

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 Hoteles, S.A. (en adelante, “**la Sociedad**”) comunica el siguiente

HECHO RELEVANTE

En la sesión del Consejo de Administración celebrada en el día de hoy se han aprobado, entre otros, los siguientes acuerdos:

- Aprobación de la Información Pública Periódica correspondiente al segundo semestre del año 2013, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.
- Aceptación de las dimisiones presentadas por “Abitaria Consultoría y Gestión, S.A.”, así como de “Participaciones y Cartera de Inversión, S.L.”, como consecuencia de la venta de la participación accionarial íntegra que, de forma indirecta, ostentaba “Banco Financiero y de Ahorros, S.A.” en NH Hoteles, S.A.
- Dimisión de D. Daoqi Liu y nombramiento, previo informe favorable de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, de D. Haibo Bai como Consejero dominical, en representación de HNA Group.

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

En Madrid, a 27 de febrero de 2014.

D. Carlos Ulecia Palacios
Secretario General

- La actividad hotelera experimenta una evolución más favorable cada trimestre -

EL CAMBIO DE TENDENCIA SE CONSOLIDA

- **El segundo semestre presenta un significativo avance en ingresos y en reducción de costes, aún teniendo en cuenta el considerable aumento de los niveles de actividad**
- **Esta mejora tiene una mayor repercusión en el cuarto trimestre, que experimenta una importante mejora del EBITDA**
- **El calendario de ejecución de las iniciativas del plan estratégico para construir el nuevo NH se está ejecutando con precisión, siendo la renovación de hoteles, el lanzamiento del programa de fidelización, la redefinición de la estrategia de precios, la migración de sistemas y la rotación y optimización de activos algunas de las principales medidas puestas en marcha actualmente**

Madrid, 27 de febrero de 2014. NH Hotel Group ha presentado hoy sus resultados correspondientes al cierre del ejercicio 2013. En este período, la compañía ha constatado la favorable evolución de los indicadores que miden la actividad hotelera. Muestra de la tendencia progresiva registrada es la evolución comparable de los ingresos por habitación disponible (RevPAR), que tuvieron un comportamiento de menos a más a lo largo del año. El primer trimestre decreció un (-1,5%), el segundo un (-0,3%) y ya en positivo se mostraron el tercer y cuarto trimestre con un crecimiento del +1,8% y +2,7% respectivamente. De esta manera, el RevPAR consolidado del grupo ha alcanzado un crecimiento en el conjunto del año del 1,07%.

La buena evolución de la ocupación durante 2013, que ha crecido un +3,4%, ha permitido compensar la totalidad de la caída del precio medio, haciendo posible los niveles positivos de RevPAR alcanzados.

A nivel de ingresos recurrentes totales, €1.280M en 2013, la compañía registró una leve caída del (-2,2%) frente al año anterior, debido fundamentalmente a la salida de hoteles no estratégicos del grupo, más de 1.500 habitaciones en el conjunto del año, a la modificación del tipo de contrato de otros hoteles, que como consecuencia han dejado de consolidar sus resultados en NH, así como por los cambios de criterio contable de los ingresos de la actividad inmobiliaria.

La capacidad para generar mejoras recurrentes en los resultados del grupo se ha puesto de manifiesto en las iniciativas implantadas para reducir los gastos de arrendamiento, que disminuyen considerablemente en 2013 (-4,8% en hoteles comparables), así como para contener los costes operativos, a pesar del incremento de la actividad y el efecto de la absorción de la inflación. Los ajustes realizados a lo largo del año han tenido un impacto muy significativo en la reducción de gastos alcanzada en el cuarto trimestre, reflejado en una importante mejora del EBITDA hotelero comparable.

Para más información:

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



Como consecuencia de las iniciativas llevadas a cabo, que compensaron gran parte de la reducción de ventas, el incremento de EBITDA recurrente mejora progresivamente cada trimestre y registra un crecimiento en el conjunto del año del 2,9%, alcanzando los €121,6M.

Finalmente, el resultado neto consolidado del grupo mejora un +86,4% en comparación con el obtenido el pasado año, disminuyendo en €52,3M las pérdidas acumuladas en 2012. Esta reducción se explica por las plusvalías netas generadas por la actividad no recurrente y la no necesidad de dotación de provisiones extraordinarias por deterioro de activos este año. Excluyendo la actividad no recurrente, la compañía redujo sus pérdidas en €2,8M frente al año anterior.

Evolución por Unidades de Negocio

Europa Central obtiene el mayor crecimiento del grupo, motivado por un fuerte aumento de la ocupación del +4,6%, a pesar del ligero descenso en los precios medios. Prácticamente todas las ciudades alemanas han tenido niveles altos de ocupación, siendo destacable el incremento del RevPAR en la ciudad de Múnich, un +8,3%.

En el caso de Italia, se muestra un considerable aumento de la ocupación del +3,1%, lo que le permite registrar unos niveles de RevPAR positivos en el conjunto del año. La unidad de negocio incrementa ligeramente sus ingresos y logra los mejores ratios de eficiencia del grupo, con una significativa reducción de sus gastos operativos y de arrendamiento, a pesar del aumento de la actividad. Como consecuencia de todo lo anterior, Italia consigue una mejora de su EBITDA comparable del +62,5%.

España, a pesar de ser la unidad de negocio más expuesta al desfavorable entorno macroeconómico, ha conseguido registrar un fuerte crecimiento de EBITDA comparable respecto al año anterior, fundamentalmente por la fuerte reducción de gastos de arrendamiento. La tendencia a lo largo del año y las primeras semanas de 2014 es positiva, aunque con un comportamiento más moderado que en otros países donde el grupo opera. La ciudad de Barcelona tiene la mejor evolución entre las ciudades españolas con niveles de actividad mucho más bajos.

Benelux ha obtenido en el conjunto del año unos ingresos ligeramente inferiores al pasado ejercicio debido al peor comportamiento del primer semestre. En cambio, en la segunda mitad del año se invierte la tendencia con significativos crecimientos en ocupación y RevPAR en ambos trimestres estancos.

Latinoamérica presenta comportamientos muy diferentes en sus principales mercados. México destaca positivamente con incrementos de RevPar a 12 meses superiores al 7%, impulsado principalmente por el crecimiento de la ocupación en los hoteles. Argentina, sin embargo, muestra un comportamiento muy débil a 12 meses, como consecuencia de la caída en precios, muy afectados por la desfavorable evolución del tipo de cambio, aunque en el cuarto trimestre el fuerte incremento en la ocupación casi ha superado la caída de los mismos.

Para más información:

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



Actividad inmobiliaria

Lo más significativo de la actividad inmobiliaria del grupo es que desde el 1 de enero de 2013 entró en vigor la norma NIIF 11 Acuerdos Conjuntos, que elimina la opción de la consolidación proporcional para las entidades que se controlan conjuntamente, como es el caso de Residencial Marlin y los Alcornos de Sotogrande, que pasan a incorporarse por puesta en equivalencia. Este cambio tiene un impacto significativo en las ventas del ejercicio 2013, ya que las ventas de estas compañías no aparecerán en el epígrafe de ingresos de la Cuenta de Resultados Consolidada.

La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €4,8M frente a los €2,1M alcanzados en el mismo periodo del año anterior. En 2013 se han escriturado 22 apartamentos de Residencial Marlin por importe de €4,07M, frente a un total de 25 viviendas por un importe de €0,7M en el ejercicio 2012.

Teniendo en cuenta el mismo criterio contable en el período, el incremento de las ventas sería del 3%, equivalente a €0,25M.

