

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

El Consejo de Administración celebrado en el día de hoy ha formulado el Informe Financiero Semestral correspondiente al primer semestre 2016 de NH Hotel Group, S.A. y Sociedades Dependientes, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Se acompaña Nota de Prensa, Presentación de Resultados, 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 28 de Julio de 2016

D. Carlos Ulecia Palacios  
Secretario General

*-La Compañía incrementa su resultado neto positivo hasta los €9,7M en el primer semestre-*

## **SÓLIDO CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS, EBITDA Y BENEFICIO EN NH HOTEL GROUP**

- El comportamiento favorable de los principales mercados permite un crecimiento de los ingresos del 7,5% hasta los €715,1 millones y el EBITDA mejora un 27,4% hasta los €73 millones en el primer semestre del año
- Se confirma la tendencia de crecimiento de RevPAR en el segundo trimestre (+6,7%), impulsada fundamentalmente por el crecimiento del precio medio (+6,1%), superando así a los competidores directos en los destinos donde el Grupo opera
- Mejora sustancial del resultado neto recurrente en el segundo trimestre estanco, 16,5 millones más que en el mismo período del pasado año, y el beneficio neto en el semestre aumenta hasta los €9,7M, frente a pérdidas de €17,4M en 2015
- La evolución positiva del negocio ha sido respaldada por la mejora en la calificación de la Compañía asignada por Moody's por primera vez con un rating corporativo "B2"

**Madrid, 28 de julio de 2016.** NH Hotel Group sigue mostrando el positivo impacto que tienen todas las iniciativas que está llevando a cabo en el marco de su plan estratégico, como así ha confirmado hoy la Compañía durante la presentación de resultados del primer semestre, que muestran un sólido crecimiento de los ingresos, EBITDA y beneficio neto del Grupo.

### **Evolución de los resultados en el primer semestre de 2016**

NH Hotel Group ha confirmado que continúa el **excelente crecimiento de los ingresos** que la Compañía viene reportando trimestre a trimestre, con un aumento de los mismos del 7,5% frente al mismo período del año anterior. Así, el Grupo ha alcanzado unos ingresos de **€715,1 millones en seis meses**, impulsados por el buen comportamiento durante el segundo trimestre de los mercados principales donde opera la Compañía, como España (+13,8%) o Europa Central (+11,4%), ambos con crecimiento de doble dígito en ingresos en el trimestre. Por su parte, la unidad de negocio de Italia, afectada en la comparativa por la celebración de la Exposición Universal de Milán el pasado año, ha compensado totalmente su ausencia este ejercicio con el buen comportamiento de las ciudades secundarias. Al mismo tiempo, Benelux evoluciona favorablemente a pesar de verse afectado por las reformas planificadas durante este último trimestre y la unidad de negocio de América refleja una tendencia muy positiva en moneda local en todos los países, siendo capaz de absorber la casi totalidad del impacto adverso del tipo de cambio.

**La estrategia de gestión de precios** implementada en el semestre ha permitido al Grupo reemplazar las tarifas menos rentables del cambio de segmentación iniciado el año anterior. Acumulado a seis meses, el Grupo presenta un **aumento de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) del 6,5%**,

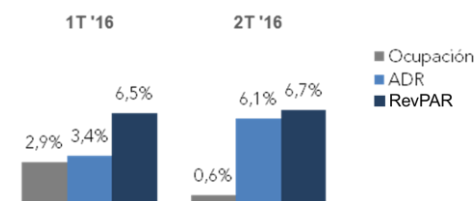
*Para más información:*

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



fundamentalmente por un crecimiento de los precios del 5,1% y de la ocupación del 1,3%. Cabe señalar que **en el segundo trimestre estanco aumenta el RevPAR un 6,7%**, en un 91% vía incrementos de precios medios (+6,1%), con un aumento plano de la ocupación del 0,6%. Así, la estrategia llevada a cabo ha permitido a **NH Hotel Group superar un trimestre más a sus competidores directos** en los destinos donde opera.

### Evolución de los indicadores por trimestres



ADR: Precio medio  
RevPAR: Ingresos por habitación disponible

### Evolución frente a competidores en 2º trimestre

	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	ARI % var
<b>Total NHH</b>	<b>+5,6%</b>	<b>+2,7%</b>	<b>+3,0p.b</b>
<b>España</b>	<b>+11,8%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>+5,5p.b</b>
<b>Italia</b>	<b>-11,6%</b>	<b>-9,2%</b>	<b>-2,4p.b</b>
<b>Benelux</b>	<b>+11,5%</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+6,5p.b</b>
<b>Europa Central</b>	<b>+13,0%</b>	<b>+6,4%</b>	<b>+6,6p.b</b>

Fuente: STR/MKG/Fairmas Competitive Set Average Growth

Principales ciudades dónde se dispone de fuente

En el primer semestre del año el **EBITDA del Grupo crece un 27,4% hasta los €73 millones**, a pesar del efecto negativo del cambio de divisa en algunos mercados y otros factores como el comportamiento todavía débil en Bélgica en el segundo trimestre.

