

De conformidad con lo establecido en el artículo 228 del Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores y normativa complementaria, NH Hotel Group, 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:

- Formulación de las Cuentas Anuales e Informe de Gestión de NH Hotel Group, S.A., tanto individuales como de su grupo consolidado, correspondientes al ejercicio 2015, las cuales se han remitido a la CNMV junto con el informe del auditor de las cuentas anuales.
- Aprobación del Informe Anual de Gobierno Corporativo y del Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros de NH Hotel Group, S.A., correspondientes al ejercicio 2015, habiendo sido enviados a la CNMV vía cifrado en el día de hoy.

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

En Madrid, a 25 de febrero de 2016

D. Carlos Ulecia Palacios  
Secretario General

*-La vuelta a beneficios avala su plan estratégico-*

## **NH AUMENTA SU EBITDA UN 36% Y LOGRA BENEFICIOS POR PRIMERA VEZ DESDE 2011**

- Después de dos años de inversiones, la Compañía cumple sus objetivos en 2015 y espera superarlos tras la reciente actualización de la visión de su plan estratégico, con una base de ingresos más altos, una cartera mejor posicionada y optimizada, así como un significativo aumento de la calidad
- Los ingresos totales crecen un 10,3% hasta los €1.395 millones; el EBITDA mejora un 35,8% hasta los €149,5 millones y el beneficio neto alcanza €0,9 millones, frente a pérdidas de -€9,6 millones en el mismo período del año anterior
- Mejora de forma creciente el comportamiento en la evolución de la actividad a lo largo del año, impulsada por la puesta en valor de la estrategia de gestión de precios implementada, alcanzando un incremento de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) del 11%
- Asumiendo un crecimiento moderado de la economía, la Compañía demuestra la solidez actual del Grupo con unas previsiones muy favorables para 2016, apuntando a un incremento estimado de los ingresos del 8%, un EBITDA en términos comparables con el ejercicio anterior en el entorno de los €200 millones y un objetivo de reducción del ratio de apalancamiento de 5,6 veces a 4,0
- La vuelta a la rentabilidad pone de manifiesto el foco del Grupo de generar valor al accionista lo antes posible, haciendo crecer el beneficio neto

**Madrid, 26 de febrero de 2016.** NH Hotel Group ha presentado hoy sus resultados correspondientes a 2015, confirmando la positiva tendencia experimentada durante todo el ejercicio. La Compañía afronta el tercer año de su plan estratégico **habiendo cumplido con las previsiones de crecimiento operativo del mercado**, tras dos ejercicios marcados por las inversiones en reposicionamiento y mejora de sus capacidades de organización, gestión y comunicación.

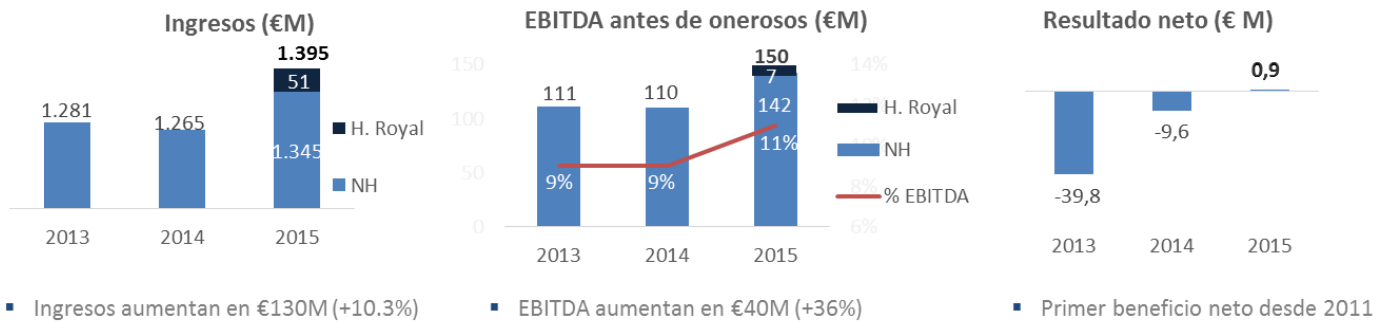
### **Evolución de resultados en 2015**

La favorable evolución de NH Hotel Group a lo largo del ejercicio 2015 ha permitido a la Compañía alcanzar unos **ingresos totales**, incluida la contribución de la cadena colombiana hoteles Royal, de **€1.395 millones**, un **10,3%** más que el año anterior (alcanzan los 6,3% sin Royal). El **EBITDA** antes de onerosos mejora un **35,8%** hasta los €149,5 millones y por primera vez desde 2011 la Compañía deja atrás las pérdidas, con un **beneficio neto de €0,9 millones** frente a pérdidas de -€9,6 millones en el mismo período del año anterior.

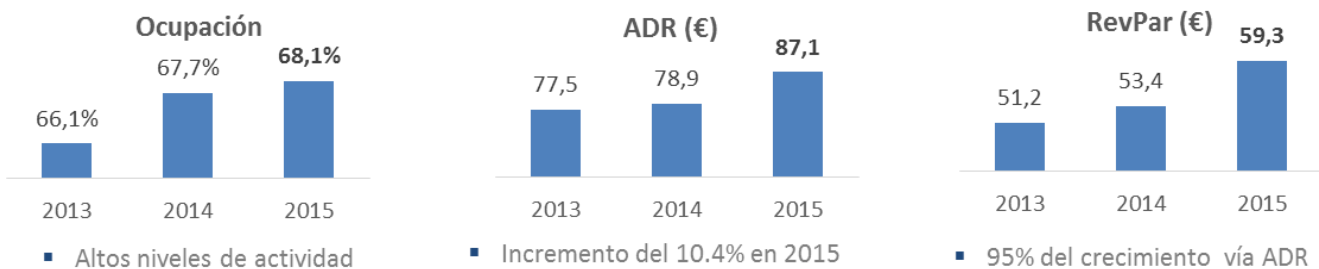
*Para más información:*

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





La actividad hotelera experimenta una **evolución creciente a lo largo del año**, con un comportamiento superior a los competidores en precios en los principales destinos donde opera el Grupo, impulsado por la puesta en valor de la **estrategia de gestión de precios** implementada. Como consecuencia, el Grupo presenta un aumento de los ingresos por habitación disponible (**RevPAR**) del **11%** en el conjunto del ejercicio, un 95% del mismo explicado por el incremento del precio medio. NH Hotel Group supera así el rango alto de objetivo de crecimiento de RevPAR en el año, con una mejor composición del mismo que le permite incrementar su eficiencia y rentabilidad.



Destaca la buena evolución experimentada por las unidades de negocio de **España e Italia** en este período, cuyo plan de **reposicionamiento** de activos ha sido **llevado a cabo** a lo largo de los primeros ejercicios del plan estratégico. Por su parte, las unidades de negocio de **Benelux y Europa Central** se verán **potencialmente beneficiadas a lo largo de 2016**, dado que las obras de reposicionamiento en estos mercados comenzaron en el segundo semestre de 2015. (*Anexo: Detalle de evolución por mercados en página 4*).

### Estatus del plan estratégico

La implementación del plan estratégico a cinco años del Grupo avanza **por delante de lo previsto y presenta un mayor potencial de sobrecumplimiento**, habiéndose prácticamente eliminado el riesgo de ejecución de las iniciativas del mismo. Como consecuencia, la Compañía ha logrado una base de ingresos más altos, con una cartera mejor posicionada, financieramente más optimizada, así como con un significativo aumento en la calidad percibida por los consumidores.

Para más información:

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



A final de 2015, los hoteles que representan el **64% del EBITDA** del Grupo están ya **en perfecto estado** y una vez que el plan de reposicionamiento por valor de €237 millones esté culminado, esta cifra aumentará hasta el 81%. Es significativo que los ingresos por habitación disponible (RevPAR) de los principales hoteles reposicionados crecen de media más de un 24%.

Gracias a la inversión en **reposicionamiento** e implementación de nuevos **básicos** en las habitaciones (*Brilliant basics*: TVs Led de última generación, colchones y almohadas exclusivas, nuevas duchas, secadores profesionales, cafeteras Nespresso y amenities), así como a la incorporación de **más hoteles a la marca upper upscale NH Collection**, que cerró 2015 con 50 hoteles y 7.715 habitaciones, la Compañía ha fortalecido su portfolio, logrando que el **27% de la cartera** se encuentre ya **en el top 10** de cada destino cuando el consumidor realiza una búsqueda en Trip Advisor (el 49% en el top 30). Desde el inicio del plan, 79 hoteles han sido objeto de reformas completas o menores y se prevé que en 2016 se lleve a cabo la reforma completa de otros 27 hoteles adicionales.

Por otro lado, el **plan de optimización** del portfolio, con menos hoteles no estratégicos para el Grupo (42 salidas desde 2013) y 120 renegociaciones de contratos de alquiler, permiten a la Compañía disponer hoy de una **cartera más rentable y con mayor potencial de futuro**.

Además, la confianza recuperada de inversores y propietarios ha **acelerado el ritmo de expansión** durante el pasado ejercicio, casi triplicando el número de firmas frente al año anterior (16 hoteles y 2.660 habitaciones en 2015), **mejorando** significativamente **la calidad de los activos y destinos** a incorporar en el portfolio bajo las marcas NH Collection y nhow (Roma, Londres, Ámsterdam, entre otros destinos).