Resultados - Principales cifras del Grupo NH Hoteles a 31 de diciembre de 2013:

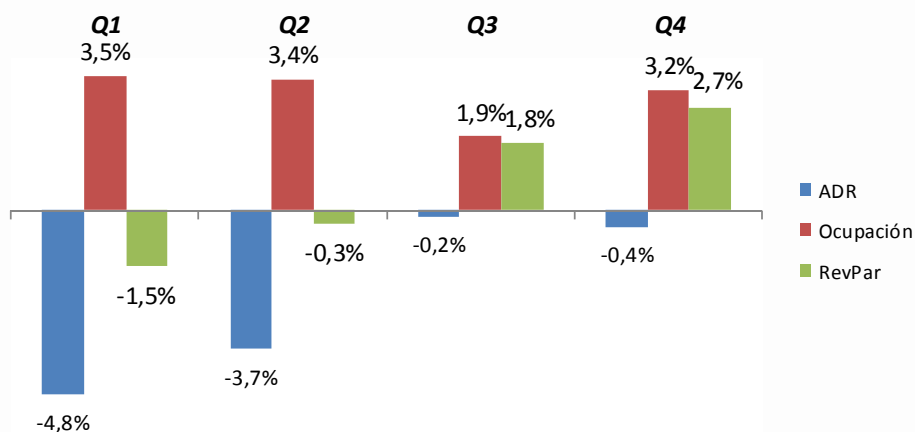
NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG			
(millones de €)	12M 2013	12M 2012	2013/2012
Ingresos de la Actividad Hotelera	1,266.0	1,288.0	(1.7%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	14.9	22.1	(32.7%)
TOTAL INGRESOS	1,280.8	1,310.1	(2.2%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	398.1	411.1	(3.2%)
EBITDA	121.6	118.1	2.9%
EBIT	27.7	5.5	403.8%
EBT	(36.0)	(53.6)	32.9%
RESULTADO NETO recurrente	(44.1)	(66.9)	34.1%
EBITDA no recurrente	21.3	(40.2)	153.0%
Otros elementos no recurrentes	(17.0)	(185.0)	90.8%
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(39.8)	(292.1)	86.4%

Evolución de los principales ratios de la actividad hotelera en 2013:

Para más información:

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





ADR: Precio medio

RevPAR: Ingresos por habitación disponible

Hitos en 2013

Durante el segundo trimestre del año comenzó la reestructuración de la compañía con la entrada del grupo HNA (€234M) en el capital social, que continuó en junio con la venta del NH Grand Hotel Krasnapolsky (€42 millones). Este hotel sigue en la cartera del grupo bajo contrato de gestión.

En septiembre, el Consejo de Administración aprobó el plan estratégico a cinco años de NH Hotel Group, cuyo objetivo es fruto de la nueva visión de la compañía, que aspira a que cualquier consumidor cuando vaya a una ciudad por negocio u ocio, se pregunte siempre si hay un NH en su destino.

A finales de octubre culminó con éxito la refinanciación de gran parte de la deuda del grupo mediante una nueva financiación sindicada (€200M) y la emisión en los mercados de capitales de un bono convertible (€250M) y un bono de renta fija (€250M) por un importe total de €700M.

Gracias a estas operaciones, la compañía amortizó totalmente la financiación sindicada de marzo de 2012 y otras obligaciones financieras, y construyó una nueva estructura financiera más flexible, que le permite disponer de fondos adicionales, incluyendo su tesorería, para invertir más de 200 millones de euros en nuevas inversiones estratégicas contempladas en sus planes de negocio.

Para más información:

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

NH
HOTELS


NH COLLECTION

nhow

Hesperia
RESORTS

Evolución actual del plan estratégico

NH Hotel Group ha concentrado todas las iniciativas de su plan en cuatro prioridades claves para los próximos años: materializar una segmentación clara de sus hoteles bajo un nuevo paraguas de marca; diseñar una nueva propuesta de valor que mejore la experiencia del cliente; impulsar el reconocimiento de la marca potenciando su comunicación; y optimizar las capacidades de gestión y organización, especialmente las referentes a sistemas tecnológicos del Grupo.

Tras el anuncio el pasado mes de la nueva denominación de la compañía **NH Hotel Group** y la presentación de su arquitectura de marca, que pretende hacer perceptible al consumidor las distintas opciones de producto y servicio de la compañía y que se estructura bajo las marcas **NH Collection**, **NH Hotels**, **nhow**, y **Hesperia**, la compañía avanza aceleradamente en las distintas líneas estratégicas que configuran su plan.

El calendario de ejecución de las iniciativas del plan estratégico para construir el nuevo NH se está ejecutando con precisión, siendo la renovación de hoteles, el lanzamiento del programa de fidelización, la redefinición de la estrategia de precios, la migración de sistemas y la rotación y optimización de activos algunas de las principales medidas puestas en marcha actualmente.

Plan de reposicionamiento: en la actualidad hay 26 proyectos en fase de ejecución aunque la mayoría de las reformas se concentrarán en los meses de verano, aprovechando la estacionalidad del negocio urbano. Por otro lado, a principios de abril, los elementos que configuran la nueva oferta básica para diferenciarse del grupo (*brilliant basics*) estarán disponibles en todos los hoteles NH Collection y en las principales ciudades.

Marca: se ha realizado el lanzamiento del nuevo programa de fidelización con el objetivo de incrementar la venta directa. El nuevo programa de fidelización **NH Hotel Group Rewards** tiene como objetivo reconocer y premiar el valor de sus clientes más fieles y sorprenderles con una mejor experiencia en cada estancia a través de un nuevo esquema de beneficios y atenciones exclusivas para sus miembros.

El programa cuenta actualmente con más de tres millones de titulares en los principales mercados de la Compañía en Europa y Latinoamérica y con este cambio se proyecta alcanzar un significativo incremento del número de miembros en los próximos años.

Por otro lado, la nueva web comercial se lanzará oficialmente a finales del mes de julio. El rediseño integral de la misma mejora sus capacidades y funcionalidades y permite una óptima integración con el sistema de reservas de la compañía.

Pricing & Revenue Management (Gestión de precios): se han redefinido los tipos de habitación y la estrategia de precios teniendo en cuenta a los competidores y los hoteles del grupo. Actualmente diez hoteles de la compañía están en fase piloto de este proyecto.

Para más información:

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



Sistemas: se ha concluido la migración de los sistemas de *back office* a SAP en España y a lo largo de los próximos meses se continuará con el resto de los países. La migración del *front office* se hará a partir del mes de julio.

Funciones de soporte: en España se ha puesto en marcha un centro de servicios compartido para funciones administrativas, modelo que se extrapolará al resto de unidades de negocio en los próximos meses.

Venta y optimización de activos: la compañía mantiene el objetivo de vender activos durante el año 2014 por importe de €125 millones para acabar de financiar su plan de reposicionamiento. Hay abiertos varios procesos que se encuentran en distintos grados de avance actualmente. Por otro lado, el grupo continúa actuando en la cancelación y renegociación de contratos de alquiler con el objetivo de adecuar los costes a la demanda existente de algunas plazas y dar salida a aquellos hoteles que por su tipología no encajan con la nueva estructura de marca.

Sobre NH Hotel Group

NH Hotel Group (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 28 países en Europa, América y África y en destinos tales como Berlín, Madrid, Ámsterdam, Bruselas, París, Buenos Aires, Londres, Roma, Viena, Bogotá, México DF, Barcelona, Frankfurt o Nueva York.