Por su parte, el **beneficio neto** incluyendo la actividad no recurrente a seis meses es de **€9,7 millones**, una mejora de €27 millones frente al año anterior, en el que la Compañía presentó pérdidas de €17,4 millones. Cabe señalar la positiva evolución del resultado neto recurrente en el segundo trimestre estanco por la mejora del negocio, período en el que la Compañía ha presentado un beneficio neto recurrente de €32,2 millones.

### Cuenta de resultados

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG						
(millones de €)	2T 2016	2T 2015	Var.	6M 2016	6M 2015*	Var.
	M Eur.	M. Eur	%	M Eur.	M. Eur	%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>413,3</b>	<b>387,2</b>	<b>6,7%</b>	<b>715,1</b>	<b>665,3</b>	<b>7,5%</b>
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>155,4</b>	<b>138,6</b>	<b>12,1%</b>	<b>226,5</b>	<b>203,2</b>	<b>11,5%</b>
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>77,8</b>	<b>64,2</b>	<b>21,3%</b>	<b>73,0</b>	<b>57,3</b>	<b>27,4%</b>
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	<b>49,3</b>	<b>11,7</b>	<b>321,4%</b>	<b>9,7</b>	<b>(17,4)</b>	<b>155,9%</b>

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

Para más información:

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



## Mejora de la posición financiera del Grupo

La deuda financiera neta alcanza los €801M a 30 de junio de 2016, una reducción de €37M respecto a cierre del ejercicio 2015, por la satisfactoria generación de caja operativa en el período, debido a que la inversión de reposicionamiento realizada en el semestre se financia casi en su totalidad con la venta de activos no estratégicos.

## Estatus del plan estratégico

Cuando se cumple el ecuador del plan estratégico, NH Hotel Group ha reposicionado totalmente 52 hoteles, 6 adicionales están actualmente en ejecución y otros 7 comenzarán sus obras el próximo año. A finales de 2016 la mayor parte de la inversión destinada a la mejora de los activos de la Compañía habrá sido ejecutada y el 83% de las reformas (totales o parciales) estarán completadas.

Con **más hoteles en perfecto estado** y una cartera que crece progresivamente en el segmento superior con las marcas NH Collection y nhow, la Compañía constata una significativa mejora de la experiencia y la calidad percibida por los consumidores. NH Hotel Group es ya la compañía hotelera de origen español con más hoteles certificados como excelentes en todo el mundo por el portal de viajes TripAdvisor y ha logrado que el 35% de la cartera se encuentre ya en el top 10 de cada destino cuando el consumidor realiza una búsqueda en este portal.

Esta **mejora en el reconocimiento de los consumidores**, impulsada por: una completa promesa operacional incorporada a cada marca del Grupo; la renovación de los hoteles en todos los mercados; la sustitución de los elementos que configuran la propuesta básica dirigida al cliente (colchones exclusivos, duchas de máxima calidad, televisiones led de última generación, amenities y secadores profesionales); la redefinición de la oferta gastronómica, más amplia y saludable; y todo ello unido a una estrategia de gestión de precios más eficiente y optimizada con novedosas herramientas predictivas, está permitiendo un incremento sostenible de los ingresos por habitación disponible (RevPAR).

Destaca el **despliegue internacional de la enseña NH Collection**, la marca del grupo para el segmento upper upscale, y su impacto sobre la imagen del grupo y sobre el incremento del precio medio (ADR). En total, la Compañía cuenta con 63 hoteles de la marca en la actualidad. A ellos se sumarán nuevos hoteles de la marca nhow en los próximos años, que actualmente cuenta con 3 proyectos en curso en destinos estratégicos para la marca como Londres, Ámsterdam y Santiago de Chile.

La **expansión** del Grupo en mercados estratégicos continúa **fortaleciendo la presencia en Europa e incrementando la cartera en Latinoamérica** (9 hoteles/1.283 habitaciones firmados durante el primer semestre en destinos como Venecia, Amberes, Monterrey, México DF y Eindhoven, entre otros). Todas las firmas se han llevado a cabo bajo fórmulas poco intensivas en capital como la gestión o el alquiler, lo que permite la financiación y el desarrollo de las operaciones sin necesidad de incrementar el endeudamiento del Grupo. Asimismo, durante este período la Compañía ha abierto 4 hoteles/541 habitaciones en Madrid, Guadalajara (México), Roma y Bariloche.

El **plan de optimización** del portfolio se está ejecutando por encima de lo esperado y destaca que a 30 de junio se han materializado ventas de activos con entrada de caja por importe de €76 millones. Incluidas las transacciones realizadas en el mes de julio, se ha ejecutado el 73% de los objetivos del año.

Para más información:

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



NH Hotel Group destaca que **las perspectivas son positivas de cara a 2016**, lo que permite confirmar las previsiones de EBITDA recurrente en el entorno de los 190 millones de euros y un objetivo de reducción del ratio de apalancamiento del grupo a 4 veces (DFN/EBITDA recurrente), al cierre de este ejercicio.