## Perspectivas para 2016

Las fortalezas actuales del Grupo, una cartera mejor posicionada y rentable, mayor visibilidad en los mercados e incrementos de la satisfacción percibida por los consumidores, permiten a NH Hotel Group establecer unas **previsiones muy favorables** en el ejercicio, aun asumiendo un crecimiento moderado de la economía en 2016. La Compañía apunta a un **incremento** estimado de los **ingresos** para este ejercicio del **8%**, un **EBITDA** en términos comparables con el ejercicio anterior **en torno a €200 millones** y un objetivo de **reducción del ratio de apalancamiento de 5,6 veces a 4,0**.

La vuelta a la rentabilidad pone de manifiesto el foco del Grupo de **generar valor al accionista** lo antes posible, **haciendo crecer el beneficio neto**.

Entre los hitos más significativos a destacar en 2016, cabe señalar que **NH Hotel Group presentará en marzo sus planes de desarrollo en China**, tras la puesta en marcha de la **joint venture** con el Grupo HNA el pasado ejercicio, que prevé el desarrollo de una cartera de hoteles en este país bajo la fórmula de contratos de gestión. Actualmente, la sociedad conjunta se encuentra en proceso de incorporación de 6 hoteles en 4 ciudades (Beijing, Haikou, Dongguan y Tianjin).

Para más información:

### Datos del Departamento

T: +34 91 4519762

T: +34 91 4519718 (centralita)

comunicacion@nh-hotels.com

www.nh-hotels.com



## Previsiones a medio plazo: Actualización de objetivos del Plan Estratégico

En 2015 se actualizó la visión del Plan Estratégico permitiendo apuntar a niveles de **EBITDA en el entorno de los €250 millones**, frente a 200 millones, y reducción del apalancamiento a niveles entre 3,0-3,5 veces, frente a 3,0-4,0, **en el horizonte de 2017-2018**, reforzado por desinversiones adicionales dentro de la estrategia de rotación de activos.

## Evolución de la actividad hotelera comparable por mercados

(2015: Datos de hoteles comparables + hoteles en reforma)

**España** experimenta una tendencia muy positiva en todas las plazas con un crecimiento de RevPAR en el año del 16,3%, representando el crecimiento del precio medio el 63,2% de este incremento. Por su parte, la ocupación crece un 5,4%. Así, los ingresos aumentan un 11,0% y el EBITDA se incrementa frente al año anterior en €16,3 millones, hasta los €20,3 millones. La previsión del primer trimestre de 2016 sigue siendo muy favorable.

**Italia** es el mercado con mejor evolución del Grupo en ingresos por habitación disponible, con un crecimiento del 19,9% en 12 meses. En este período se constatan aumentos de precio medio del 41,1% en Milán, donde la Compañía cuenta con 12 hoteles, gracias a la celebración de la Exposición Universal en este destino. Los ingresos en este mercado crecen un 15,6% y el EBITDA alcanza los €48,6 millones. Las perspectivas para el primer trimestre continúan siendo positivas.

**La unidad de negocio de Benelux** ha experimentado un crecimiento del 7,1% en el año, debido principalmente al incremento en los precios del 6,2%. El cambio de segmentación hacia tarifas más rentables implementado desde el inicio de 2015, ha permitido a esta unidad de negocio mejorar los resultados trimestre a trimestre. En este mercado los ingresos crecen un 2,3% y el EBITDA se sitúa en €47,9 millones. Cabe señalar que esta unidad de negocio se ha visto afectada el pasado año por el inicio de las reformas programadas y el entorno de seguridad en Bruselas. Esta unidad de negocio, actualmente ejecutando su plan de reposicionamiento, se beneficiará potencialmente a partir del segundo trimestre, tras la finalización de las reformas más significativas en este mercado.

**Europa Central** refleja un aumento del 1,3% en RevPAR durante 2015, con un incremento de precios del 6,0%, y un descenso en ocupación del -4,4%, motivado por una menor afluencia de visitantes, 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. Los ingresos se mantienen en el entorno del año anterior -0,1% y el EBITDA cae ligeramente €-3,2 millones, explicado en gran parte por la pérdida de EBITDA de los hoteles en reforma. Se espera una evolución positiva a partir del segundo trimestre de 2016, una vez avanzado su plan de reposicionamiento de hoteles.

**La unidad de negocio de América** presenta un incremento de RevPAR comparable a tipo de cambio real del 11,9%, explicado fundamentalmente por un aumento de precio del 16,7%. Los ingresos, excluyendo la contribución de la cadena colombiana Hoteles Royal adquirida en marzo de 2015, crecen un 9,7%, alcanzando los €81,9 millones y el EBITDA se sitúa en €15,8 millones. En el primer trimestre de 2016 se espera un crecimiento del RevPAR en línea con los resultados registrados en 2015.

Para más información:

### Datos del Departamento

T: +34 91 4519762

T: +34 91 4519718 (centralita)

comunicacion@nh-hotels.com

www.nh-hotels.com



Por regiones, México presenta un crecimiento de RevPAR de 6,4% en moneda local, con una subida de precios del 11,4%. Por otro lado, en Mercosur (fundamentalmente Argentina) el RevPAR crece en moneda local un 11,7% con incrementos de precios medios del 15,8%

Cabe señalar que la cadena colombiana Hoteles Royal ha contribuido en el ejercicio con unos ingresos de €50,6 millones, un EBITDA de €7,1 millones y un beneficio neto total de 0,7 millones. Durante 2015, Hoteles Royal ha concluido el cambio de señalética en los 20 hoteles de la cadena, 10 de los cuales han sido incorporados a la marca NH Collection. Además, durante este período se ha alcanzado un alto porcentaje de cumplimiento de las sinergias previstas en distintas áreas operativas.

### 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)



**nhow**

**Hesperia**  
RESORTS

**VENTAS Y RESULTADOS**  
**12 meses 2015**  
**26 de Febrero de 2016**



**NH** | HOTEL GROUP

**NH**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

## Principales Magnitudes Ejercicio 2015

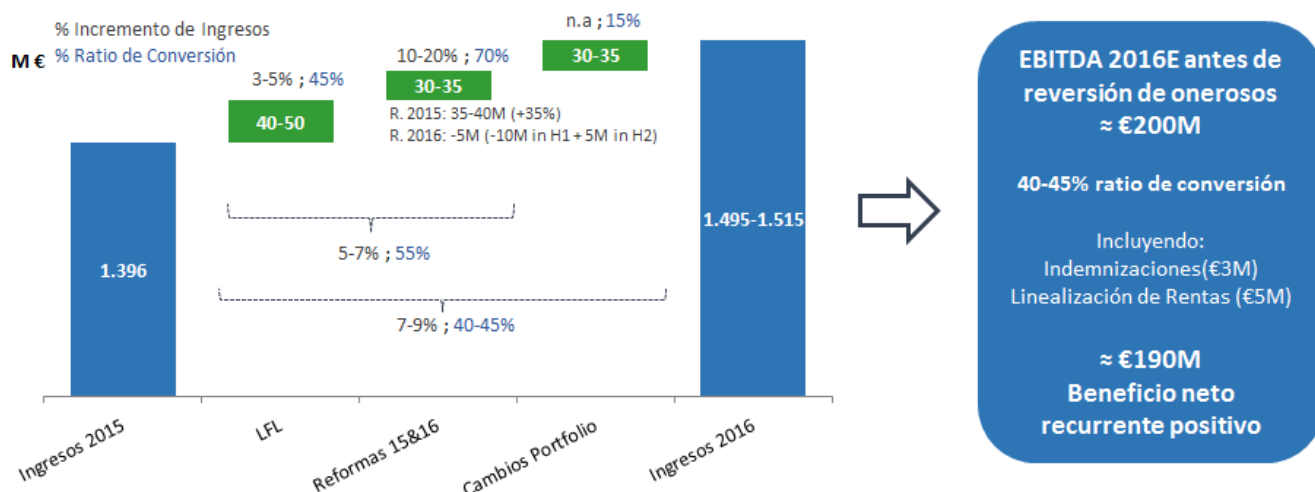
- **NH cumple con su objetivo cerrando el ejercicio 2015 con un EBITDA recurrente antes de onerosos de €150M (+€40M; +36%) y alcanzando Beneficio Neto positivo (+€0,9M), primer año desde 2011.**
- **La base del ejercicio 2015 y la evolución de las iniciativas por delante del plan tras dos años de inversiones** permiten apuntar **en el horizonte de 2017-2018 a niveles de EBITDA en el entorno de los €250M y reducir el apalancamiento a niveles entre 3,0-3,5x**, reforzado por unas **desinversiones adicionales** dentro de la estrategia de rotación de activos.
- **Incremento del RevPar consolidado del +11,0%**, superando el rango alto del objetivo para el año. **El crecimiento de los precios de +10,4%** (+€8,2: desde los €78,9 hasta €87,1) **representa el 95% del crecimiento del RevPar en el año. Los ingresos crecieron en el año +€80M (+6,3%)** alcanzando los €1.345M e **incorporando Hoteles Royal** desde el 4 de marzo el crecimiento fue de **+€130M (+10,3%) llegando a los €1.395M.**
- En este **segundo año de implementación del Plan Estratégico** se pone en valor la **estrategia de precios** obteniendo un **mayor crecimiento del Grupo en las top ciudades (+12,4%)** frente a los competidores directos (+7,0%), la **finalización de las inversiones de reposicionamiento en España e Italia y el inicio en Benelux y Alemania** hacia el final del año.
- El **mejor comportamiento del segundo semestre** del año aporta una base más alta para los objetivos de 2016. Los **ingresos recurrentes crecieron en H2 un +7,7%** (vs. +4,8% en H1) debido a un **incremento del RevPar del +12,2%** (vs. +9,7% en H1), destacando el comportamiento de las unidades de negocio de Italia y España, con un incremento conjunto de ingresos en el año de €68M (+13,0%). Alemania estuvo afectada negativamente por un cambio en la ejecución de las reformas al segundo semestre. Tanto en Alemania como en Benelux el cambio de segmentación es más difícil de compensar en los meses de menor actividad.
- Las menores habitaciones disponibles en el año 2015 (-1,9%), explicado por el **cierre de 10 hoteles en alquiler en España durante 2014 & 2015 y por las reformas acometidas** (678 habitaciones medias bloqueadas en el 2015), y el **cambio de segmentación hacia tarifas más rentables** pero con menores consumos de restauración, son las causas principales de la **diferencia entre el crecimiento de los ingresos (+6,3%) y el RevPar (+11,0%)** en el año.
- Los **gastos de personal** suben un **+ 4,5%** (+€20,7 millones), **el 25% del aumento se explica por el aumento de la actividad y un 30% por subida ligadas a convenios colectivos.** El resto de la subida se explica por la baja absorción de los hoteles renovados en Alemania por el cambio en la fecha de ejecución y por el refuerzo de los equipos comerciales y de revenue management.
- Los **otros gastos directos de gestión se incrementan un +5,6%** (+23,1M €) que se explica por un mayor **esfuerzo en marketing** (+€5,1 millones) y **en mantenimiento & reparaciones** (+€2,1M) vinculados al programa de remodelación. Las **comisiones** crecieron +€10,2M, un 42% del aumento se explica por los mayores ingresos y un 58% por el efecto del cambio de segmentación con foco en los clientes más rentables.
- El **margen de EBITDA antes de reversión de onerosos se incrementa al 11%** (vs. 9% en el 2014) con un **ratio de conversión del 41%** en el año. Destacan Italia y España con ratios de conversión del 65% y 51% respectivamente incluyendo las reformas. En Alemania excluyendo el impacto de los hoteles reformados en el año alcanzarían una tasa de conversión del 45% y en Benelux quitado el impacto negativos de Bruselas por problemas de inseguridad y el impacto de los hoteles en reformas la tasa de conversión sería del 42%.