Departamento de Comunicación de NH Hotel Group

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: comunicacion@nh-hotels.com

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

Central de Reservas

Tel: 902 115 116 (Desde España)

Tel: +800 0115 0116 (Desde AUS, BE, FRA, ALE, IRL, HOL, ITA, PT, SU, RU)

Tel: +34 91 398 44 00 (Desde otros países)

Web: www.nh-hotels.com

Social media:

<http://www.nh-hotels.es/nh/es/socialmedia/socialmedia.html>

Facebook | Twitter | Blog | Instagram



Para más información:

Datos del Departamento

T: +34 91 4519762

T: +34 91 4519718 (centralita)

comunicacion@nh-hotels.com

www.nh-hotels.com



**AVANCE DE VENTAS
Y RESULTADOS 12 MESES 2013**
27 de Febrero de 2014



nh
HOTELS


NH COLLECTION

nhow

Hesperia
RESORTS

Durante el segundo trimestre del año comienza la reestructuración de la compañía con la **entrada del grupo HNA (€234M)** en el capital social, que continúa en junio con la **venta del hotel NH Grand Hotel Krasnapolsky (€142 millones)**.

A finales de octubre se culmina con éxito la refinanciación de gran parte de la deuda del grupo mediante una financiación **Club Deal (€200M)** y la **emisión en los mercados de capitales de un bono convertible (€250M) y un bono de renta fija (€250M) por un importe total de €700M**. Esta nueva estructura de deuda más flexible permite acomodar los vencimientos de deuda a las necesidades de inversión de reposicionamiento de activos.

NH Hotel Group presenta entonces su **Plan Estratégico 2014-2018**, que gira en torno al **reposicionamiento de un gran número de hoteles**, una **nueva arquitectura de marca**, la **segmentación y optimización del portfolio** mediante la salida de activos no rentables, y que situará a la compañía en una mejor situación para **seguir creciendo en Europa y Latinoamérica**.

La evolución del RevPar (LFL) a lo largo del año ha sido positiva (+0,5%) a pesar de la debilidad del primer semestre: durante 1T y 2T se ven caídas del -1,5% y -0,3% respectivamente, mientras que en 3T se inicia la recuperación (+1,8%) y en 4T se confirma la tendencia con un crecimiento del +2,7%, impulsados por una mejora en la composición al no presentar prácticamente caída de los precios medios y mostrando todo el crecimiento a través de ocupación. En el segundo semestre del año todas las unidades de negocio muestran comportamiento positivo, con la excepción de España por un mal comportamiento en el mes de Octubre, que se invierte en los meses de Diciembre y Enero con comportamiento positivo tanto en precios como ocupación.

Los ingresos de la actividad hotelera recurrente LFL en el 2013 son prácticamente iguales a los del año anterior (-0,3%), a la vez **se logra mantener también la misma base de coste (0,2%)**, lo que produce una exigua caída a nivel de GOP (-1,3%) y **un incremento del EBITDA (+7,5%) gracias a la renegociación de contratos de alquiler (-4,8%)** en línea con el objetivo marcado a principio de año.

Durante el último trimestre, los ingresos LFL crecen un +2,8% a la vez que los gastos operativos y los alquileres disminuyen significativamente (-4,3% y -6,0% respectivamente), lo que permite **una mejora significativa del EBITDA** respecto al mismo periodo del año anterior.

El **EBITDA recurrente** se sitúa en **€+121,6M**, (€+3,4M / +2,9% respecto al 2012), consiguiendo un ratio de absorción de la caída de ventas del +112%.

El **resultado neto consolidado** del grupo, gracias a las plusvalías netas generadas por la actividad no recurrente y a la no dotación de impairment, **augmenta un +86,4%**, pasando de una pérdida de **€-292,1M** del año anterior a una pérdida de **€-39,8M** en el 2013.

Otros Hechos Significativos

- A pesar del **incremento de ocupación en el año (+3,47%)**, **las ventas consolidadas se reducen en €29M (-2,2%)** como consecuencia de la **salida del perímetro de consolidación** de hoteles (representan €28M compensados en parte por los hoteles que estaban en reforma en el 2012 o se abrieron recientemente), la **ralentización de las ventas en el negocio MICE y de restauración en €10M (-3,12%)**, la caída de los **precios medios (-2,32%)** y por el cambio de criterio en la contabilización de los ingresos de la actividad inmobiliaria.
- Todas las **iniciativas de contención de gastos operativos** permitieron una reducción de los mismos en un -1,8% en el año con niveles de actividad muy superiores (incremento de la ocupación de +3,47%) además del efecto de la absorción de la inflación.

- La compañía **continúa logrando reducir los gastos de arrendamiento** para el año 2013, más que compensando los incrementos provenientes de negociaciones de años anteriores y revisiones de IPC.

Perspectivas 2014 y Status del Plan Estratégico:

- **2014:** excluyendo efectos por salidas de hoteles, se estima un crecimiento del RevPar entre un +3 y un +5% para el año, con un mayor peso del segundo semestre por la puesta en marcha de una serie de iniciativas de ingresos del Plan Estratégico. Esperamos una mejora del EBITDA recurrente respecto al año anterior entre un +5% y un +10%. Se ha observado un comportamiento débil en el mes de Enero en Benelux y Europa Central que se corrige en el mes de Febrero. En el resto de unidades de negocio, ambos meses han sido positivos y la perspectiva del mes de Marzo es favorable.
- **Plan de Reposicionamiento:** el impacto de las reformas del plan de reposicionamiento durante el año (cerca de €90 millones de inversión), permitirá mayores crecimientos de precio medios que de ocupación en el conjunto del año e invirtiendo la tendencia del 2013. En la actualidad hay 26 proyectos en fase de ejecución aunque la mayoría de las reformas se concentrarán en los meses de verano, aprovechando la estacionalidad del negocio urbano. Por otro lado, para primeros de Abril los elementos básicos de diferenciación (TV, colchón, secador, cafetera...) estarán disponibles en todos los hoteles Collection y principales ciudades.
- **Marca:** se ha realizado el lanzamiento del nuevo programa de fidelización con el objetivo de incrementar la venta directa y la nueva campaña de Marketing comenzará en el mes de Abril. El mayor gasto en Marketing será compensado por ahorros en comisiones de ventas intermediadas. La nueva web comercial tendrá su lanzamiento a finales del mes de julio.
- **Pricing & Revenue Management:** se redefinen los tipos de habitación y la estrategia de precio con competidores y entre los hoteles NH (fase piloto con 10 hoteles).
- **IT:** En España se ha concluido la migración de los sistemas de back office a SAP. A lo largo de los próximos meses se continuará con las otras unidades de negocio. La migración del front office se hará a partir del mes de Julio.
- **Funciones de soporte:** En España se ha concluido el ajuste en la parte de personal administrativo con la puesta en marcha de un centro de servicios compartido. Se continuará a lo largo del año con el resto de unidades de negocio.
- **Venta y Optimización de Activos:** A pesar de la nueva financiación obtenida, la compañía mantiene el objetivo de vender activos durante el año 2014 por importe de €125 millones para acabar de financiar el plan de reposicionamiento. Hay abiertos varios procesos que se encuentran en distintos grado de avance. Por otro lado se continúa actuando en la cancelación y renegociación de contratos de alquiler con el objetivo de reducirlos en el año, afectando principalmente a la unidad de negocio de España.

Evolución del RevPar y Actividad Hotelera Recurrente

- El RevPar LFL a nivel cadena presentó un cambio de tendencia en el tercer trimestre del año que se ha fortalecido durante el cuarto trimestre (4T: +2,72 y 3T: +1,77%), a diferencia del primer semestre del año que decreció (1T: -1,48 y 2T: -0,34%).
- En los 12 primeros meses del año se ha obtenido un nivel de RevPar LFL ligeramente superior al año anterior (+0,51%) compensándose en su totalidad la caída de los precios (-2,34%) con el incremento de la ocupación (+2,92%). Se identifican dos comportamientos diferenciados en RevPar: por un lado las unidades de negocio de Europa Central e Italia con comportamiento positivo en los cuatro trimestres (+3,58% y +2,08% respectivamente en 12 meses) y por otro lado las unidades de negocio de España, Benelux y Latinoamérica aún con comportamiento negativo en el conjunto del año, aunque en el tercer y cuarto trimestre el comportamiento ha sido positivo en Benelux y Latinoamérica.
- La composición del crecimiento del RevPar del Grupo en el tercer y cuarto trimestre presenta un cambio en el mix. Todo el crecimiento es a través de la ocupación y no presenta ya prácticamente caída de los precios medios.