### **Moody's califica por primera vez a NH Hotel Group y le otorga un rating corporativo "B2" con perspectiva estable**

La prestigiosa agencia de calificación Moody's asigna un rating corporativo "B2" a NH Hotel Group, mejorando las calificaciones crediticias actuales de la Compañía, gracias a la favorable evolución de su plan estratégico, la mejora de la liquidez y su enfoque en fórmulas menos intensivas en capital.

La calificación "B2" de la agencia crediticia Moody's, que por primera vez califica a NH Hotel Group, refleja que la Compañía "se beneficiará del éxito de la implementación de su plan estratégico para transformar la Compañía; de su capacidad para mejorar la liquidez mediante la generación de caja proveniente del negocio y las desinversiones planeadas; y por último, de su enfoque de crecimiento bajo fórmulas menos intensivas en capital".

Moody's considera estable la perspectiva de futuro de la calificación "B2" a NH Hotel Group, debido a la continuidad en la ejecución de su plan estratégico, la sostenible mejora de los ingresos por habitación disponible (RevPAR) y el mantenimiento de una adecuada liquidez en la Compañía.

### **Evolución de la actividad hotelera comparable por mercados**

*(Primer semestre de 2016: Datos de hoteles comparables + hoteles en reforma)*

**España** continúa experimentando una muy favorable tendencia, impulsada en el segundo trimestre por el buen comportamiento de Madrid y la excelente evolución en el caso de Barcelona y Valencia, con incrementos de RevPAR del 17,6% y 22,3% respectivamente. El RevPAR de toda la unidad de negocio en el semestre crece un 15,3%, con un crecimiento de los precios del 8,9% y de la ocupación del 5,9%. Los ingresos totales aumentan un 16,5% frente al mismo período del año anterior y el EBITDA, por su parte, incrementa un 121,5% a seis meses.

**Italia** ha compensado la ausencia en 2016 de la celebración de la Exposición Universal en Milán con el impacto positivo de los hoteles reformados y el buen comportamiento de ciudades secundarias. Este mercado muestra un ligero descenso de los ingresos por habitación disponible comparables (RevPAR) del -1,2% a seis meses, sin tener en cuenta aperturas. Con ellas el RevPAR crece un 1,7%. Los ingresos totales de este mercado en el primer semestre crecen un 2,9%.

**La unidad de negocio de Benelux** ha experimentado un crecimiento del 2,2% en RevPAR en el semestre, debido en su totalidad al incremento en los precios. Los ingresos totales en este período se mantienen planos por la menor contribución de los hoteles de Bruselas, compensada en su totalidad por el buen comportamiento de Ámsterdam.

**Europa Central** destaca por una magnífica evolución y refleja un aumento a seis meses del 8,4% en RevPAR, con un incremento de precios del 6,7% y un ligero crecimiento de la ocupación del 1,7%. Los ingresos aumentan un 7,2%, impulsado por un buen calendario de ferias.

*Para más información:*

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



La unidad de negocio de **América** presenta una tendencia positiva con incrementos de ingresos a tipo de cambio constante. Si bien, se ve afectada en la consolidación de sus resultados en el Grupo por el cambio de divisa (-5,9%). Cabe destacar que dicho descenso de ingresos ligado a la devaluación de las divisas queda en parte absorbido a nivel de EBITDA, gracias al plan de contención de costes en esta región.

Por regiones, México muestra en el segundo trimestre un crecimiento del RevPAR del 22,7% en moneda local, con una subida de precios del 16,6%. Por su parte, en Mercosur el RevPAR del último trimestre crece un 36,0% en moneda local, con incrementos de precios medios del 36,9%. Por último, Colombia tiene un crecimiento de ingresos del 7%.

## Sobre NH Hotel Group

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

### Departamento de Comunicación de NH Hotel Group

Tel: +34 91 396 0506

Tel: +34 91 451 9718 (centralita)

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

Web corporativa: [www.nhhotelgroup.com](http://www.nhhotelgroup.com)

#### Social Media :

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

Twitter | LinkedIn | YouTube



*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)