Ventas y Resultados 12 meses 2015

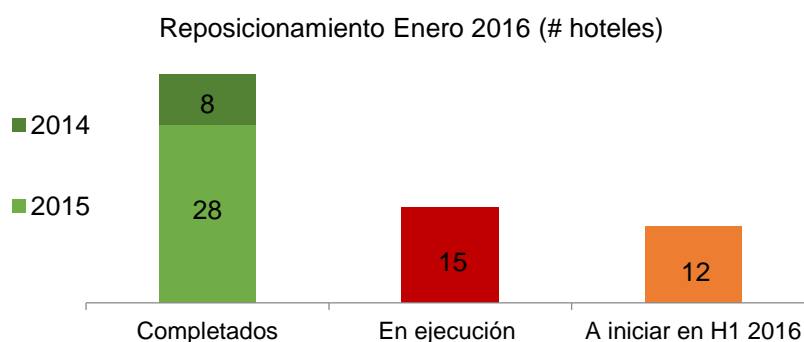
Madrid, 26 de Febrero 2016

- **La deuda financiera neta alcanza los €838M** a cierre del año incluyendo Hoteles Royal, impactada por el esfuerzo en capex (-€176M), adquisiciones y ventas (-€62M) y gastos no recurrentes (-€23M).
- **Perspectivas 2016:** crecimiento de los **ingresos del +7-9%** incluyendo las aperturas previstas en el año. El perímetro **LFL crecerá +3-5% e incluyendo las reformas +5-7%**. **El EBITDA crecerá hasta los €190M** (€200M con criterio comparable de 2015) con un incremento del margen del 11% al 13%, implicando una conversión del 55% (LFL + Reformas) y del 40-45% asumiendo los cambios de perímetro (entradas y salidas, sale & lease back; -€3M).



Status Plan Estratégico 2014 - 2018

- **Plan de Reposicionamiento:**



Desde el inicio del plan hasta diciembre del 2015 se ha completado la reforma global de 36 hoteles. El **incremento promedio del RevPar en el año 2015** comparado con el mismo periodo de 2013 (2014 año de reforma) **es del +24,5%**. Los hoteles recogidos en esta muestra son: NH Collection Eurobuilding, NH Collection Abascal, NH Alonso Martínez, NH Collection Aránzazu, NH Madrid Atocha, NH Pamplona Iruña, NH Canciller Ayala Victoria, NH Berlín Mitte, NH München Messe, NH München-Dornach, NH Danube City, NH Collection Palazzo Barocci y NH Firenze.

A finales de 2015, los hoteles en “perfecto estado” representan el 59% de las habitaciones y el 64% del EBITDA. Una vez que se haya completado el €237M de posicionamiento, el 74% de las habitaciones y el 81% del EBITDA del Grupo estarán en “perfecto estado” (clara ventaja competitiva frente a los competidores).

**Ventas y Resultados 12 meses 2015**

Madrid, 26 de Febrero 2016

Se reduce el riesgo de ejecución: de los 213 hoteles que estarán en “perfecto estado” a finales de 2016, 186 están completados a cierre del año 2015.

- **Marca:** NH Collection cuenta, con 50 hoteles y 7.715 habitaciones a cierre de 2015 y continúa mostrando su potencial tanto en precios como en calidad (con mejoras también en hoteles no reformados):

ADR var. %	1T 2015	2T 2015	3T 2015	4T 2015	% hoteles	2013	2014	2015
NH Collection	11,9%	18,5%	14,9%	11,2%	En top 10	19%	24%	27%
NH 4*	5,9%	9,3%	10,0%	10,3%	En top 30	41%	47%	49%

A nivel grupo el 27% del portfolio está en el top 10 de la ciudad (41% para los NH Collection) y 49% en el top 30, lo que demuestra los mayores niveles de calidad percibidos.

- **Pricing & Revenue Management:** La evolución del ADR en las top ciudades del Grupo ha sido favorable en todos los trimestres de 2015 frente a los competidores directos. En el segundo semestre del año, este crecimiento relativo ha sido del 6,4%, lo que implica cerrar el año con +12,4% vs 7,0% de nuestra competencia, o una mejora del ADR relativo (ARI) de +5,4%, lo que demuestra la habilidad de NH para incrementar los precios por encima de los competidores:

H1 2015	H2 2015	FY 2015		
ADR “Relativo”	ADR “Relativo”	ADR % var		ADR “Relativo”
ARI % var	ARI % var	NH	Compset	ARI % var
4,4%	6,4%	12,4%	7,0%	5,4%

Dicho incremento se explica en parte por el cambio de segmentación efectuado en el año hacia tarifas más rentables afectando a 900.000 habitaciones en el año (TTOO, grupos y tripulaciones). Esta estrategia hacia tarifas más rentables crea una segmentación más eficiente con especial impacto en meses de alta actividad. Como consecuencia se produce una optimización de los canales de venta aumentando el peso de las OTAs respecto a canales más económicos, alcanzando un mayor ADR neto y el acceso a mercados de larga distancia.

- **Optimización del portfolio:** De los 15 hoteles de los que se preveía salir por carecer de encaje estratégico / rentabilidad se han salido de 9 y 4 han permanecido en el portfolio tras las renegociaciones acordadas. En el año 2015 se han firmado 16 nuevos proyectos con 2.660 habitaciones, de los cuales 6 son contratos de gestión y 8 de alquiler (5 con componente variable). Por otro lado 7 hoteles pertenecen al segmento superior de NH Collection & NHOW.
- **Rentas:** Se han cancelado en el año 2 contratos de arrendamiento con contribución negativa y se han renegociado otros 20 contratos, permitiendo compensar el incremento por los componentes variables de los contratos.