B.U. España

- El cuarto trimestre se ha comportado peor que el trimestre anterior pero mejor que los dos primeros trimestres del año (Q1 -4,71%, Q2 -3,53%, Q3 +0,43% y Q4 -1,34%) como consecuencia de haber conseguido incremento en los niveles de ocupación (+1,28%) pero con descensos de los precios (-2,59%) por un mal comportamiento en el mes de Octubre. Cabe mencionar que en los meses de diciembre y enero la evolución es positiva tanto en precio como en ocupación. En el cuarto trimestre se refleja el efecto de las medidas de ajuste y contención con una reducción significativa de los gastos operativos (-8,6%) que junto al crecimiento de ingresos (+1,8%), logra incrementar el GOP un +33,1% y el EBITDA un +366,2% respecto al último trimestre del año anterior.
- El RevPar LFL acumulado de 12 meses muestra un comportamiento negativo (-2,35%), como consecuencia de la combinación de ligeros incrementos en los niveles de ocupación (+0,58%) pero con descensos en los precios medios (-2,91%). La ciudad de Barcelona se sigue comportando mejor que el resto de las ciudades. La unidad de negocio presenta la mayor caída de ingresos del grupo (-3,0%) en el año, debido a la caída de los precios medios y a la reducción de los ingresos de restauración. A pesar de la reducción obtenida de los gastos operativos (-3,5%), vía reducción tanto de los gastos de personal (-1,5%) como del resto de gastos operativos (-6,0%), la caída de los ingresos hace que la unidad de negocio no consiga obtener crecimiento a nivel de GOP pero si a nivel de EBITDA (€+11,1M) por la fuerte reducción conseguida de los gastos de arrendamiento (-14,4%).
- Esperamos un primer trimestre del 2014 con evolución positiva confirmando la tendencia observada en los meses de diciembre y enero tanto en precios como en ocupación.

B.U. Italia

- En el cuarto trimestre el comportamiento sigue siendo positivo y se ha comportado mejor que los trimestres anteriores (Q1 +0,69%, Q2 +2,67%, Q3 +1,16% y Q4 +3,80%) como consecuencia de crecimientos tanto en los niveles de ocupación (+2,01%), como en los precios (+1,75%). Destacamos el excelente comportamiento de la ciudad de Milán, con un calendario de eventos favorable y con crecimiento del RevPar de un (+12,6%) vía crecimiento del precio medio (+7,7%) y de la ocupación (+4,5%). Los ingresos han alcanzado un crecimiento del 3,1% (superior a los dos trimestres anteriores: Q2: +0,5% y Q3:+1,3%) que junto a la reducción de los gastos operativos (-3,5%) y de arrendamiento (-11,9%) permite un crecimiento de casi €4 millones a nivel de EBITDA (+250,1%).

- El dato a 12 meses de RevPar LFL muestra un incremento respecto al año anterior del (+2,08%), explicado por un fuerte incremento del nivel de ocupación (+3,16%) y por una reducción de los precios medios (-1,05%). Alcanza en el año un nivel de ingresos algo superior respecto al año anterior (+0,7%) y consigue aumentar el GOP frente al año pasado (+9,6%) tras una exitosa reducción de los gastos operativos (-2,7%, con una reducción de los gastos de personal de -6,3%) a pesar de tener crecimientos de ocupación significativos (+3,2%). Con la reducción obtenida en los gastos de arrendamiento (-8,2%) por renegociación de contratos, consigue una mejora del EBITDA del +62,5% (+€8,5M), al seguir beneficiándose de las reformas realizadas en los últimos años.
- Para el primer trimestre del año se espera que continúe el comportamiento positivo conseguido a lo largo del año.

B.U. Benelux

- En el cuarto trimestre ha obtenido resultados ligeramente por encima a los del año anterior, como consecuencia de haber conseguido crecimientos en los niveles de ocupación (+3,25%) con descenso de los precios medios (-2,57%). Ámsterdam y los centros de conferencias se han comportado mejor que el resto, con aumentos de los porcentajes de ocupación por encima del 5%. En el trimestre se reporta un incremento de los ingresos (+1,7%) inferior al del tercer trimestre (+4,2%), pero mostrando una mejor evolución de los gastos (-2,3% en Q4 y +3,9% en Q3), permitiendo crecimientos de GOP (+9,9%) y del EBITDA (+10,7%).
- Acumulado a 12 meses esta unidad de negocio presenta una ligera reducción del RevPar LFL de (-0,89%), con niveles de ocupación por encima del año anterior (+1,66%) pero con caída de los precios medios del (-2,51%). Registra en el año un nivel de ingresos algo inferior respecto al año anterior (-0,4%) por el mal comportamiento en la primera mitad del año. Los gastos operativos aumentan un +1,7% en el año produciendo un deterioro de los resultados, como consecuencia haber mantenido estables los gastos de personal con mayores tasas de ocupación y del incremento de otros gastos operativos (+3,5%), principalmente por gastos de sistemas y marketing.
- Para el primer trimestre del año se esperan niveles de RevPar superiores a los del año anterior, ya que el cambio de tendencia se observó en el segundo semestre del 2013 y se mantiene como prioridad la mejora de precios en Ámsterdam y Bruselas.

B.U. Europa Central

- En el cuarto trimestre esta unidad de negocio ha tenido un comportamiento muy bueno y el mayor crecimiento del Grupo (+6,41%) gracias a crecimientos tanto del nivel de ocupación (+3,23%) como de los precios medios (+3,08%) que junto a la reducción de gastos (-2,0%), permite generar en el trimestre €5 millones más de EBITDA que en el año anterior.
- Esta unidad de negocio logra también alcanzar en el conjunto del año el mayor crecimiento del grupo, con un incremento del RevPar LFL de (+3,58%), motivado principalmente por un fuerte crecimiento en la ocupación (+4,65%) aunque con descenso en los precios del (-1,03%). El incremento de ingresos en el año es de +1,1%. Aislado el efecto de la feria DRUPA de Dusseldorf (se celebra cada cuatro años y se celebró el año anterior), el descenso de los precios medios en esta unidad de negocio habría sido sólo del (-0,73%). En general, todas las ciudades alemanas han tenido niveles altos de ocupación, siendo destacable el incremento en la ciudad de Múnich, del (+8,30%). Los gastos operativos suben un +3,8%, como consecuencia del mayor nivel de actividad (+4,65%, alcanzado un nivel de ocupación del 71,3%), el aumento del gasto de energía por haber entrado en vigor la ley de energía renovable, los gastos de sistemas y la nueva oficina de reservas de grupos en Berlín desde Octubre de 2012. Como

consecuencia de incrementos de gastos superiores al crecimiento de ingresos, presenta deterioro tanto a nivel de GOP como de EBITDA (-3,8% y -18,0% respectivamente).