## 2T 2016 Presentación de Resultados

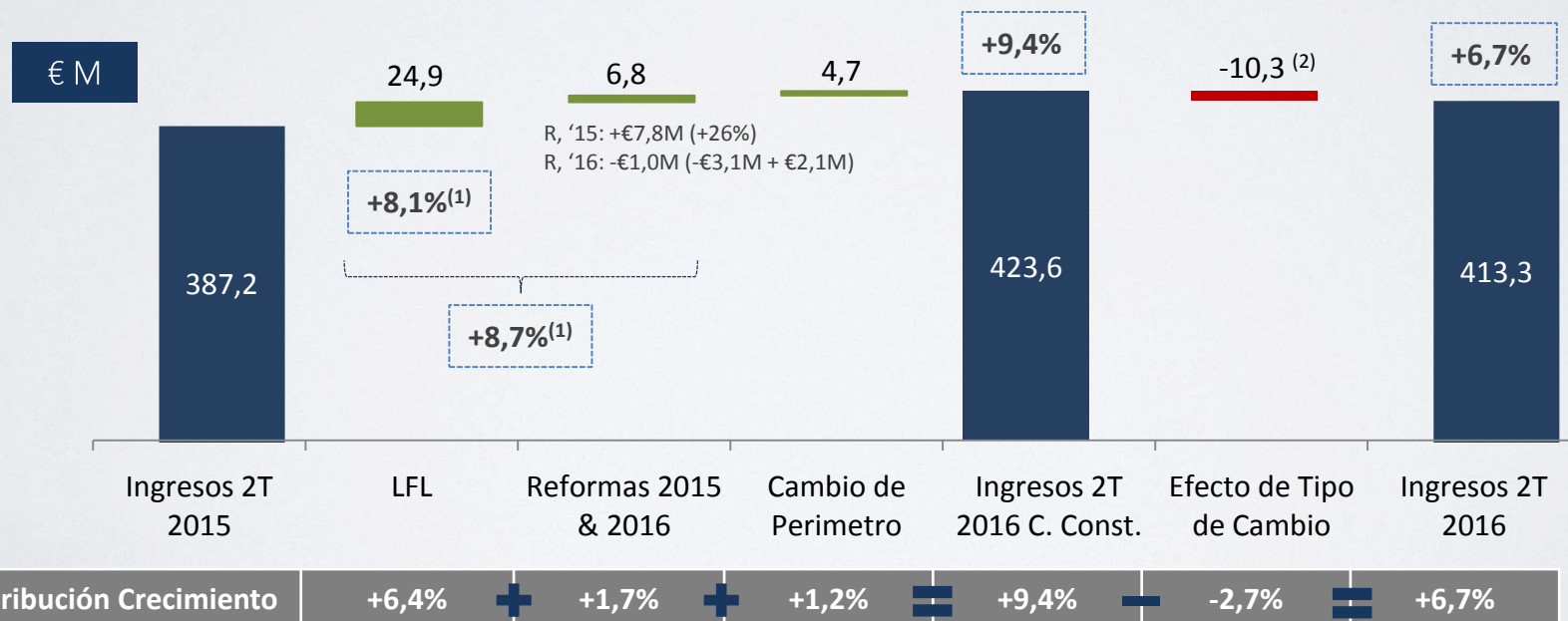
**BUILDING UP THE NEW NH**

28 de Julio 2016



# CONTINUA EL EXCELENTE CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS EN 2T 2016

- Incremento de los ingresos en el 2T 2016 del +6,7% alcanzando €413,3M (+€26,1M) con un crecimiento de +5,7% en el perímetro LFL. Crecimiento de ingresos en 2T afectado por:
  - Impacto negativo de la divisas en Latinoamérica: -€10,3M
  - Lucro cesante de hoteles en reforma en 2T 2016: -€3,1M
  - Menor contribución por la Expo de Milán en 2T del 2015: -€3,2M
  - Menor contribución de los hoteles en Bélgica: -€1,6M en perímetro comparable
- Aislando el efecto de del tipo de cambio (Peso Argentino -38%; Peso Colombiano -18% y Peso Mexicano -17%):
  - Los ingresos consolidados hubiesen crecido un +9,4% (+€36,4M) incluyendo reformas y cambios de perímetros
  - Los ingresos LFL se hubiesen incrementado un +8,1% (+€24,9M)



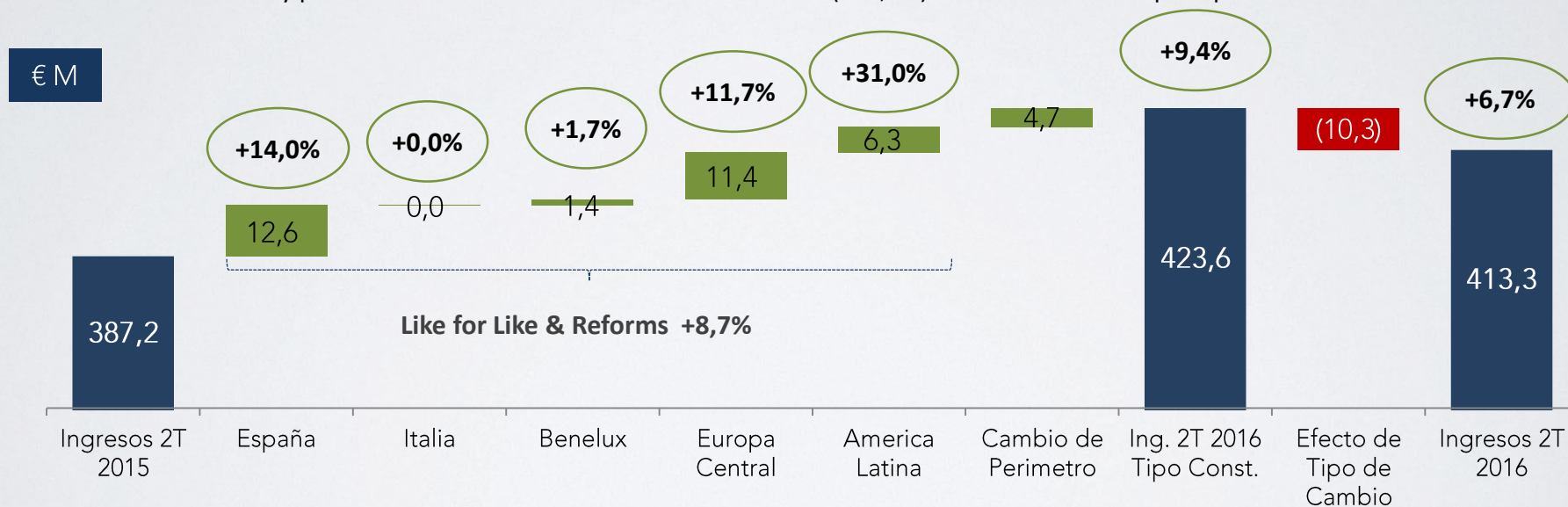
<sup>(1)</sup> Sobre su base de 2015. A tipo de cambio real el crecimiento es de +5,7%