**Evolución RevPar del Cuarto 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 4T 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>11.257</b>	<b>11.483</b>	<b>67,9%</b>	<b>63,1%</b>	<b>7,6%</b>	<b>80,7</b>	<b>70,8</b>	<b>14,0%</b>	<b>54,8</b>	<b>44,7</b>	<b>22,7%</b>
B.U. España Consolidado	11.257	11.887	67,9%	62,9%	7,9%	80,7	70,3	14,8%	54,8	44,2	23,9%
<b>Italia LFL &amp; R</b>	<b>6.898</b>	<b>6.875</b>	<b>65,7%</b>	<b>64,2%</b>	<b>2,3%</b>	<b>113,5</b>	<b>96,2</b>	<b>17,9%</b>	<b>74,5</b>	<b>61,8</b>	<b>20,6%</b>
B.U. Italia Consolidado	7.018	6.995	65,6%	64,1%	2,2%	112,9	95,9	17,7%	74,0	61,5	20,3%
<b>Benelux LFL &amp; R</b>	<b>8.221</b>	<b>8.384</b>	<b>63,8%</b>	<b>63,8%</b>	<b>0,0%</b>	<b>92,7</b>	<b>89,5</b>	<b>3,6%</b>	<b>59,1</b>	<b>57,1</b>	<b>3,6%</b>
B.U. Benelux Consolidado	8.286	8.384	63,8%	63,8%	0,0%	92,9	89,5	3,9%	59,3	57,0	3,9%
<b>Europa Central LFL &amp; R</b>	<b>12.583</b>	<b>12.627</b>	<b>68,2%</b>	<b>71,5%</b>	<b>-4,5%</b>	<b>86,1</b>	<b>80,7</b>	<b>6,7%</b>	<b>58,7</b>	<b>57,7</b>	<b>1,9%</b>
Europa Central Consolidado	12.583	12.627	68,2%	71,5%	-4,5%	86,1	80,7	6,7%	58,7	57,7	1,9%
<b>Total Europa LFL &amp; R</b>	<b>38.960</b>	<b>39.369</b>	<b>66,7%</b>	<b>66,1%</b>	<b>1,0%</b>	<b>90,6</b>	<b>82,4</b>	<b>10,0%</b>	<b>60,5</b>	<b>54,5</b>	<b>11,0%</b>
Total Europa Consolidado	39.145	39.893	66,7%	66,0%	1,1%	90,6	82,1	10,4%	60,5	54,2	11,5%
<b>Latinoamerica LFL &amp; R</b>	<b>3.044</b>	<b>3.043</b>	<b>69,5%</b>	<b>73,7%</b>	<b>-5,6%</b>	<b>73,9</b>	<b>67,7</b>	<b>9,0%</b>	<b>51,4</b>	<b>49,9</b>	<b>2,9%</b>
Latinoamerica Consolidado	3.044	3.180	69,5%	73,4%	-5,3%	73,9	67,9	8,7%	51,4	49,9	3,0%
<b>NH Hoteles LFL &amp; R</b>	<b>42.004</b>	<b>42.412</b>	<b>66,9%</b>	<b>66,7%</b>	<b>0,4%</b>	<b>89,3</b>	<b>81,2</b>	<b>10,0%</b>	<b>59,8</b>	<b>54,1</b>	<b>10,5%</b>
Total NH Consolidado	42.189	43.073	66,9%	66,6%	0,5%	89,4	81,0	10,4%	59,8	53,9	11,0%

- La evolución del **RevPar Consolidado** en el 4T (**+11,0%**) muestra una tendencia muy similar a la registrada durante los primeros nueve meses del año (+10,7%). En su composición, como en trimestres anteriores, el incremento de precios (+10,4%) tiene mayor peso, representando el 95% del crecimiento del RevPar.
- A nivel de **LFL&R** el RevPar en el cuarto trimestre crece un **+10,5%**. Destaca la BU de España, que pasa de un +14,2% en el 3T a un +22,7% en el 4T y la BU de Italia con un +20,6% con un incremento del +17,9% en el nivel de precios. La BU de Benelux se vio afectada por los problemas de inseguridad en la última parte del año, especialmente en Bruselas, registrando un +3,6% en el 4T.
- **Sin incluir las reformas**, el crecimiento del RevPar LFL en el 4T ha sido del **+9,7%**, con un crecimiento de precios del +9,4%, representando el 97% del crecimiento del RevPar.
- Incremento de la ocupación del grupo de +0,5% en el cuarto trimestre. Crecimiento en España del +7,9% por el buen comportamiento tanto de las ciudades principales como secundarias en el trimestre, en Italia del +2,2% por el final de la Expo de Milán en el mes de Octubre, y un comportamiento plano de Benelux por los problemas de inseguridad sufridos en Bruselas.
- En Europa Central, el descenso de ocupación del -4,5% se debe a una menor afluencia de visitantes a las ferias por temas de seguridad relacionados con los refugiados y al cambio de segmentación que no se ha podido compensar en un trimestre de baja actividad y por un posicionamiento de marca inferior por haber iniciado el reposicionamiento de marca y producto más tarde.
- En Latinoamérica la menor ocupación (-5,3%) se produce en Mercosur (Argentina, Chile y Uruguay) por la estrategia de pricing, que ha supuesto incremento de ADR del +8,7%, y por la depreciación de la moneda en Brasil, principal mercado emisor.

Ventas y Resultados 12 meses 2015

Madrid, 26 de Febrero 2016

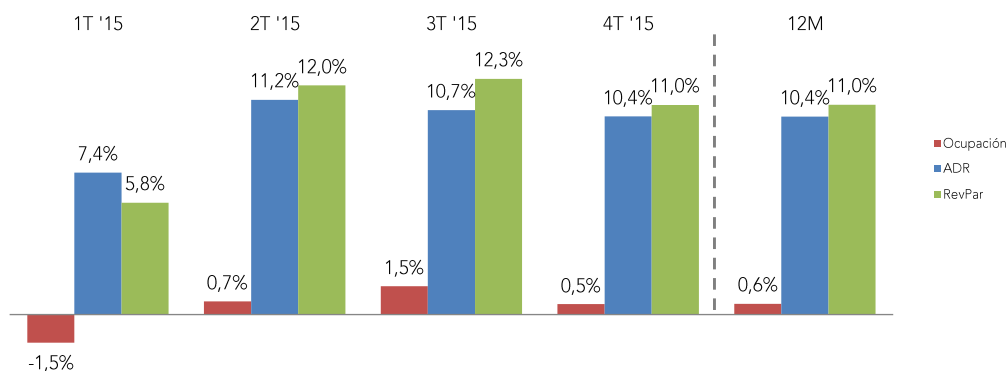
**Evolución 12 meses 2015**

- Acumulado a 12 meses, el RevPar Consolidado se incrementa +11,0%, con un mayor nivel de precios del +10,4% y un incremento de la ocupación de +0,6%. Sin incluir las reformas, el RevPar LFL crece un +9,8%, un 91% explicado por la subida de precios del +9,3%.

**NH HOTEL GROUP REVPAR 12 MESES 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>11.202</b>	<b>11.480</b>	<b>67,8%</b>	<b>64,3%</b>	<b>5,4%</b>	<b>77,3</b>	<b>70,1</b>	<b>10,3%</b>	<b>52,4</b>	<b>45,0</b>	<b>16,3%</b>
B.U. España Consolidado	11.332	11.982	67,7%	63,9%	5,9%	77,0	69,6	10,7%	52,1	44,4	17,3%
<b>Italia LFL &amp; R</b>	<b>7.201</b>	<b>7.171</b>	<b>67,1%</b>	<b>65,2%</b>	<b>2,9%</b>	<b>111,4</b>	<b>95,6</b>	<b>16,5%</b>	<b>74,8</b>	<b>62,4</b>	<b>19,9%</b>
B.U. Italia Consolidado	7.405	7.242	66,9%	65,2%	2,6%	111,7	95,4	17,0%	74,7	62,2	20,0%
<b>Benelux LFL &amp; R</b>	<b>8.287</b>	<b>8.384</b>	<b>68,1%</b>	<b>67,6%</b>	<b>0,8%</b>	<b>91,7</b>	<b>86,3</b>	<b>6,2%</b>	<b>62,5</b>	<b>58,3</b>	<b>7,1%</b>
B.U. Benelux Consolidado	8.341	8.428	68,2%	67,3%	1,4%	91,8	86,2	6,5%	62,7	58,0	8,0%
<b>Europa Central LFL &amp; R</b>	<b>12.494</b>	<b>12.628</b>	<b>69,5%</b>	<b>72,6%</b>	<b>-4,4%</b>	<b>82,4</b>	<b>77,7</b>	<b>6,0%</b>	<b>57,2</b>	<b>56,5</b>	<b>1,3%</b>
Europa Central Consolidado	12.494	12.628	69,5%	72,6%	-4,4%	82,4	77,7	6,0%	57,2	56,5	1,3%
<b>Total Europa LFL &amp; R</b>	<b>39.184</b>	<b>39.663</b>	<b>68,3%</b>	<b>67,8%</b>	<b>0,7%</b>	<b>88,1</b>	<b>80,5</b>	<b>9,4%</b>	<b>60,2</b>	<b>54,6</b>	<b>10,2%</b>
Total Europa Consolidado	39.573	40.280	68,2%	67,6%	0,9%	88,2	80,3	9,9%	60,2	54,2	10,9%
<b>Latinoamerica LFL &amp; R</b>	<b>3.044</b>	<b>3.043</b>	<b>66,6%</b>	<b>69,5%</b>	<b>-4,1%</b>	<b>72,4</b>	<b>62,0</b>	<b>16,7%</b>	<b>48,2</b>	<b>43,1</b>	<b>11,9%</b>
Latinoamerica Consolidado	3.044	3.180	66,6%	69,4%	-4,0%	72,4	62,4	15,9%	48,2	43,3	11,3%
<b>NH Hoteles LFL &amp; R</b>	<b>42.228</b>	<b>42.706</b>	<b>68,1%</b>	<b>67,9%</b>	<b>0,3%</b>	<b>87,0</b>	<b>79,2</b>	<b>9,9%</b>	<b>59,3</b>	<b>53,8</b>	<b>10,3%</b>
Total NH Consolidado	42.617	43.460	68,1%	67,7%	0,6%	87,1	78,9	10,4%	59,3	53,4	11,0%