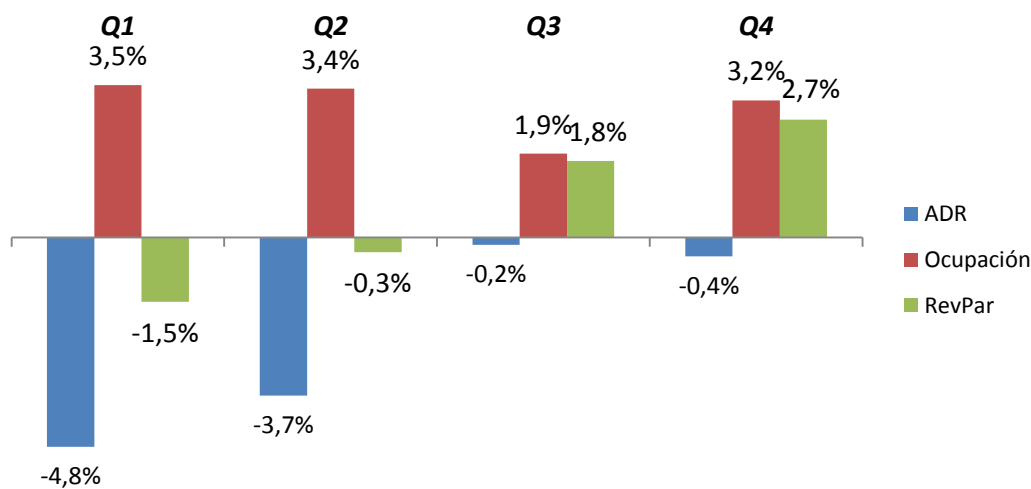
- La previsión para el primer trimestre sigue siendo positiva.

B.U. Las Américas

- Latinoamérica continúa presentado comportamientos muy diferentes en sus principales mercados. México destaca positivamente con incrementos de RevPar a 12 meses superiores al 7%, impulsado principalmente por el crecimiento en la ocupación en los hoteles. Argentina, sin embargo, muestra un comportamiento muy débil a 12 meses (-8,93%), como consecuencia de la caída en precios muy afectados por la desfavorable evolución del tipo de cambio, aunque en el cuarto trimestre el fuerte incremento en la ocupación casi ha superado la caída de los precios y ha obtenido por lo tanto un comportamiento en RevPar ligeramente inferior al año anterior (-1,15%).
- El cuarto trimestre ha seguido con comportamiento positivo (Q1 -12,30%, Q2 +0,74%, Q3 +6,70% y Q4 +3,93%), donde resaltamos que la ocupación ha aumentado un +11,66%. Los precios se redujeron un -6,92% como consecuencia de la desfavorable evolución del tipo de cambio. En el último trimestre la reducción del coste de personal (-8,6%) y de otros gastos operativos (-6,3%) han permitido que la mejora de ingresos (+5,5%) se traduzca en un incremento del EBITDA del 40,3%.
- Acumulado a 12 meses presenta una caída del RevPar LFL del (-2,80%), con incrementos en el nivel de ocupación (+7,73%) y fuerte descenso de los precios medios (-9,77%). Con tipos de cambios constantes la evolución de los precios medios habría sido positiva (+0,55%) y por tanto un crecimiento del RevPar del +8,32%. Presenta la mejor evolución de los ingresos en el año con un incremento del +2,1% como consecuencia del buen comportamiento de los niveles de ocupación (+7,73%) y del incremento de los ingresos de restauración (+12,1%) aunque se ve afectada negativamente por la depreciación del peso argentino que ha sido de un 20% respecto al año anterior. La espiral inflacionista en Argentina y el mayor nivel de actividad incrementa los costes de la unidad de negocio (+2,5%), presentando niveles de GOP y EBITDA muy similares al año anterior
- Las expectativas para el primer trimestre son positivas para México y negativas para Argentina.

NH HOTELES REVPAR 12 MESES 2013											
	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2.013	2.012	2.013	2.012	% Var	2.013	2.012	% Var	2.013	2.012	% Var
España y Portugal "Like for like"	12.009	11.995	63,57%	63,21%	0,58%	67,18	69,19	-2,91%	42,71	43,74	-2,35%
B.U. ESPAÑA	12.785	13.473	62,44%	61,45%	1,61%	66,76	68,10	-1,97%	41,68	41,84	-0,39%
Italia "Like for like"	6.451	6.423	64,22%	62,25%	3,16%	88,25	89,18	-1,05%	56,67	55,52	2,08%
B.U. ITALIA	7.582	7.542	62,38%	59,80%	4,31%	91,33	91,61	-0,31%	56,97	54,79	3,99%
Benelux "Like for like"	8.428	8.428	66,71%	65,62%	1,66%	85,50	87,70	-2,51%	57,04	57,55	-0,89%
B.U. BENELUX	8.655	8.896	66,99%	66,22%	1,16%	87,21	91,62	-4,81%	58,42	60,67	-3,71%
Europa Central "like for like"	12.628	12.626	71,33%	68,16%	4,65%	76,88	77,68	-1,03%	54,84	52,94	3,58%
B.U. EUROPA CENTRAL	12.628	12.733	71,33%	67,94%	4,99%	76,88	77,50	-0,80%	54,84	52,65	4,15%
TOTAL EUROPA "LIKE FOR LIKE"	39.516	39.473	66,83%	65,15%	2,57%	77,69	79,12	-1,80%	51,92	51,55	0,72%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	41.650	42.644	66,07%	64,09%	3,09%	78,60	80,02	-1,77%	51,93	51,29	1,26%
Latinoamerica "Like for like"	3.043	3.043	66,59%	61,82%	7,73%	62,78	69,57	-9,77%	41,81	43,01	-2,80%
LATINOAMERICA CONSOLIDADO	3.277	3.288	66,24%	60,91%	8,76%	63,19	69,67	-9,31%	41,85	42,43	-1,37%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	42.559	42.516	66,81%	64,91%	2,92%	76,63	78,47	-2,34%	51,20	50,94	0,51%
TOTAL CONSOLIDADO	44.927	45.932	66,08%	63,86%	3,47%	77,48	79,32	-2,32%	51,20	50,65	1,07%

Evolución por trimestres



"Like For Like"
% Var

Evolución por Unidad de Negocio

	Ocupación				ADR				RevPar			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
España	2,0%	1,0%	-1,2%	1,3%	-6,6%	-4,5%	1,7%	-2,6%	-4,7%	-3,5%	0,4%	-1,3%
Italia	6,4%	3,7%	1,4%	2,0%	-5,4%	-1,0%	-0,2%	1,7%	0,7%	2,7%	1,2%	3,8%
Benelux	2,8%	-0,4%	2,0%	3,3%	-7,4%	-3,6%	2,7%	-2,6%	-4,8%	-3,9%	4,8%	0,6%
Europa Central	6,0%	7,3%	2,4%	3,2%	-1,1%	-3,8%	-2,3%	3,1%	4,8%	3,3%	0,1%	6,4%
Latinoamerica	-4,3%	8,1%	13,5%	11,7%	-8,4%	-6,8%	-6,0%	-6,9%	-12,3%	0,7%	6,7%	3,9%
NH HOTELES	3,5%	3,4%	1,9%	3,2%	-4,8%	-3,7%	-0,2%	-0,4%	-1,5%	-0,3%	1,8%	2,7%