<sup>(2)</sup> -€7,3M en LFL



# INCREMENTO DE INGRESOS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EN 2T 2016

- España: +14,0% de crecimiento en LFL&R. 80% del crecimiento del RevPar vía precios. Buen comportamiento de Madrid y excelente evolución en Barcelona y Valencia con incrementos de RevPar de +17,6% y +22,3% respectivamente
- Italia: las reformas del 2015 y el buen comportamiento de las ciudades secundarias compensan en su totalidad la pérdida por la Expo de Milán en 2T del 2015 (contribución de €3,2M). Incluyendo las nuevas aperturas el crecimiento total de ingresos es de +4,8%
- Benelux: crecimiento LFL excluyendo reformas de +4,6% a pesar de la menor contribución de Bélgica LFL en el trimestre (-€1,6m; -16%). Las reformas en el 2T tuvieron un impacto negativo de -€2,9M en línea con el plan. Ambos efectos han sido compensados por un mejor comportamiento en Holanda LFL (+€3,4m; +8%).
- Europa Central: crecimiento de +11,7% en LFL&R con un incremento de precios del +9,5% (75% del crecimiento del RevPar)
- LatAm: tendencia muy positiva en moneda local en todos los mercados (+31,0%). Evolución afectada por tipo de cambio



						Ex- Divisa	Reportado
Ingresos LFL	+11,0%	-2,3%	+4,6%	+9,1%	+28,8%	+8,1%	+5,7%
Total Ingresos	+13,8%	+4,8%	+2,5%	+11,7%	+17,2%	+9,4%	+6,7%

# MEJORA SUSTANCIAL EN LA EVOLUCIÓN DEL REVPAR Y MEJOR QUE LOS COMPETIDORES

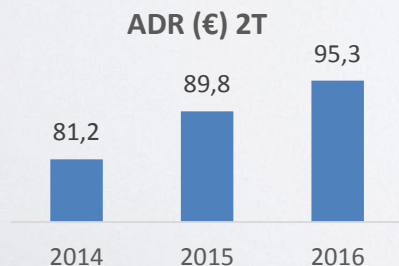
➤ En comparación con 1T, trimestre de baja demanda con 50% de crecimiento vía ocupación, el 2T confirma la estrategia de crecimiento de RevPar vía ADR que se espera continúe durante la segunda parte del año:

- RevPar: +6,7% (91% de crecimiento a través de ADR)
- ADR: se alcanzan los €95,3, lo que supone un incremento de +6,1% (+€5,5)
- Ocupación: Se mantiene en niveles altos para un trimestre de alta ocupación



➤ Incremento de precios por delante de los competidores (STR\*):

- Evolución positiva del crecimiento de ADR relativo frente a los competidores en un trimestre de alta demanda. ADR relativo +3,0 p.b vs competidores
- En Italia la estrategia en la ciudad de Milán en 2016 está siendo mantener el alto RGI absoluto a través del volumen, por haber crecido los precios en el 2015 por encima de los competidores (+5,2 p.b.). El crecimiento a nivel de RGI es de +1,0 p.b en el 2T
- Destaca el comportamiento de NHH en Benelux con un incremento de +11,5% vs. el set de competidores que crece un +5,0%. En Bruselas el crecimiento de RGI de +5,8 p.b en el 2T proviene por un crecimiento de ARI de +6,8 p.b

