros nueve meses del año y a nivel Grupo, los ingresos crecen un +9,9% (alcanzando €1.027,1M), el EBITDA antes de onerosos un +46,7% (reportando €97,9M) y el Resultado Neto Recurrente de €-7,7M ha mejora un+74,5% vs. €-30,2M en 2014.

**Deuda Financiera y Liquidez**

**Deuda Financiera, sin auditar (incorpora deuda y caja Hoteles Royal)**

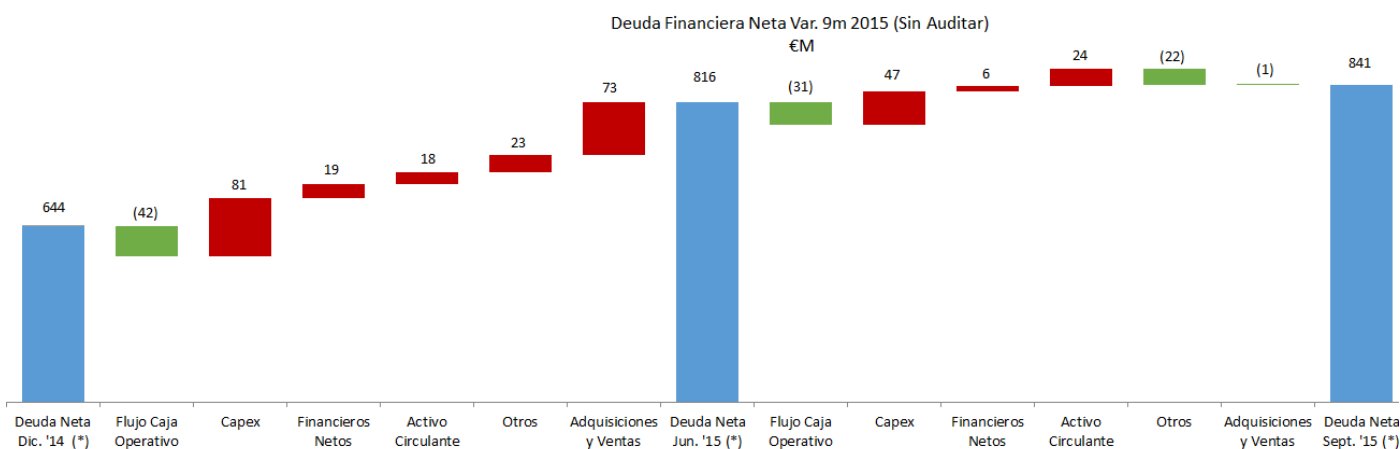
A 30/09/2015 Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	Vencimientos					
				2015	2016	2017	2018	2019	Resto
<b>Deuda Senior</b>									
Préstamo Sindicado a Largo Plazo	114,3	-	114,3	9,5	9,5	9,5	85,8		
Crédito Sindicado a Largo Plazo	66,7	23,7	43,0				43,0		
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250,0	-	250,0					250,0	
<b>Total deuda garantizada por el Colateral</b>	<b>431,0</b>	<b>23,7</b>	<b>407,3</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>128,8</b>	<b>250,0</b>	<b>0,0</b>
Otra deuda con Garantía	133,0	-	133,0	15,6	23,1	41,3	35,2	3,0	14,9
<b>Total deuda con garantía</b>	<b>564,1</b>	<b>23,7</b>	<b>540,4</b>	<b>25,1</b>	<b>32,6</b>	<b>50,8</b>	<b>164,1</b>	<b>253,0</b>	<b>14,9</b>
Bonos Convertibles sin garantía (Vencimiento 2018)	250,0		250,0				250,0		
Préstamos y créditos sin garantía *	41,6	18,8	22,8	18,1	1,2	1,2	1,2	1,2	,0
Préstamos subordinados	75,0		75,0					-	75,0
<b>Total deuda sin garantía</b>	<b>366,6</b>	<b>18,8</b>	<b>347,8</b>	<b>18,1</b>	<b>1,2</b>	<b>1,2</b>	<b>251,2</b>	<b>1,2</b>	<b>75,0</b>
<b>Total Deuda Bruta</b>	<b>930,6</b>	<b>42,5</b>	<b>888,1</b>	<b>43,1</b>	<b>33,8</b>	<b>51,9</b>	<b>415,2</b>	<b>254,2</b>	<b>89,9</b>
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes ** (Caja)			(47,4)						
<b>Deuda financiera neta</b>			<b>840,7</b>						
Porción equity del bono convertible			(18,2)				(18,2)		
Gastos de formalización			(16,5)	(1,1)	(0,3)	(1,9)	(4,5)	(7,4)	(1,2)
Intereses devengados no pagados			10,0	10,0					
<b>Total deuda financiera neta ajustada</b>	<b>930,6</b>		<b>816,1</b>						