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2013 VS 2012						
(€ millones)	2013 4T	2012 4T	%DIF	2013 12 meses	2012 12 meses	%DIF
ESPAÑA	74,66	73,33	1,8%	294,59	303,66	(3,0%)
ITALIA	47,61	46,18	3,1%	192,72	191,32	0,7%
BENELUX	72,88	71,65	1,7%	280,88	281,92	(0,4%)
EUROPA CENTRAL	95,74	92,25	3,8%	361,26	357,50	1,1%
AMERICA	21,15	20,05	5,5%	73,78	72,26	2,1%
INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	312,04	303,47	2,8%	1.203,23	1.206,65	(0,3%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 13/12	10,84	20,02	(45,9%)	62,72	81,35	(22,9%)
INGRESOS	322,88	323,50	(0,2%)	1.265,95	1.288,01	(1,7%)
ESPAÑA	50,37	55,08	(8,6%)	210,51	218,16	(3,5%)
ITALIA	33,05	34,26	(3,5%)	133,86	137,61	(2,7%)
BENELUX	47,21	48,30	(2,3%)	187,49	184,34	1,7%
EUROPA CENTRAL	63,37	64,67	(2,0%)	236,75	228,06	3,8%
AMERICA	12,96	13,95	(7,1%)	51,07	49,82	2,5%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	206,94	216,26	(4,3%)	819,67	818,00	0,2%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 13/12	8,48	10,61	(20,1%)	50,57	58,25	(13,2%)
GASTOS OPERATIVOS	215,42	226,87	(5,0%)	870,24	876,25	(0,7%)
ESPAÑA	24,29	18,25	33,1%	84,08	85,49	(1,6%)
ITALIA	14,57	11,93	22,1%	58,86	53,71	9,6%
BENELUX	25,67	23,35	9,9%	93,39	97,57	(4,3%)
EUROPA CENTRAL	32,37	27,58	17,4%	124,51	129,44	(3,8%)
AMERICA	8,19	6,10	34,2%	22,71	22,44	1,2%
GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"	105,10	87,21	20,5%	383,56	388,66	(1,3%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 13/12	2,36	9,41	(74,9%)	12,15	23,10	(47,4%)
GOP	107,46	96,62	11,2%	395,71	411,75	(3,9%)
ESPAÑA	17,35	20,86	(16,8%)	74,18	86,65	(14,4%)
ITALIA	9,13	10,37	(12,0%)	36,88	40,18	(8,2%)
BENELUX	11,25	10,31	9,1%	45,38	43,02	5,5%
EUROPA CENTRAL	26,57	27,08	(1,9%)	103,97	104,36	(0,4%)
AMERICA	1,35	1,22	10,0%	5,41	4,92	9,9%
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"	65,64	69,85	(6,0%)	265,83	279,13	(4,8%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 13/12	2,02	4,13	(51,2%)	10,22	13,17	(22,4%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD	67,66	73,97	(8,5%)	276,05	292,30	(5,6%)
ESPAÑA	6,95	(2,61)	366,2%	9,90	(1,15)	959,9%
ITALIA	5,44	1,55	249,8%	21,98	13,53	62,5%
BENELUX	14,42	13,04	10,6%	48,01	54,55	(12,0%)
EUROPA CENTRAL	5,80	0,50	1054,1%	20,54	25,07	(18,1%)
AMERICA	6,85	4,88	40,3%	17,30	17,52	(1,3%)
EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"	39,45	17,36	127,2%	117,73	109,52	7,5%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 13/12	0,35	5,29	(93,4%)	1,93	9,92	(80,6%)
EBITDA	39,80	22,65	75,7%	119,66	119,45	0,2%

Resultados Recurrentes Consolidados

En el último trimestre del año los ingresos se reducen €-1,5M (-0,5%), consiguiendo una mejora frente a una caída acumulada en los primeros nueve meses del -2,8% (1T: -3,8%; 2T: -2,6% y 3T: -2,3%). En los 12 meses, la reducción de los ingresos es de €-29,3M (-2,2%) como consecuencia de:

- Caída de la actividad hotelera en un -1,7% (€-22,1M), motivado principalmente por:
 - Salida del perímetro de consolidación de hoteles (representan €28M compensados en parte por los hoteles que estaban en reforma en el 2012 o se abrieron recientemente):
 - Los cierres más significativos del año anterior fueron: NH Cándor (1 abril), NH Mercader (16 de abril) y NH Trier (2 de julio).
 - Los cambios en el perímetro en el 2013 son:
 - Cierre de los hoteles en arrendamiento NH Abashiri, NH Girona, NH La Perdiz, NH Veracruz y NH Vicenza.
 - Cambio a franquicia de los hoteles NH Villa de Coslada, NH Califa, NH Puerto de Sagunto y NH Campo Cartagena que eran contratos de arrendamiento y el hotel NH Krasnapolsky que pasa a ser un hotel en gestión desde el 26 de junio.
 - Caída de la venta de F&B en €10M (-3,12%). El deterioro en la venta de F&B tiene un menor impacto en GOP que la venta de habitaciones. Europa Central, España y Benelux han sufrido una reducción más intensa en estos negocios, con caídas de entre un -3% y -6%, mientras que Italia registra ventas algo superiores al año anterior (+1,2%). Latinoamérica destaca positivamente, con incremento en Restauración de +12,8%.
 - Descenso de los precios medios (2,3%)
- Disminución de los ingresos de la actividad inmobiliaria un -32,7% (€-7,2M) afectada por el cambio de normativa. Ver explicación en el apartado de la Actividad Inmobiliaria analizado más adelante.

En cuanto a los gastos operativos, los esfuerzos por dotar de una mayor eficiencia a la compañía, permitieron una reducción de los mismos en un -1,8% en el año a pesar del incremento de la ocupación (+3,47%, pasando de un 63,86% en 2012 al 66,08% en 2013), además del efecto de la absorción de la inflación. En el último trimestre del 2013 la reducción de los gastos operativos es aún mayor -6,2%, reflejando el impacto de las medidas tomadas durante el año.

- Los gastos de personal, gracias a los planes de contención lanzados durante 2012 y 2013, presentan una reducción respecto al año anterior del -1,1%, a pesar de tener niveles de actividad superiores al año anterior, de haber reforzado los equipos comerciales y del efecto de la inflación. En el último trimestre del año los gastos de personal se reducen un -2,7% como consecuencia de los ajustes de plantillas implantados en Italia (finales de 2012), España (a mitad de año 2013) y Holanda (dos últimos meses del 2013).
- Los otros gastos directos de gestión se reducen un -0,4% compensando el aumento de los gastos extraordinarios de sistemas (en línea con el nuevo plan de sistemas que se está realizando en la compañía) y del aumento de los gastos de energía. En el último trimestre la tendencia es aún mejor con una reducción de -6,7%, impulsado por la disminución de las comisiones.
- Los costes de la actividad inmobiliaria se reducen un 97,3% por el cambio de normativa explicado en el primer párrafo del apartado de la Actividad Inmobiliaria.

En el año 2013 y como consecuencia de todo lo anterior, el EBITDA recurrente se sitúa en €+121,6M (€+3,4M o +2,9% respecto al 2012), consiguiendo un ratio de absorción de la caída de ventas (€-29,3M o -2,2%) del 112%. En el último trimestre del año dicha evolución es aún mejor: el EBITDA recurrente se sitúa en €+41,1M (€+19,5M o +90,2% respecto al último trimestre del 2012), a pesar de la caída de ventas (€-1,5M o -0,5%).