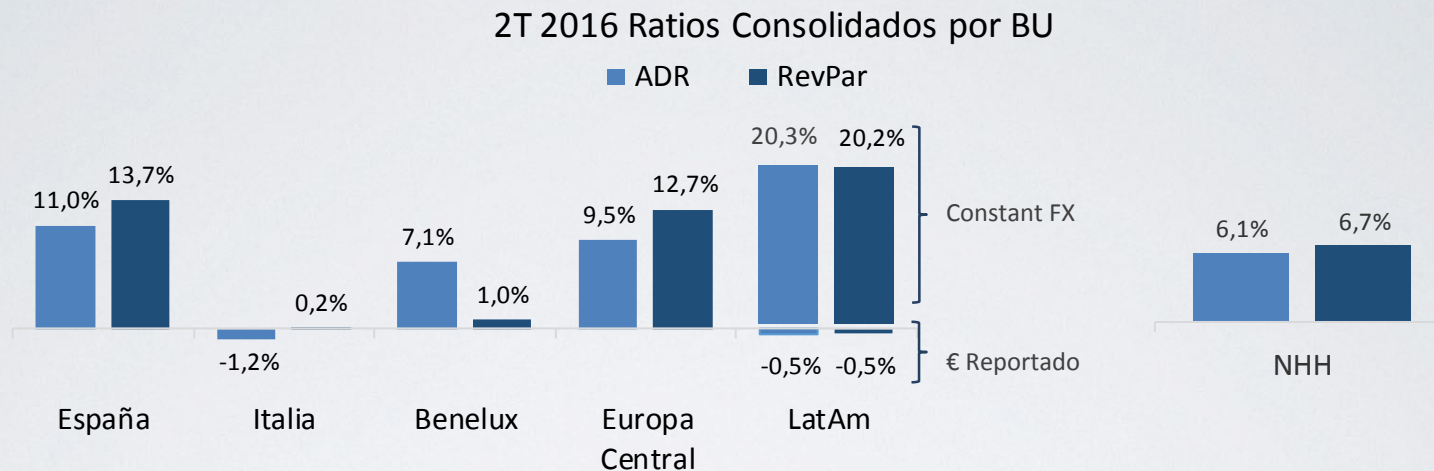


	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	ARI % var
<b>Total NHH</b>	<b>+5,6%</b>	<b>+2,7%</b>	<b>+3,0p.b</b>
<b>España</b>	+11,8%	+6,3%	+5,5p.b
<b>Italia</b>	-11,6%	-9,2%	-2,4p.b
<b>Benelux</b>	+11,5%	+5,0%	+6,5p.b
<b>Europa Central</b>	+13,0%	+6,4%	+6,6p.b

Fuente: STR/MKG/Fairmas Competitive Set Average Growth

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

➤ Destacable el crecimiento del RevPar de dos dígitos en España, Europa Central y Latam a tipo de cambio constante:



RevPar LFL	+12,6%	-5,2%	+3,8%	+10,8%	-7,8% / +26,2% FX constante
------------	--------	-------	-------	--------	-----------------------------

- Los ingresos de habitaciones crecieron +6,7% en línea con el crecimiento del RevPar del 2T
- Los ingresos de restauración y otros ingresos crecieron a una tasa similar (+6,8%), lo que permite reportar un crecimiento de ingresos total de +6,7%
- Los ingresos online crecieron +21% en los primeros 6 meses del año

	RevPar	Hab. Disponibles	Room Rev.	F&B & Other Rev.	Total Rev.
<b>Evolución de Ingresos 2T 2016</b>	+6,7%	+0,0%	+6,7%	+6,8%	+6,7%



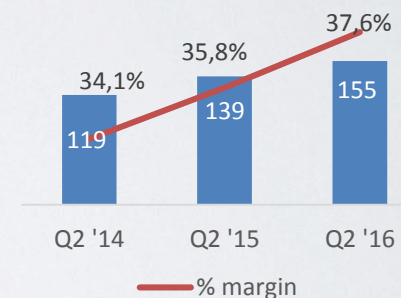
# ALTA CONVERSION DE LOS INGRESOS EN 2T MEJORANDO EL EBITDA +21%

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	2T 2016	2T 2015	Var.		6M 2016	6M 2015*	Var.	
	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>413,3</b>	<b>387,2</b>	<b>26,1</b>	<b>6,7%</b>	<b>715,1</b>	<b>665,3</b>	<b>49,8</b>	<b>7,5%</b>
Coste de Personal	(132,9)	(129,0)	(3,9)	3,0%	(254,4)	(244,1)	(10,4)	4,2%
Gastos Directos de Gestión	(125,0)	(119,6)	(5,4)	4,5%	(234,1)	(218,0)	(16,1)	7,4%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>155,4</b>	<b>138,6</b>	<b>16,8</b>	<b>12,1%</b>	<b>226,5</b>	<b>203,2</b>	<b>23,4</b>	<b>11,5%</b>
Arrendamientos e Impuestos Propiedad	(77,5)	(74,4)	(3,1)	4,2%	(153,5)	(145,9)	(7,6)	5,2%
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>77,8</b>	<b>64,2</b>	<b>13,7</b>	<b>21,3%</b>	<b>73,0</b>	<b>57,3</b>	<b>15,7</b>	<b>27,4%</b>

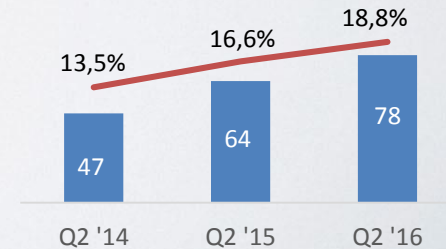
\* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