**Evolución de Ratios Consolidados por trimestres 2015:**



Ratios Consolidados % Var	Evolución por Trimestre y Unidad de Negocio														
	Ocupación					ADR					RevPar				
	1T '15	2T '15	3T '15	4T '15	12M	1T '15	2T '15	3T '15	4T '15	12M	1T '15	2T '15	3T '15	4T '15	12M
España	-1,0%	6,1%	8,0%	7,9%	5,9%	8,6%	12,0%	6,3%	14,8%	10,7%	7,6%	18,8%	14,9%	23,9%	17,3%
Italia	-1,5%	0,5%	7,4%	2,2%	2,6%	8,3%	17,8%	19,0%	17,7%	17,0%	6,6%	18,5%	27,7%	20,3%	20,0%
Benelux	-1,7%	0,9%	4,9%	0,0%	1,4%	4,2%	7,2%	9,7%	3,9%	6,5%	2,4%	8,2%	15,0%	3,9%	8,0%
Europa Central	-2,0%	-3,5%	-6,8%	-4,5%	-4,4%	5,1%	6,2%	5,8%	6,7%	6,0%	3,0%	2,4%	-1,5%	1,9%	1,3%
TOTAL EUROPA	-1,5%	0,8%	2,2%	1,1%	0,9%	6,7%	10,6%	10,2%	10,4%	9,9%	5,0%	11,5%	12,6%	11,5%	10,9%
Latinoamérica tc real	-0,4%	-2,0%	-7,5%	-5,3%	-4,0%	18,1%	22,2%	16,4%	8,7%	15,9%	17,6%	19,7%	7,7%	3,0%	11,3%
NH HOTEL GROUP	-1,5%	0,7%	1,5%	0,5%	0,6%	7,4%	11,2%	10,7%	10,4%	10,4%	5,8%	12,0%	12,3%	11,0%	11,0%
Latinoamérica tc constante	-0,4%	-2,0%	-7,5%	-5,3%	-4,0%	10,3%	12,5%	17,5%	12,5%	12,9%	9,8%	10,2%	8,7%	6,6%	8,4%

Ventas y Resultados 12 meses 2015

Madrid, 26 de Febrero 2016

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2015 VS 2014 EXCLUYENDO HOTELES ROYAL								
(€ millones)	2015 4T	2014 4T	DIF. 15/14	%DIF.	2015 12 meses	2014 12 meses	DIF. 15/14	%DIF.
ESPAÑA	88,7	75,8	12,9	17,0%	325,8	293,6	32,2	11,0%
ITALIA	67,1	57,9	9,3	16,0%	262,9	227,4	35,5	15,6%
BENELUX	73,1	73,8	(0,7)	(1,0%)	291,6	285,1	6,4	2,3%
EUROPA CENTRAL	96,4	95,8	0,6	0,7%	367,8	368,4	(0,5)	(0,1%)
AMERICA	23,2	23,0	0,2	0,8%	81,9	74,7	7,2	9,7%
<b>INGRESOS HOTELES RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>348,6</b>	<b>326,3</b>	<b>22,3</b>	<b>6,8%</b>	<b>1.330,1</b>	<b>1.249,3</b>	<b>80,8</b>	<b>6,5%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	5,2	4,0	1,2	30,2%	14,8	15,8	(1,0)	(6,2%)
<b>INGRESOS RECURRENTES</b>	<b>353,8</b>	<b>330,3</b>	<b>23,5</b>	<b>7,1%</b>	<b>1.344,9</b>	<b>1.265,1</b>	<b>79,8</b>	<b>6,3%</b>
ESPAÑA	57,7	51,3	6,4	12,4%	224,8	209,7	15,1	7,2%
ITALIA	42,4	40,0	2,5	6,2%	169,4	159,3	10,1	6,4%
BENELUX	49,8	49,3	0,5	1,1%	199,8	193,8	6,0	3,1%
EUROPA CENTRAL	65,0	58,7	6,3	10,7%	251,7	245,7	6,0	2,5%
AMERICA	16,0	15,1	0,9	5,9%	60,4	52,3	8,1	15,5%
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>231,0</b>	<b>214,5</b>	<b>16,5</b>	<b>7,7%</b>	<b>906,2</b>	<b>860,7</b>	<b>45,4</b>	<b>5,3%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	3,7	3,0	0,6	21,1%	10,9	12,5	(1,7)	(13,2%)
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTES</b>	<b>234,7</b>	<b>217,5</b>	<b>17,2</b>	<b>7,9%</b>	<b>917,1</b>	<b>873,3</b>	<b>43,8</b>	<b>5,0%</b>
ESPAÑA	31,0	24,5	6,5	26,7%	101,0	83,9	17,1	20,4%
ITALIA	24,7	17,9	6,8	38,0%	93,5	68,2	25,3	37,2%
BENELUX	23,3	24,6	(1,2)	(5,0%)	91,8	91,4	0,4	0,4%
EUROPA CENTRAL	31,4	37,0	(5,6)	(15,2%)	116,1	122,7	(6,6)	(5,4%)
AMERICA	7,2	7,9	(0,7)	(9,0%)	21,6	22,4	(0,9)	(3,9%)
<b>GOP RECURRENTES LFL&amp;R</b>	<b>117,6</b>	<b>111,8</b>	<b>5,8</b>	<b>5,2%</b>	<b>423,9</b>	<b>388,5</b>	<b>35,4</b>	<b>9,1%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	1,6	1,0	0,6	58,3%	4,0	3,3	0,7	20,5%
<b>GOP RECURRENTE</b>	<b>119,1</b>	<b>112,8</b>	<b>6,3</b>	<b>5,6%</b>	<b>427,8</b>	<b>391,8</b>	<b>36,0</b>	<b>9,2%</b>
ESPAÑA	20,2	19,7	0,6	2,9%	80,6	79,9	0,8	0,9%
ITALIA	11,4	10,5	0,9	8,9%	44,9	42,8	2,1	5,0%
BENELUX	10,5	10,3	0,2	2,4%	43,9	43,6	0,3	0,7%
EUROPA CENTRAL	23,9	26,1	(2,2)	(8,4%)	103,6	105,5	(1,9)	(1,8%)
AMERICA	1,5	1,5	0,1	3,7%	5,8	5,2	0,6	10,9%
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC. LFL&amp;R</b>	<b>67,6</b>	<b>68,0</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(0,6%)</b>	<b>278,9</b>	<b>277,0</b>	<b>1,9</b>	<b>0,7%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	2,3	1,4	0,9	62,0%	6,5	4,7	1,8	38,5%
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD RECURRENTES</b>	<b>69,9</b>	<b>69,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,7%</b>	<b>285,4</b>	<b>281,7</b>	<b>3,7</b>	<b>1,3%</b>
ESPAÑA	10,8	4,8	5,9	123,9%	20,3	4,0	16,3	407,7%
ITALIA	13,3	7,4	5,9	79,0%	48,6	25,4	23,2	91,4%
BENELUX	12,8	14,3	(1,5)	(10,3%)	47,8	47,8	0,1	0,2%
EUROPA CENTRAL	7,5	10,9	(3,4)	(31,4%)	12,5	17,2	(4,7)	(27,2%)
AMERICA	5,6	6,4	(0,8)	(12,0%)	15,8	17,2	(1,4)	(8,4%)
<b>EBITDA RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>50,0</b>	<b>43,8</b>	<b>6,2</b>	<b>14,0%</b>	<b>145,0</b>	<b>111,5</b>	<b>33,5</b>	<b>30,0%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	(0,7)	(0,4)	(0,3)	(70,1%)	(2,6)	(1,4)	(1,1)	(79,5%)
<b>EBITDA RECURRENTE SIN ONEROSOS</b>	<b>49,2</b>	<b>43,4</b>	<b>5,8</b>	<b>13,5%</b>	<b>142,4</b>	<b>110,1</b>	<b>32,4</b>	<b>29,4%</b>

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

### B.U. España:

- Crecimiento del RevPar del +22,7% en el 4T con un crecimiento de los precios del +14,0%. La ocupación se incrementa un +7,6% por el buen comportamiento general de todas las plazas.
- En 12 meses el RevPar creció un +16,3% con un crecimiento de los precios del +10,3%, representando el 63,2% del crecimiento del RevPar. La ocupación se incrementa un +5,4%.
- Los ingresos crecen +11,0% (+€32,2M) por debajo del crecimiento del RevPar, explicado por la pérdida de ingresos de -€2.9M en restauración debido a la externalización de la misma en 6 hoteles.
- Los gastos operativos crecen un +7,2% (+€15,1M), por el incremento de los gastos de personal por la subida de la ocupación. El GOP de €101,0M se incrementa un +20,4% (+€17,1M).
- El pago de alquileres en el año se ha mantenido estable +0,9% (+€0,8M). El EBITDA se sitúa en €20,3M frente a €4,0M del año anterior, mejorando en +€16,3M.
- La previsión del primer trimestre de 2016 sigue siendo muy favorable, con crecimientos en los ingresos de doble dígito alto.