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG						
(millones de €)	4T 2013	4T 2012	2013/2012	12M 2013	12M 2012	2013/2012
Ingresos de la Actividad Hotelera	322,9	323,5	(0,2%)	1.266,0	1.288,0	(1,7%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	6,2	7,1	(13,0%)	14,9	22,1	(32,7%)
TOTAL INGRESOS	329,0	330,6	(0,5%)	1.280,8	1.310,1	(2,2%)
Coste de Ventas Inmobiliaria	(0,1)	(4,0)	(97,0%)	(0,3)	(10,0)	(97,3%)
Coste de Personal	(112,3)	(115,4)	(2,7%)	(460,7)	(465,8)	(1,1%)
Gastos Directos de Gestión	(107,9)	(115,6)	(6,7%)	(421,8)	(423,3)	(0,4%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	108,8	95,6	13,7%	398,1	411,1	(3,2%)
Reversion Provisión Contratos Onerosos	3,0	(0,5)	(722,9%)	12,4	0,4	(2847,6%)
Arrendamientos y Contribución Urb.	(70,7)	(73,6)	(4,0%)	(288,9)	(293,4)	(1,5%)
EBITDA	41,1	21,6	90,2%	121,6	118,1	2,9%
Amortizaciones	(22,6)	(28,2)	(19,6%)	(93,9)	(112,7)	(16,6%)
EBIT	18,5	(6,6)	381,4%	27,7	5,5	403,8%
Gastos Financieros	(15,0)	(15,5)	(3,1%)	(59,0)	(54,8)	7,5%
Resultados Puesta en Equivalencia	0,7	(3,2)	121,6%	(4,7)	(4,2)	(10,4%)
EBT	4,1	(25,2)	116,4%	(36,0)	(53,6)	32,9%
Impuesto sobre Sociedades	(3,8)	(21,8)	(82,4%)	(9,2)	(28,9)	68,3%
Resultado antes de Minoritarios	0,3	(47,0)	100,7%	(45,1)	(82,4)	45,3%
Intereses Minoritarios	(1,0)	9,3	(110,8%)	1,0	15,5	(93,3%)
RESULTADO NETO recurrente	(0,7)	(37,7)	98,2%	(44,1)	(66,9)	34,1%
EBITDA no recurrente	(11,1)	(30,0)	63,1%	21,3	(40,2)	153,0%
Otros elementos no recurrentes	(17,7)	(174,4)	89,9%	(17,0)	(185,0)	90,8%
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(29,5)	(242,1)	87,8%	(39,8)	(292,1)	86,4%

Evolución financiera y otros hechos relevantes

- **Arrendamientos:** La compañía ha logrado reducir los gastos de arrendamiento en el año 2013 en un -1,5%, compensando además incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC. A lo largo del año 2013 se han realizado 56 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento con EBITDA negativo, logrando asimismo la cancelación de 8 contratos de arrendamiento. Con estas actuaciones se consiguen ahorros anualizados de €16,7 millones, de los cuales €6,9 millones son temporales. En el 2014 se prevén reducciones de rentas adicionales a las ya obtenidas.
- **Amortizaciones:** El gasto por amortizaciones se ha reducido un (-17%) como consecuencia de la provisión de impairment registrada en el año 2012.
- **Intereses Minoritarios:** muestran principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana que se reducen por la mejora de los resultados obtenidos.

EBITDA no recurrente

En el 2012 se incluyeron provisiones por reestructuración de plantillas con el objetivo de reducir las diferencias en gasto de personal existentes en España e Italia en comparación con otras unidades de negocio muy superiores en eficiencia (Benelux y Europa Central).

En el año 2013 se incluye a nivel de EBITDA €+21,3M que incorporan la plusvalía por la venta del hotel NH Krasnapolsky así como el defecto de indemnizaciones provisionadas en el año anterior del 2012 que han permitido variabilizar las funciones de limpieza de habitaciones tanto en España como en Italia.

Otros elementos no recurrentes

- **Impairment:** Este año, tras la elevada provisión registrada al cierre del año 2012, no ha sido necesario dotar ningún importe adicional a nivel consolidado.
- **Variación valor razonable en instrumentos financieros:** incluye en primer lugar la reducción de la provisión por el Equity Swap que cubre el Plan de Opciones aprobado en 2007 y que como consecuencia de la subida del precio de la acción desde el cierre de 2012 hasta la cancelación del mismo en el mes de noviembre (de €2,61 a €4,00) por la refinanciación de la deuda, tiene signo positivo (€+9,60M). En segundo lugar, incluye también el valor de mercado de los derivados de tipo de interés del grupo, que debido a su evolución desfavorable durante el año, contribuyen negativamente en esta línea (€-1,93M).
- **Otros elementos:** las principales partidas son gastos financieros no recurrentes (€-11,1M) por los costes inherentes a la refinanciación de la deuda y por la reversión de la diferencia de conversión por reparto de dividendos de Latinoamérica, la depreciación no recurrente (€-11,7M) por la baja de activos relacionados con los cambios de sistemas, impacto en minoritarios por la reversión de provisiones en Italia (-€2,6M), la pérdida por puesta en equivalencia de un hotel no consolidado (-€1,8) y por último el impacto fiscal de las partidas no recurrentes (€+3,2).

Deuda Financiera y Liquidez

A 31 de diciembre de 2013 Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	Vencimiento				
				2014	2015	2016	2017	≥ 2018
Deuda Senior								
Préstamo Sindicado a Largo Plazo	133,3	-	133,3	19,0	19,0	19,0	76,3	-
Crédito Sindicado a Largo Plazo	66,7	66,7	-	-	-	-	-	-
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250,0	-	250,0	-	-	-	-	250,0
Total deuda garantizada por el Colateral	450,0	66,7	383,3	19,0	19,0	19,0	76,3	250,0
Otra deuda con Garantía	201,0	7,5	193,5	27,9	29,1	22,1	52,4	62,0
Total deuda con garantía	651,0	74,2	576,8	46,9	48,1	41,1	128,7	312,0
Bonos Convertibles sin garantía (Vencimiento 2018)	223,4	0,0	223,4	-	-	-	-	223,4
Préstamos y créditos sin garantía	25,6	6,6	19,0	19,0	-	-	-	0,0
Préstamos subordinados	75,0	0,0	75,0	-	-	-	-	75,0
Total deuda sin garantía	324,0	6,6	317,4	19,0	-	-	-	298,4
Gastos de formalización	-	-	(21,5)	(0,7)	(0,7)	(0,7)	(2,9)	(16,5)
Deuda por intereses	-	-	6,6	6,6	-	-	-	-
Total deuda	975,0	80,8	879,3	71,7	47,4	40,4	125,8	594,0
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes		133,9	133,9					
Deuda neta		214,6	745,4					

* Según calendario de vencimientos originales

Avance Ventas y Resultados 12 meses 2013

Madrid, 27 Febrero 2014

- La deuda del Grupo al cierre del 2013 es de €745,4M, incrementándose respecto al tercer trimestre de 2013 (€686M) debido a la refinanciación de la deuda en el último trimestre del año, que permite sentar las bases financieras para acometer el nuevo plan estratégico a 5 años así como la cancelación en el mes de noviembre del Equity Swap que cubría el Plan de Opciones aprobado en 2007.
- El incremento del gasto financiero en el año responde al aumento de los spreads de la antigua financiación hasta el mes de junio. En el último trimestre los gastos financieros se reducen respecto al año anterior por las amortizaciones de deuda acometidas durante el año.

Actividad Inmobiliaria

El 1 de enero de 2013 entró en vigor la norma NIIF 11 Acuerdos Conjuntos, que elimina la opción de la consolidación proporcional para las entidades que se controlan conjuntamente, como es el caso de Residencial Marlin y los Alcornos de Sotogrande, que pasan a incorporarse por puesta en equivalencia. Este cambio tiene un impacto significativo en las ventas del ejercicio 2013, ya que las ventas de estas compañías no aparecerán en el epígrafe de ingresos de la Cuenta de Resultados Consolidada.

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €14,88M frente a los €22,11M alcanzados en el año 2012. Respecto a las ventas de producto terminado residencial, durante el ejercicio 2013 se han escriturado 22 apartamentos de Residencial Marlin por importe de €4,07M*, frente a un total de 25 viviendas por un importe de €10,78M en el ejercicio 2012, de los cuales 18 eran apartamentos de Ribera del Marlin por €4,36M* y 7 villas de las Cimas de Almenara por €6,42M.
- El 10 de diciembre de 2013 la Sociedad materializó la venta del Colegio Internacional por importe de €4,50M, lo que ha supuesto un beneficio de €1,15M

(*) Estos ingresos no se reflejan en el epígrafe Ingresos de la actividad inmobiliaria de la cuenta de resultados por el cambio de normativa contable NIIF 11 Acuerdos Conjuntos.