- El EBITDA de 2T alcanzó €77,8M (+21,3%), a pesar del impacto negativo de la divisa (-€1,7M en EBITDA con -€10,3M en ingresos), la no contribución de la Expo de Milán (+€2,4M) en 2T del 2015, el comportamiento todavía débil de Bélgica (-€0,8M) y por último el efecto de la linealización de alquileres (-€1,5M)
- Crecimiento de +3,0% del coste de personal en 2T explicado por el mayor nivel de actividad en España y Europa Central y por las indemnizaciones incurridas vinculadas con el negocio (+€0,7M)
- El incremento del +4,5% de los gastos directos de gestión en 2T se explica en su totalidad por mayores comisiones vinculadas a la mejora del negocio y a la evolución de canales de venta
- Los incrementos de alquileres de +€3,1M en 2T están ligadas a los cambios de perímetro por aperturas y cierres (€1,3M), el impacto contable de la linealización de los alquileres (€1,5M) y los componentes variables de los contratos
- Con todo ello, la Conversión en 2T de ingresos a GOP es del 64% y la conversión a nivel de EBITDA alcanzó el 52%
- A nivel del semestre, el EBITDA alcanzó los €73,0M lo que implica un crecimiento del +27,4% y una conversión del 32% en línea con el plan para alcanzar el objetivo de EBITDA del año (40-45% de conversión) por una mayor conversión esperada en H2. Ajustado por las indemnizaciones (€1,8M) y la linealización de rentas (3,9M) la conversión proforma del semestre alcanza el 43%

GOP 2T(€M)



EBITDA antes de onerosos 2T (€M)





# MEJORA SUSTANCIAL EN EL RESULTADO NETO RECURRENTE DE 2T Y BENEFICIO POSITIVO EN EL SEMESTRE

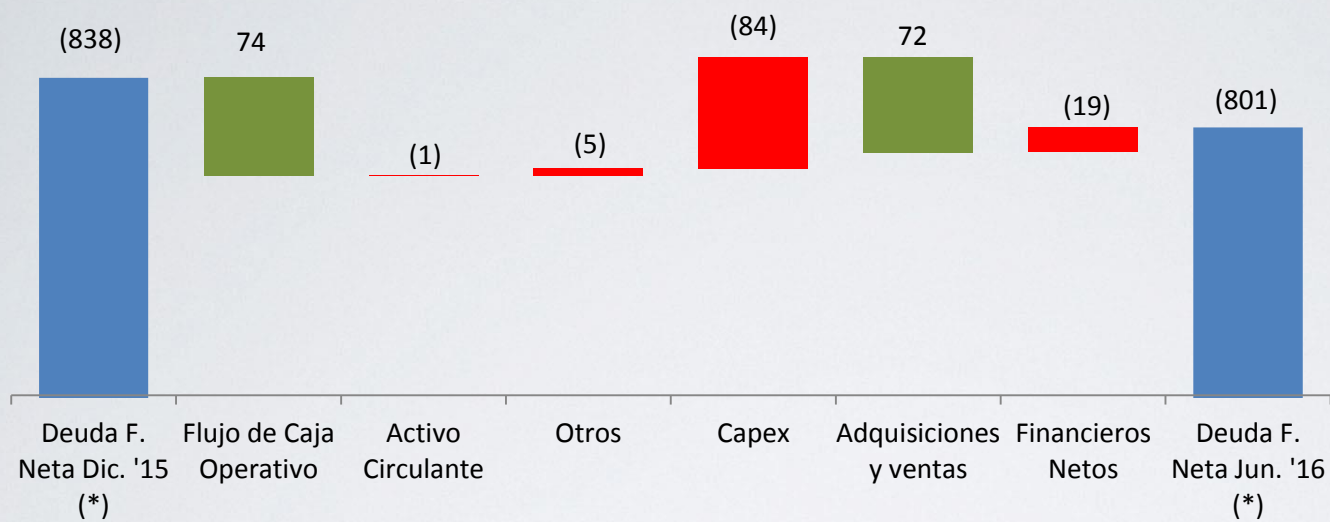
NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	2T 2016	2T 2015	Var.		6M 2016	6M 2015*	Var.	
	M. Eur.	M. Eur.	M. Eur.	%	M. Eur.	M. Eur.	M. Eur.	%
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>77,8</b>	<b>64,2</b>	<b>13,7</b>	<b>21,3%</b>	<b>73,0</b>	<b>57,3</b>	<b>15,7</b>	<b>27,4%</b>
Reversion Provisión C. Onerosos	1,7	2,6	(0,9)	(34,9%)	3,0	5,2	(2,3)	(43,6%)
<b>EBITDA CON ONEROSOS</b>	<b>79,5</b>	<b>66,8</b>	<b>12,8</b>	<b>19,1%</b>	<b>76,0</b>	<b>62,6</b>	<b>13,4</b>	<b>21,5%</b>
Amortizaciones	(25,5)	(23,8)	(1,7)	7,1%	(49,6)	(45,9)	(3,7)	8,0%
<b>EBIT</b>	<b>54,1</b>	<b>43,0</b>	<b>11,1</b>	<b>25,8%</b>	<b>26,4</b>	<b>16,6</b>	<b>9,7</b>	<b>58,6%</b>
Gastos Financieros Netos	(12,3)	(14,5)	2,1	(14,8%)	(24,0)	(22,3)	(1,8)	7,9%
Resultados Puesta en Equivalencia	0,2	(0,1)	0,3	(599,9%)	0,1	(0,1)	0,2	(314,3%)
<b>EBT</b>	<b>42,0</b>	<b>28,5</b>	<b>13,5</b>	<b>47,5%</b>	<b>2,5</b>	<b>(5,7)</b>	<b>8,2</b>	<b>143,2%</b>
Impuesto sobre Sociedades	(8,4)	(12,0)	3,5	(29,4%)	(6,1)	(5,6)	(0,5)	9,5%
<b>Resultado antes de Minoritarios</b>	<b>33,5</b>	<b>16,5</b>	<b>17,0</b>	<b>103,3%</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(11,3)</b>	<b>7,7</b>	<b>68,0%</b>
Intereses Minoritarios	(1,3)	(0,8)	(0,5)	68,1%	(1,9)	(1,2)	(0,7)	56,6%
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	<b>32,2</b>	<b>15,7</b>	<b>16,5</b>	<b>105,0%</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(12,5)</b>	<b>7,0</b>	<b>56,0%</b>
EBITDA no recurrente	32,7	(6,1)	38,9	n.a.	34,5	(7,0)	41,5	n.a.
Otros elementos no recurrentes	(15,6)	2,1	(17,8)	n.a.	(19,3)	2,0	(21,4)	n.a.
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	<b>49,3</b>	<b>11,7</b>	<b>37,6</b>	<b>321,4%</b>	<b>9,7</b>	<b>(17,4)</b>	<b>27,1</b>	<b>155,9%</b>