### B.U. Italia:

- Crecimiento del RevPar del +20,6% en el 4T con un crecimiento de los precios del +17,9%, todavía afectado en el mes de Octubre por la Expo en Milán.
- En 12 meses el RevPar crece +19,9% con un incremento de los precios del +16,5%. Destaca el comportamiento de Milán por la Expo, con un incremento del +41,1%, donde se cuenta con 12 hoteles y 2.222 habitaciones. El incremento en la ciudad de Roma es del +5,4%.
- 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 +15,6%.
- Los gastos operativos crecen un +6,4% (+€10,1M), en gran medida por el incremento de los gastos de personal, comisiones y gastos de energía, todos ellos afectados por el mayor nivel de actividad. El GOP se incrementa un +37,2% (+€25,3M).
- El incremento en los alquileres de +€2,1M (+5,0%) se debe al componente variable de algunos hoteles en Milán, y hace que el EBITDA alcance los €48,6M (+€23,2M).
- Las perspectivas para el primer trimestre de 2016 siguen siendo muy buenas al no estar afectado por el inicio de la Expo. Se espera un crecimiento de los ingresos de un dígito alto.

### B.U. Benelux:

- Crecimiento del RevPar del +3,6%, en el 4T debido en su totalidad al incremento en los precios. En los últimos 45 días del año se perdieron cerca de €2.5M de ingresos en Bruselas por problemas de inseguridad (desde el mes de Febrero los niveles de actividad se han recuperado).
- Crecimiento del RevPar del +7,1% en el año, debido principalmente al incremento en los precios del +6,2%.
- El cambio de segmentación hacia tarifas más rentables pero con menores consumos de restauración, hace que los ingresos +2,3% (+€6,4M) no crezcan al mismo ritmo que el incremento del RevPar.
- Los gastos operativos crecen un +3,1% (+€6,0M) por el incremento de costes de personal de +1,2% (+€1,2M), incremento de gastos marketing (+€0,7M) y mayores comisiones por incremento de ventas (+€1,9M) y cambio de segmentación. El GOP se incrementa un +0,4% (+€0,4M).
- Los alquileres se incrementan un +0,7% (+€0,3M), alcanzando un EBITDA de €47,9M (+€0,1M).

**Ventas y Resultados 12 meses 2015**

Madrid, 26 de Febrero 2016

- En el primer trimestre de 2016 se espera un crecimiento negativo de los ingresos por las reformas programadas. Excluyendo dichas reformas, la mejora en base comparable se estima en dígito medio. Bruselas recupera sus niveles de actividad desde el mes de Febrero. Desde el segundo trimestre de 2016 la evolución de los ingresos será positiva por la culminación de las reformas llevadas a cabo desde finales de 2015 en Ámsterdam y Bruselas.

**B.U. Europa Central:**

- Incremento del RevPar del 1,9%, en 4T con un incremento de precios del +6,7%, y un descenso en ocupación del -4,5%.
- Acumulado a 12 meses el incremento del RevPar es del +1,3%, con un incremento de precios del +6,0%, y un descenso en ocupación del -4,4%, debido a la menor afluencia de visitantes a ferias, al cambio de segmentación, que no se ha podido compensar, y a un peor posicionamiento de marca por haber iniciado el reposicionamiento de marca y producto más tarde.
- Los ingresos descienden un -0,1% (-€0,5M) por los menores ingresos de restauración por el cambio de segmentación y por la pérdida de ingresos de los hoteles en reformas (-€5,2M).
- Los gastos operativos se incrementan un +2,5% (+€6,0M), por la no absorción de gastos de personal de los hoteles reformados en Alemania por el retraso en su ejecución. El GOP desciende un -5,4% (-€6,6M).
- Reducción del EBITDA en -€4,7M (-27,2%), explicado en gran parte por la pérdida de EBITDA de los hoteles reformados (-€3,2M).
- Se espera una evolución ligeramente negativa en el primer trimestre de 2016 por las reformas en ejecución. Excluyendo las reformas, se espera una evolución positiva durante el trimestre de un dígito bajo. A partir del segundo trimestre de 2016, la evolución de los ingresos será positiva por las reformas ejecutadas desde finales del 2015 en Berlín, Frankfurt y Hamburgo.

**B.U. Las Américas:**

- En el 4T los ingresos a tipo de cambio real crecen un +0,8% (+€0,2M), alcanzando los +€23,2M.
- El crecimiento de RevPar del año a tipo de cambio real crecen un +11,9%, con un incremento de precios del +16,7%, y un descenso en ocupación del -4,1% principalmente por el problema de inflación en Argentina.
- Los ingresos en el año a tipo de cambio real crecen un +9,7% (+€7,2M), alcanzando los +€81,9M. Los gastos operativos crecen en +€8,1M (+15,5%), principalmente por el efecto de la inflación en Argentina. El GOP alcanza los +€21,6M.
- Por regiones, México muestra en el año un crecimiento del RevPar del +6,4% en moneda local, con una subida de precios de +11,4%. La ocupación se ve afectada por la reforma del hotel de mayor tamaño en la ciudad de México. Excluyendo dicha reforma la ocupación crece un +2,3%. El peor comportamiento de los otros ingresos así como el componente variable de los contratos de alquiler producen una conversión a EBITDA del 35% (52% excluyendo la reforma).
- En Mercosur, principalmente Argentina, el RevPar crece en el 2015 un +11,7% en moneda local, con incrementos de precios medios del +15,8% y una mejora de los ingresos del +12,8%. La no repercusión de en los precios de la alta inflación y las subidas salariales por convenio en Argentina (+35% en el 90% de la plantilla) es la principal explicación de la pérdida de EBITDA de -€3,2M en la región en el 2015 (-€2,5M en Argentina).
- Se espera una evolución positiva de los ingresos de la B.U en moneda local que se pueden ver afectados por la evolución de los tipos de cambio que se esperan compensar por planes de ahorros de costes.

**Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada**

(millones de €)	NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
	NH (ex. Hoteles Royal)			NH (ex. Hoteles Royal)			NH TOTAL*		
	4T 2015	4T 2014	2015/2014	12M 2015	12M 2014	2015/2014	12M 2015	2015/2014	
	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	M. Eur.	Var. %	M. Eur.	Var. %	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>353,8</b>	<b>330,3</b>	<b>7,1%</b>	<b>1.344,9</b>	<b>1.265,1</b>	<b>6,3%</b>	<b>1.395,5</b>	<b>10,3%</b>	
Coste de Personal	(120,4)	(114,6)	5,1%	(480,7)	(460,0)	4,5%	(496,4)	7,9%	
Gastos Directos de Gestión	(114,2)	(102,9)	11,0%	(436,3)	(413,2)	5,6%	(457,0)	10,6%	
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>119,1</b>	<b>112,8</b>	<b>5,6%</b>	<b>427,8</b>	<b>391,8</b>	<b>9,2%</b>	<b>442,1</b>	<b>12,8%</b>	
Arrendamientos y Contribución Urb.	(69,9)	(69,4)	0,7%	(285,4)	(281,7)	1,3%	(292,6)	3,9%	
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>49,2</b>	<b>43,4</b>	<b>13,4%</b>	<b>142,4</b>	<b>110,1</b>	<b>29,4%</b>	<b>149,5</b>	<b>35,8%</b>	
Reversion Provisión C. Onerosos	2,3	3,5	(35,0%)	10,0	16,1	(38,0%)	10,0	(38,0%)	
<b>EBITDA CON ONEROSOS</b>	<b>51,5</b>	<b>46,9</b>	<b>9,8%</b>	<b>152,4</b>	<b>126,2</b>	<b>20,8%</b>	<b>159,5</b>	<b>26,4%</b>	
Amortizaciones	(24,1)	(23,7)	1,6%	(92,4)	(89,1)	3,7%	(94,8)	6,4%	
<b>EBIT</b>	<b>27,4</b>	<b>23,2</b>	<b>18,2%</b>	<b>60,0</b>	<b>37,0</b>	<b>62,0%</b>	<b>64,7</b>	<b>74,6%</b>	
Gastos Financieros Netos	(11,1)	(10,5)	5,8%	(44,8)	(49,9)	(10,2%)	(46,6)	(6,6%)	
Resultados Puesta en Equivalencia	(1,3)	(1,8)	(26,8%)	(1,08)	(2,03)	(46,8%)	(1,08)	(46,8%)	
<b>EBT</b>	<b>14,9</b>	<b>10,8</b>	<b>37,9%</b>	<b>14,1</b>	<b>(14,9)</b>	<b>195,1%</b>	<b>17,0</b>	<b>214,4%</b>	
Impuesto sobre Sociedades	(11,3)	1,4	(893,0%)	(16,6)	(4,1)	310,9%	(17,3)	327,4%	
<b>Resultado antes de Minoritarios</b>	<b>3,7</b>	<b>12,2</b>	<b>(70,1%)</b>	<b>(2,5)</b>	<b>(18,9)</b>	<b>86,7%</b>	<b>(0,3)</b>	<b>98,4%</b>	
Intereses Minoritarios	0,1	(0,1)	(175,0%)	(2,0)	0,9	(322,7%)	(2,4)	(371,6%)	
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	<b>3,7</b>	<b>12,2</b>	<b>(69,4%)</b>	<b>(4,5)</b>	<b>(18,0)</b>	<b>75,2%</b>	<b>(2,7)</b>	<b>85,0%</b>	
EBITDA no recurrente	(3,9)	(5,2)	24,0%	(16,9)	3,0	(669,3%)	(17,9)	(704,7%)	
Otros elementos no recurrentes	14,3	25,9	(44,8%)	21,5	5,5	290,2%	21,5	290,2%	
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	<b>14,1</b>	<b>32,9</b>	<b>(57,2%)</b>	<b>0,2</b>	<b>(9,6)</b>	<b>102,3%</b>	<b>0,9</b>	<b>109,9%</b>	