\* Pólizas de crédito a renovar en el corto plazo y préstamo con amortizaciones periódicas sin garantía

\*\* No incluye el valor de mercado de nueve millones de acciones de autocartera prestadas a los bancos organizadores del bono convertible (9M acc. a €4,78 precio de cierre a 30 de septiembre 2015, €43M)

La Deuda Financiera Neta consolidada a 30 de septiembre de 2015 alcanza €840,7 millones, incrementándose en €+24,5 millones respecto al cierre del 30 de junio de 2015, principalmente por el pago de inversiones en reposicionamiento de €47,4M. A 30 de septiembre estaba pendiente de disposición el tramo B por €23,7M y la Compañía tenía líneas de crédito disponibles de €18,8M.

**Evolución Deuda Financiera Neta 9M 2015**



(\*) 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 €607M a 31 de diciembre 2014, €784M a 30 junio 2015 y €816M a 30 septiembre de 2015 respectivamente.

En el primer semestre se produjo el desembolso de Capex de €81M y un consumo de circulante neto de €18M, provocado en gran parte por el cambio de sistemas y la externalización de la administración. El saldo de cuentas a cobrar a junio aumentó significativamente, y se compensó en un 50% aprox. con el saldo de proveedores. Los efectos del plan de acción para estabilizar el circulante están dando ya sus frutos. Durante el 3T, el saldo de clientes apenas aumenta con un crecimiento de las ventas superior al 8%, y se normaliza el pago a proveedores, que generan un drenaje de caja adicional de €17,8M.

La variación de Deuda Financiera Neta en los primeros 9 meses del año incluye cambios en el perímetro de consolidación (€21 millones de deuda bruta de Hoteles Royal a 30 de septiembre). Por otro lado, las disposiciones netas de deuda en dicho periodo asciende a €23,4 millones.

La salida de caja esperada de Capex para el conjunto del año, sin considerar adquisiciones, es de €175M (excluyendo IVA). Además, se estima la venta de activos por importe de €15M - €30M. En función de la materialización de dichas ventas de activos, del Capex efectivamente pagado y de la recuperación de circulante, se estima que la deuda financiera neta a 31 de diciembre se sitúe en niveles similares a los actuales.

**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
- Capex: Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias (incluye reposicionamiento, mantenimiento, básicos y experiencia, IT, y señalética)
- Financieros Netos: Intereses pagados por deudas (excluyendo gasto financiero tarjetas de crédito) + Ingreso financiero
- Variación de Activo Circulante: Var. Existencias + Var. Deudores comerciales + Var. Acreedores comerciales
- Adquisiciones y venta de activos: Inversiones financieras no corrientes + Desinversiones (en el caso de adquisiciones, i.e. Hoteles Royal, incorpora la deuda asociada; cuando se trata de venta de activos, se incluye la caja neta)
- Otros: Var. Otros activos y pasivos corrientes (i.e. Administraciones Públicas, IVA, indemnizaciones de personal, pagos por cancelación de rentas) y diferencias netas de cambio.