Teniendo en cuenta el mismo criterio contable en el periodo, el incremento de las ventas sería del 3%, equivalente a €0,25M.

- El EBITDA fue de €1,91M, comparados con los €-1,30M en el mismo periodo del año pasado. Si en el resultado del año pasado hacemos un restatement aplicando la misma normativa, el EBITDA habría sido de €-0,48M. Esta mejora del EBITDA en el ejercicio 2013 corresponde fundamentalmente a la venta del Colegio Internacional, la mayor venta de parcelas y atraques, así como la reducción de gastos operativos. El Resultado Neto es de €-0,30M, comparado con los €-57,28M del año anterior. El resultado neto de la sociedad ha mejorado a 31 de diciembre de 2013 ya que la sociedad había dotado una provisión por depreciación de existencias por €-51,66M y había incurrido en un gasto de indemnizaciones por despidos de €-0,85M.
- A 31 de diciembre de 2013, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar, por importe de €1,3M, correspondientes al producto Ribera del Marlin pendiente de escriturar por parte de los compradores (€0,98M) y atraques de La Marina (€0,31M).

Firmas y Aperturas

Desde el 1 de enero de 2013 hasta el 31 de diciembre de 2013, NH Hoteles ha firmado un contrato en arrendamiento en Curitiba (Brasil) con 180 habitaciones y fecha prevista de apertura en el año 2016, un contrato en gestión en Punta Cana (República Dominicana) de 750 habitaciones y que se abrió en noviembre 2013 y un

contrato en gestión en Santiago de Chile (Chile) con 146 habitaciones, en la categoría NHOW y apertura prevista a final del año 2016.

Ciudad/País	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Curitiba, Brasil	Arrendamiento	180	2016
Punta Cana, Rep. Dominicana	Gestión	750	2013
Santiago de Chile, Chile	Gestión	146	2016
		1.076	

Nuevas Incorporaciones

Durante los primeros doce meses del año 2013 se han producido dos extensiones de hoteles, el hotel Hesperia WTC Valencia de Venezuela ha ampliado su número de habitaciones en 47, hasta alcanzar las 323 habitaciones y el hotel NH Puebla de México ha ampliado su número de habitaciones en 52 hasta alcanzar 180 habitaciones. También ha abierto sus puertas el primer hotel del grupo en Puerto Príncipe, Haití, de 72 habitaciones y el hotel de 5 estrellas en Uvero Alto, República Dominicana de 750 habitaciones.

Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2013

Hoteles	Ciudad/País	Contrato	# Habitaciones
Ext Hesperia WTC Valencia	Valencia, Venezuela	Gestión	47
Ext NH Puebla	Puebla, Mexico	Gestión	52
NH Haití el Rancho	Puerto Príncipe, Haití	Gestión	72
Breathless Punta Cana	Punta Cana, Rep. Dominicana	Gestión	750
Total Nuevas Aperturas			921

Gestión de Activos

Venta de Activos No Estratégicos

El 24 de junio NH Hoteles anunció la venta del Hotel Krasnapolsky en Ámsterdam, Holanda, de 468 habitaciones, por un precio de venta bruto de 157 millones de euros, manteniendo NH la explotación hotelera con un contrato de gestión por un periodo de 25 años (con fees de gestión estimados por encima de 2 millones de euros). La venta conlleva plusvalías brutas para el Grupo NH por importe de 42 millones de euros. El comprador invertirá en la reforma del hotel cerca de 40 millones de euros. El EBITDA generado por el hotel en el año 2012 fue de 16,2 millones de euros.

Hoteles que cambian de contrato desde el 1 de enero al 31 de diciembre 2013

Hoteles	Ciudad/País	Mes	De	A	# Habitaciones
NH Califa	Córdoba, España	Marzo	Renta	Franquicia	65
NH Puerto Sagunto	Valencia, España	Junio	Renta	Franquicia	99
NH Grand Hotel Krasnapolsky	Amsterdam, Holanda	Junio	Propiedad	Gestión	468
NH Campo de Cartagena	Cartagena, España	Septiembre	Renta	Franquicia	51
Total Cambios de Perímetro					683

Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero al 31 de diciembre 2013

Hoteles	Ciudad/País	Mes	Contrato	# Habitaciones
NH Abashiri	Valencia, España	Febrero	Renta	168
NH Girona	Gerona, España	Marzo	Renta	115
Hesperia Park Hotel Troya	Tenerife, España	Marzo	Gestion	318
NH Liberty	Messina, Italia	Abril	Gestion	51
NH Royal Palace	Messina, Italia	Abril	Gestion	103
NH La Perdiz	Jaen, España	Agosto	Renta	81
NH Rincon de Pepe	Murcia, España	Septiembre	Gestión	146
Hesperia Ferrol	Ferrol, España	Septiembre	Gestión	95
NH Veracruz	Veracruz, México	Noviembre	Renta	108
Hesperia Areatza	Areatza, España	Diciembre	Franquicia	65
NH Jardines del Turia	Valencia, España	Diciembre	Gestión	112
NH Vicenza	Vicenza, Italia	Diciembre	Renta	115
NH Villacarlos	Valencia, España	Diciembre	Gestión	51
NH Albar	Albacete, España	Diciembre	Renta	52
Total Salidas				1.580

Adicionalmente se han cancelado 12 proyectos que estaban firmados y pendientes de apertura con un total de 1.287 habitaciones (744 habitaciones en régimen de arrendamiento y con una inversión de 7,13 millones de euros y 543 habitaciones en régimen de gestión). Seis proyectos estaban ubicados en España, tres en Italia, dos en Hungría y 1 en la República Checa.

HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELES POR PAÍSES A 31 DE DICIEMBRE 2013

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTION		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	161	19.474	3	86	10.032	16	2.428	51	6.386	8	628
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	49	7.970	1	31	5.185	15	2.280	3	505	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.509	4	16	2.441	17	3.520	2	548	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	10	1.550	-	2	434	8	1.116	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	3	556	-	2	397	-	-	1	159	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	2	321	-	1	121	-	-	1	200	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	2	242	-	1	198	1	44	-	-	-	-
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	579	-	-	-	-	-	2	579	-	-
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	2.049	-	-	-	11	1.524	2	525	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	4	2.011	-	-	-	-	-	4	2.011	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	3	1.194	-	-	-	-	-	3	1.194	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	1	137	-	-	-	1	137	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	122	-	-	-	1	122	-	-	-	-
HOTELES ABIERTOS		379	58.195	20	211	30.966	82	13.352	77	13.156	9	721

PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE DICIEMBRE 2013

Después de las últimas negociaciones y tras la cancelación de varios 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.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	1	96	-	-	-	-	-	1	96
B.U. ITALIA	ITALIA	3	481	-	2	322	-	-	1	159
B.U. BENELUX, UK, AF, F	PAISES BAJOS	1	278	-	-	-	-	-	1	278
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	-	1	-	-	-	-	-	-	1
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	1	200	-	-	-	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	BRASIL	1	180	-	1	180	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	146	-	-	-	-	-	1	146
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	1	142	-	-	-	-	-	1	142
PROYECTOS FIRMADOS		9	1.524	-	3	502	1	200	5	822

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

	2014	2015	2016
Inversión esperada (€ millones)	2,9	1,5	0,7

nh | HOTEL GROUP

nh
HOTELS


NH COLLECTION

nhow

Hesperia
RESORTS

www.nh-hotels.com