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

**Comentarios del año 2015 (excluyendo Hoteles Royal):**

- Los **ingresos mejoran un +6,3%**, alcanzando los €1.344,9M. A nivel LFL el crecimiento de ingresos fue de +7,0%, aumentando a lo largo del año (H1: +5,5%; H2: +8,1%), impulsados por Italia y España. En los hoteles reformados en el 2014 los ingresos crecen + 35% neutralizados por la pérdida de negocio de los hoteles en reformas durante 2015.
- Las menores habitaciones disponibles en el año 2015 (-1,9%), explicado por el cierre de 10 hoteles en alquiler en España durante 2014 & 2015 y por las reformas acometidas, y el cambio de segmentación hacia tarifas más rentables pero con menores consumos de restauración, son las causas principales de la diferencia entre el crecimiento de los ingresos y el RevPar (+11,0%) en el año.
- **Evolución de gastos:**
  - Los **gastos de personal** suben un + 4,5% (+ €20,7 millones), el 25% del aumento se explica por el aumento de la actividad y un 30% por subida ligadas a convenios colectivos. El resto de la subida se explica por la baja absorción de los hoteles renovados en Alemania por el cambio en la fecha de ejecución y por el refuerzo de los equipos comerciales y de revenue management.



**Ventas y Resultados 12 meses 2015**

Madrid, 26 de Febrero 2016

- Los **otros gastos directos de gestión** se incrementan un +5,6% (+€23,1M) que se explica por un mayor esfuerzo en marketing (+€5,1 millones) y en mantenimiento & reparaciones (+€2,1M) vinculados al programa de remodelación. Las comisiones crecieron +€10,2M, un 42% del aumento se explica por los mayores ingresos y un 58% por el efecto del cambio de segmentación, con foco en los clientes más rentables.
- El pago de **arrendamientos** se ha incrementado un +1,3%. En 2015 se han realizado 22 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento incluyendo 2 cancelaciones de contratos con contribución negativa. El impacto de estas actuaciones han permitido en parte compensar los incrementos por componentes variables de los contratos.
- Se cumple el objetivo del año alcanzando un **EBITDA** antes de onerosos de €142,4M, lo que representa un incremento de +€32M en el año (+29%).
- **Gastos Financieros:** Los gastos financieros se reducen un -10,2% 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 un mayor EBIT y una mayor base imponible en 2015
- **Resultado Neto Recurrente:** Beneficio neto negativo de -€4,5M comparado con -€18,0M en 2014.

**Actividad no recurrente**

- Las variaciones respecto al año anterior se refieren a pagos por indemnizaciones por externalización de servicios, asesorías del bono fallido, impacto por linealización de rentas, depreciación acelerada por las reformas reposicionamiento, compensadas por reversiones de dotación por deterioro de los activos y una mejora de la tasa impositiva en Italia.
- Incluyendo la actividad no recurrente, **el beneficio neto excluyendo Hoteles Royal alcanza los €0,2M. Desde el año 2011, no se registraba beneficio neto positivo.**

**Principales Magnitudes (incluyendo Hoteles Royal)**

Cuarto trimestre

- Hoteles Royal en el cuarto trimestre contribuye con unos ingresos de +€14,6M, un EBITDA de +€2,4M y un Resultado Neto Recurrente de +€1,3M. En el periodo octubre-diciembre, una vez ejecutadas las sinergias de 2015, el EBITDA en moneda local evoluciona positivamente respecto al plan, aunque impacte negativamente el tipo de cambio.
- El Grupo en el cuarto trimestre incluyendo Hoteles Royal, presenta una subida de ingresos de +14,9% (alcanzando los €368,4M), un +53,2% de crecimiento en EBITDA antes de onerosos (llegando a €51,6M), y una mejora del +100,8% en el Resultado Neto Recurrente de €5,0M.

Enero - Diciembre

- Hoteles Royal hasta diciembre, consolidado desde la compra el 4 de marzo, contribuye con unos ingresos de +€50,6M, un EBITDA de +€7,1M y un Resultado Neto Recurrente de +€1,8M. A pesar del fuerte incremento de la oferta hotelera en Bogotá, el Grupo Royal ha conseguido un nivel de ingresos similar al año 2014 gracias a los cambios realizados en la segmentación de las tarifas, que ha permitido compensar la caída en la ocupación.

Ventas y Resultados 12 meses 2015

Madrid, 26 de Febrero 2016

- Acumulado en los primeros doce meses del año y a nivel Grupo, los ingresos crecen un +10,3% (alcanzando €1.395,5M), el EBITDA antes de onerosos un +35,8% (reportando €149,5M) y el Resultado Neto Recurrente de -€2,7M, reflejando una mejora de +85,0% vs. -€18,0M en 2014.

**Deuda Financiera y Liquidez**

**Deuda Financiera**

A 31/12/2015 Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	Vencimientos					
				2016	2017	2018	2019	2020	> 2020
<b>Deuda Senior</b>									
Préstamo Sindicado a Largo Plazo	104,8		104,8	9,5	9,5	85,8			
Crédito Sindicado a Largo Plazo	66,7		66,7			66,7			
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250,0		250,0				250,0		
<b>Total deuda garantizada por el Colateral</b>	<b>421,5</b>		<b>421,5</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>152,5</b>	<b>250,0</b>		<b>0,0</b>
Otra deuda con Garantía	114,9		114,9	23,0	40,2	34,4	2,6	2,2	12,4
Línea de crédito garantizada	6,0	4,1	1,9	1,9					
<b>Total deuda con garantía</b>	<b>542,4</b>	<b>4,1</b>	<b>538,2</b>	<b>34,4</b>	<b>49,7</b>	<b>186,9</b>	<b>252,6</b>	<b>2,2</b>	<b>12,4</b>
Bonos Convertibles sin garantía (Vencimiento 2018)	250,0		250,0			250,0			
Préstamos y líneas de crédito sin garantía *	78,9	26,7	52,2	40,5	7,5	2,2	1,8	0,3	
Préstamos subordinados	75,0		75,0						75,0
<b>Total deuda sin garantía</b>	<b>403,9</b>	<b>26,7</b>	<b>377,2</b>	<b>40,5</b>	<b>7,5</b>	<b>252,2</b>	<b>1,8</b>	<b>0,3</b>	<b>75,0</b>
<b>Total Deuda Bruta</b>	<b>946,3</b>	<b>30,8</b>	<b>915,4</b>	<b>74,8</b>	<b>57,2</b>	<b>439,1</b>	<b>254,3</b>	<b>2,5</b>	<b>87,4</b>
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes **			(77,7)						
<b>Deuda financiera neta</b>			<b>837,7</b>						
Porción equity del bono convertible			(16,7)						
Gastos de formalización			(16,9)						
Intereses devengados no pagados			5,1						
<b>Total deuda neta ajustada</b>			<b>809,2</b>						

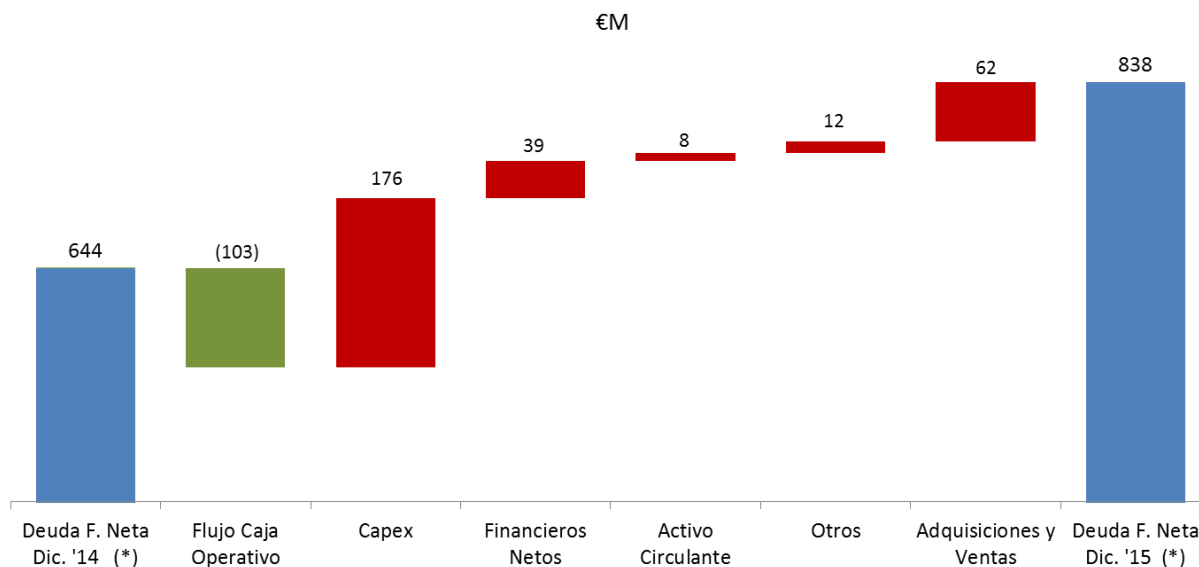
\* Pólizas de crédito por €37m a renovar en el corto plazo y préstamos por €15m con amortizaciones periódicas sin garantía

\*\* No incluye el valor de mercado de nueve millones de acciones de autocartera prestadas a los bancos organizadores del bono convertible

La Deuda Financiera Neta consolidada a 31 de diciembre de 2015 alcanza €837,7 millones, similar a la Deuda Financiera Neta consolidada reportada a 30 de septiembre de 2015. A 31 de diciembre de 2015 la Compañía tenía líneas de crédito disponibles por importe de €30,8 millones. Adicionalmente, en enero de 2016 la Compañía ha firmado dos líneas de crédito por un importe total de €9 millones.