**Anexo I: Cash Flow Enero –Septiembre 2015**

**ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO RESUMIDOS CONSOLIDADOS A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2015  
INCLUYENDO HOTELES ROYAL  
(SIN AUDITAR)**

(Miles de Euros)	30.09.2015
<b>1. ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>	
<b>Resultado consolidado antes de impuestos:</b>	<b>(14.712)</b>
<b>Ajustes al resultado:</b>	
Amortizaciones de activos materiales e inmateriales (+)	72.720
Pérdidas por deterioro de activos (neto) (+/-)	3.165
Dotaciones a provisiones (neto) (+/-)	(14.455)
Ganancias/Pérdidas por venta de activo material e intangible (+/-)	1.750
Ganancias/Pérdidas de inversiones valoradas por el método de la participación (+/-)	(260)
Ingresos financieros (-)	(2.859)
Gastos financieros y variación de valor razonable en instrumentos financieros (+)	49.506
Diferencias netas de cambio (Ingresos / (Gastos))	(5.571)
Resultado por enajenación de inversiones financieras	(4.725)
Otras partidas no monetarias (+/-)	2.150
<b>Resultado ajustado</b>	<b>86.709</b>
<b>Variación neta en los activos / pasivos:</b>	
(Aumento)/Disminución de existencias	(148)
(Aumento)/Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	(47.383)
(Aumento)/Disminución de otros activos corrientes	(2.169)
Aumento/(Disminución) de acreedores comerciales	5.899
Aumento/(Disminución) de otros pasivos corrientes	4.655
Aumento/(Disminución) de provisiones para riesgos y gastos	(3.823)
Aumento/(Disminución) otros activos y pasivos no corrientes	(5.152)
Impuestos sobre las ganancias pagados	(4.141)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de explotación (I)</b>	<b>34.447</b>
<b>2. ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	
Ingresos financieros	2.863
Inversiones (-):	
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	(128.770)
Inversiones financieras no corrientes	(78.686)
	<b>(207.456)</b>
Desinversiones (+):	
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	19.623
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	4.284
	<b>23.907</b>
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de inversión (II)</b>	<b>(180.686)</b>
<b>3. ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>	
Intereses pagados por deudas (-)	(37.508)
Variaciones en (+/-):	
Instrumentos de patrimonio	
- Autocartera	1.244
Instrumentos de pasivo:	
- Deudas con entidades de crédito (+)	118.170
- Deudas con entidades de crédito (-)	(94.788)
- Arrendamientos financieros	(140)
- Otros pasivos financieros (+/-)	(3.638)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de financiación (III)</b>	<b>(16.680)</b>
<b>4. AUMENTO/ DISMINUCIÓN BRUTA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III)</b>	<b>(162.919)</b>
<b>5. Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalentes (IV)</b>	<b>3.816</b>
<b>6. Efecto de las variaciones al perímetro de consolidación (V)</b>	<b>6.405</b>
<b>7. AUMENTO/ DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III-IV+VI)</b>	<b>(152.698)</b>
<b>8. Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio</b>	<b>200.103</b>
<b>9. Efectivo o equivalentes al final del ejercicio (7+8)</b>	<b>47.405</b>

**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 2015**

Ciudad / País	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Bruselas / Bélgica	Renta	65	Marzo 2015
Taormina / Italia	Renta	63	Junio 2015
San Luis / Argentina	Gestión	78	2016
Graz / Austria	Renta	159	2017
Amsterdam / Holanda	Renta	650	2018
Milan / Italia	Renta	65	Q3 2015
Panama / Panama	Renta	83	Q4 2016
Iquique / Chile	Gestión	135	Q4 2017
Madrid / España	Gestión	207	Q3 2015
Roma / Italia	Renta	178	Q2 2016
San Luis Potosí / México	Gestión	110	Q2 2016
		<b>1.793</b>	

**Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 30 de Septiembre del 2015**

Hoteles	Ciudad / País	Contrato	# Habitaciones
<b>NH Carrefour de l'Europe</b>	Bruselas, Bélgica	Renta	65
<b>NH Collection Porto Batalha</b>	Oporto, Portugal	Gestión	107
<b>NH Antofagasta</b>	Antofagasta, Chile	Propiedad	136
<b>NH Collection Plaza Santiago</b>	Santiago de Chile, Chile	Propiedad	159
<b>NH Iquique</b>	Iquique, Chile	Propiedad	78
<b>NH Collection Bogotá Andino Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	70
<b>NH Collection Bogotá Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	251
<b>NH Collection Bogotá Hacienda Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	82
<b>NH Collection Cartagena La Merced Royal</b>	Cartagena, Colombia	Renta	9
<b>NH Collection Medellín Royal</b>	Medellín, Colombia	Renta	134
<b>NH Collection Barranquilla Smartsuites Royal</b>	Barranquilla, Colombia	Renta	118
<b>NH Collection Bogotá Terra 100 Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	73
<b>NH Collection Bogotá WTC Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	144
<b>NH Cali Royal</b>	Cali, Colombia	Renta	145
<b>NH Bogotá Boheme Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	66
<b>NH Bogotá Metrotel Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	336
<b>NH Bogotá Pavillon Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	72
<b>NH Bogotá Urban 26 Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	118
<b>NH Bogotá Urban 93 Royal</b>	Bogotá, Colombia	Renta	54
<b>NH Cartagena Urban Royal</b>	Cartagena, Colombia	Renta	28
<b>NH Collection Quito Royal</b>	Quito, Ecuador	Renta	112
<b>Radisson Acqua Concón</b>	Concón, Chile	Renta	66
<b>NH Trento</b>	Trento, Italia	Gestión	89
<b>NH Collection Taormina</b>	Taormina, Italia	Renta	63
<b>NH Palazzo Moscova</b>	Milán, Italia	Renta	65
<b>Centro Formacion BBVA La Moraleja</b>	Madrid, España	Gestión	207
<b>Total Nuevas Aperturas</b>			<b>2.575</b>

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

Hoteles	Ciudad/País	Mes	Contrato	# Habitaciones
<b>NH Bogotá 93</b>	Bogotá, Colombia	enero	Propiedad	137
<b>NH Plettenberg Bay</b>	Plettenberg, Sudafrica	enero	Propiedad	44
<b>NH Ciudad de Mataró</b>	Mataró, España	febrero	Renta	123
<b>Hesperia Playas de Mallorca</b>	Mallorca, España	abril	Gestion	212
<b>NH Victoria Palace</b>	Madrid, España	Julio	Renta	78
<b>NH Practico</b>	Madrid, España	agosto	Renta	40
<b>NH Monterozas</b>	Madrid, España	Septiembre	Renta	63
<b>Total Salidas</b>				<b>697</b>

Se ha cancelado un proyecto que estaba firmado en Sao Paulo, Brasil, en arrendamiento, de 174 habitaciones y con una inversión prevista de 7 millones de euros.

**HOTELES ABIERTOS DE NH HOTEL GROUP POR PAÍSES A 30 DE SEPTIEMBRE 2015**

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	140	17.723	3	77	9.329	13	1.962	43	5.847	7	585
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	3	272	-	2	165	-	-	1	107	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	54	8.483	1	34	5.448	14	2.079	6	956	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.709	4	17	2.673	16	3.290	2	746	-	-
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	SUDÁFRICA	1	198	-	1	198	-	-	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	59	10.438	10	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	1	122	-	-	-	-
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	-	-	-	-	-	-	-	1	93
B.U. EUROPA CENTRAL	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	12	1.984	-	4	581	4	681	4	722	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	13	2.050	-	-	-	11	1.525	2	525	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	4	2.011	-	-	-	-	-	4	2.011	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	4	1.185	-	-	-	-	-	4	1.185	-	-
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	5	561	-	1	66	4	495	-	-	-	-
<b>HOTELES ABIERTOS</b>		<b>383</b>	<b>59.254</b>	<b>20</b>	<b>224</b>	<b>32.704</b>	<b>78</b>	<b>12.649</b>	<b>73</b>	<b>13.223</b>	<b>8</b>	<b>678</b>

**PROYECTOS FIRMADOS DE NH HOTEL GROUP A 30 DE SEPTIEMBRE 2015**

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		GESTION	
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	1	144	-	1	144	-	-	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	2	382	-	2	382	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	1	169	-	1	169	-	-	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	1	650	-	1	650	-	-	-	-
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	2	281	-	-	-	-	-	2	281
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	1	78	-	-	-	-	-	1	78
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	2	252	-	-	-	-	-	2	252
<b>PROYECTOS FIRMADOS</b>		<b>14</b>	<b>2.583</b>	<b>-</b>	<b>7</b>	<b>1.608</b>	<b>1</b>	<b>200</b>	<b>6</b>	<b>775</b>

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

	2015	2016	2017	2018
Inversión esperada (€ millones)	0,4	5,7	7,2	1,3



# **nH** | HOTEL GROUP

---

**nH**  
HOTELS

  
nH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

[www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com)