A cierre de 2015 el ratio de endeudamiento implícito de DFN / EBITDA recurrente es de 5,6x.

**Evolución Deuda Financiera Neta en 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, €809,2M a 31 de Diciembre de 2015.

La variación de Deuda Financiera Neta en el año incluye cambios en el perímetro de consolidación (€21 millones de deuda bruta de Hoteles Royal a 31 de Diciembre). Por otro lado, las disposiciones netas de deuda en dicho periodo ascienden a €51,5 millones.

La salida de caja de Capex del conjunto del año, sin considerar adquisiciones, es de €176M (excluyendo IVA), de los cuales €29M se refieren a trabajos de reformas de los últimos meses del 2014.

El saldo de cuentas a cobrar a Diciembre se ha reducido significativamente en los segunda parte del año por el plan de acción que ha permitido reducir el periodo medio de cobro de 36 días en Julio a 31 días a finales de 2015.

**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 –Diciembre 2015**

**ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO RESUMIDO CONSOLIDADO  
GENERADOS EN LOS PERÍODOS DE DOCE MESES TERMINADOS  
EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015**

(Miles de Euros)

	31.12.2015	31.12.2014
<b>1. ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		
<b>Resultado consolidado antes de impuestos:</b>	<b>10.320</b>	<b>(26.338)</b>
<b>Ajustes al resultado:</b>		
Amortizaciones de activos materiales e inmateriales (+)	106.159	98.516
Pérdidas por deterioro de activos (neto) (+/-)	(30.859)	(12.810)
Dotaciones a provisiones (neto) (+/-)	(19.014)	(14.721)
Ganancias/Pérdidas por venta de activo material e intangible (+/-)	843	1.005
Ganancias/Pérdidas de inversiones valoradas por el método de la participación (+/-)	663	1.341
Ingresos financieros (-)	(5.154)	(7.368)
Gastos financieros y variación de valor razonable en instrumentos financieros (+)	69.020	66.813
Diferencias netas de cambio (Ingresos / (Gastos))	(2.135)	(38)
Resultado por enajenación de inversiones financieras	(4.828)	(17.278)
Otras partidas no monetarias (+/-)	1.141	4.108
<b>Resultado ajustado</b>	<b>126.156</b>	<b>93.230</b>
Variación neta en los activos / pasivos:		
(Aumento)/Disminución de existencias	(801)	361
(Aumento)/Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	(17.937)	(41.500)
(Aumento)/Disminución de otros activos corrientes	6.353	(8.897)
Aumento/(Disminución) de acreedores comerciales	10.352	3.674
Aumento/(Disminución) de otros pasivos corrientes	(17.809)	(3.847)
Aumento/(Disminución) otros activos y pasivos no corrientes	(5.839)	-
Impuestos sobre las ganancias pagados	(9.707)	(3.750)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de explotación (I)</b>	<b>90.298</b>	<b>32.113</b>
<b>2. ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
Ingresos financieros	4.806	7.289
Inversiones (-):		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(273)	-
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	(176.083)	(109.892)
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	(4.256)
Inversiones financieras no corrientes	(77.725)	(370)
	<b>(254.081)</b>	<b>(114.518)</b>
Desinversiones (+):		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	19.643	58.278
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	12.804	6.449
Inversiones financieras no corrientes	-	4.247
	<b>32.447</b>	<b>68.974</b>
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de inversión (II)</b>	<b>(216.828)</b>	<b>(38.255)</b>
<b>3. ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		
Intereses pagados por deudas (-)	(56.750)	(59.952)
Variaciones en (+/-):		
- Autocartera	1.244	(692)
Instrumentos de pasivo:		
- Deudas con entidades de crédito (+)	177.111	10.000
- Deudas con entidades de crédito (-)	(125.617)	(37.227)
- Arrendamientos financieros	(275)	
- Otros pasivos financieros (+/-)	(2.509)	(15.911)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de financiación (III)</b>	<b>(6.796)</b>	<b>(103.782)</b>
<b>4. AUMENTO/ DISMINUCIÓN BRUTA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III)</b>	<b>(133.326)</b>	<b>(109.924)</b>
<b>5. Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalentes (IV)</b>	<b>3.064</b>	<b>(254)</b>
<b>6. Efecto de las variaciones al perímetro de consolidación (V)</b>	<b>7.858</b>	<b>176.412</b>
<b>7. AUMENTO/ DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III-IV+VI)</b>	<b>(122.404)</b>	<b>66.234</b>
<b>8. Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio</b>	<b>200.103</b>	<b>133.869</b>
<b>9. Efectivo o equivalentes al final del ejercicio (7+8)</b>	<b>77.699</b>	<b>200.103</b>

**Anexo II: Variación del portfolio en el año & portfolio actual**
**Firmas y Aperturas**
**Hoteles Firmados desde el 1 de enero al 31 de Diciembre 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	177	Q2 2016
San Luis Potosí / México	Gestión	110	Q2 2016
Mannheim / Alemania	Renta	220	Q4 2017
León / México	Gestión	151	H1 2017
Londres / UK	Gestión	190	H2 2018
Essen / Alemania	Renta	183	2017
Madrid / España	Renta	124	Q1 2016
		<b>2.660</b>	

**Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 31 de Diciembre 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>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>2.781</b>

**Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero al 31 de Diciembre 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>Radisson Concon</b>	Concon, Chile	Noviembre	Renta	66
<b>NH Lazaro Cardenas</b>	Lazaro Cardenas, Mexico	Noviembre	Gestion	118
<b>Hesperia Hermosilla</b>	Madrid, España	Noviembre	Gestion	67
<b>Donnafugata Golf Resort</b>	Sicilia, Italia	Diciembre	Gestion	202
<b>NH Puerta de Alcalá</b>	Madrid, España	Diciembre	Renta	146
<b>Total Salidas</b>				<b>1.296</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 31 DE DICIEMBRE DE 2015**

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTION		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPANA	ESPANA	138	17.510	2	76	9.183	13	1.962	42	5.780	7	585
B.U. ESPANA	PORTUGAL	3	272	-	2	165	-	-	1	107	-	-
B.U. ESPANA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	53	8.281	1	34	5.448	14	2.079	5	754	-	-
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	SUDAFRICA	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	11	1.866	-	4	581	4	681	3	604	-	-
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	4	495	-	-	-	4	495	-	-	-	-
<b>HOTELES ABIERTOS</b>		<b>378</b>	<b>58.655</b>	<b>19</b>	<b>222</b>	<b>32.492</b>	<b>78</b>	<b>12.649</b>	<b>70</b>	<b>12.836</b>	<b>8</b>	<b>678</b>

**PROYECTOS FIRMADOS DE NH HOTEL GROUP A 31 DE DICIEMBRE 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. España	ESPAÑA	1	127	-	1	127	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	1	144	-	1	144	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	2	403	-	2	403	-	-	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	2	381	-	2	381	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	1	169	-	1	169	-	-	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	1	650	-	1	650	-	-	-	-
B.U. BENELUX	UK	1	190	-	-	-	-	-	1	190
B.U. LAS AMERICAS	PERU	1	164	-	-	-	-	-	1	164
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	2	283	-	1	83	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	BRASIL	1	180	-	1	180	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	2	281	-	-	-	-	-	2	281
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	1	78	-	-	-	-	-	1	78
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	3	403	-	-	-	-	-	3	403
<b>PROYECTOS FIRMADOS</b>		<b>19</b>	<b>3.453</b>	<b>-</b>	<b>10</b>	<b>2.137</b>	<b>1</b>	<b>200</b>	<b>8</b>	<b>1.116</b>

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

	2016	2017	2018	2019
Inversión esperada (€ millones)	6,4	7,6	1,3	3,5



# **nh** | HOTEL GROUP

---

**nh**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

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

# NH Hotel Group 12M 2015 Results Presentation Conference Call

Friday 26<sup>th</sup> of FEBRUARY 2016, 12.00am (Madrid Time  
– GMT+1)

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

Speaker	<b>Mr Federico Gonzalez Tejera (CEO) and Ms Beatriz Puente (CFO)</b>
Date	<b>26/02/2016</b>
Time	<b>12.00am</b> (Madrid - GMT+1)

**TELEPHONE NUMBER FOR THE CONFERENCE**  
Participant's access - 15/10 minutes before the conference starts  
SPAIN

**+34 91 790 08 74**

**PLAYBACK**

Telephone number for the playback: **+34 91 789 63 20**  
Conference reference: **299416#**

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