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

- Mejora en 2T del Resultado Neto recurrente de +€16,5M alcanzando los €32,2M por la mejora del negocio:
  - Mayor depreciación por reformas (-€1,7M)
  - Reducción de gastos financieros (+€2,1M) por impacto positivo de la refinanciación llevada a cabo en la segunda parte de 2015
  - Menor gasto de impuesto de sociedades (+€3,5M) por incentivos y pérdidas fiscales activadas
- La variación en 2T de otros elementos no recurrentes se debe principalmente a las plusvalías netas registradas por la venta de activos netas del registro de provisiones y amortizaciones aceleradas por reformas
- En los primeros 6 meses del año el Resultado Neto recurrente del Grupo mejora en +€7,0M (+56%) que junto a la aportación positiva de la actividad no recurrente, lleva a alcanzar un Beneficio Positivo de €9,7M, frente a la pérdida de -€17,4M del mismo periodo de 2015

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

Deuda Financiera Neta Var. €M



30 Junio 2016

Deuda Financiera Bruta: (€887M)

Deuda Financiera Neta: (€801M)

(\*) DNF excluyendo los ajustes de contabilidad de la parte del bono convertible registrado como Equity, gastos de formalización e intereses devengados. Incluyendo estos ajustes contables la DFN sería de €777m a 30 de Junio 2016 y €809m a 31 de diciembre del 2015.

➤ Reducción de €37,2 millones en la Deuda Financiera Neta en el primer semestre del año por la favorable generación de caja del período y por un capex financiado por las ventas de activos no estratégicos.

➤ Generación positiva de caja en el semestre:

- (+) Flujo de caja operativo +€74M
- (-) Variación del circulante: se confirma la recuperación del circulante iniciada desde segunda parte de 2015 y por ello no se muestra inversión en circulante
- (-) Otros: Principalmente relativo a las devoluciones del IVA y periodificaciones de gastos
- (-) Inversiones en capex -€84M
- (+) Ventas de activos +€75,8M y contribución a la JV de China (-€4,1M)

## VENTA DE ACTIVOS NO ESTRATÉGICOS Y MEJORA DEL RATING

### ➤ Venta de Activos:

- Del objetivo de desinversiones para el año 2016 de €140m se han cerrado a 30 de junio transacciones que representan una caja neta de €75,8M, que junto a las transacciones firmadas en el mes de julio, se alcanza el 73% del objetivo fijado para el año

	Caja Neta 2016
<b>A 30 de junio de 2016</b>	<b>€75,8M</b>
<b>Mes de Julio</b>	€25,9M (€5,0M a cobrar en Agosto)
<b>A 28 de julio de 2016</b>	<b>€101,7M</b>

- La pérdida de EBITDA en base anual para el objetivo del año (€140M) es de €6-7M y de los cuales para las operaciones ya firmadas es de €3,5-4M
- Tomando como referencia los últimos 12 meses, el ratio de apalancamiento se reduce de 5,6x en diciembre 2015 a 4,6x en junio 2016. Dado el nivel alcanzado de venta de activos no estratégicos, se confirma el objetivo de reducción del endeudamiento a cierre del ejercicio a niveles de 4,0x (DFN / EBITDA 2016)

	Diciembre 2015	Junio 2016
LTM EBITDA	150	165
Deuda Financiera Neta	838	801
DFN/LTM EBITDA	5,6x	4,8x

### ➤ Moody's Rating B2, perspectiva estable (27 julio 2016)

- Moody 's Investors Service ha asignado a NHH por primera vez un rating corporativo de B2. La perspectiva de la rating es estable
- “El rating B2 de NH Hotel Group refleja principalmente la plataforma asentada en Europa que esperamos se beneficien de la ejecución su plan de integral de transformación, la mejora de la liquidez y el mayor enfoque asset-light”



## DISCLAIMER

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

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

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

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

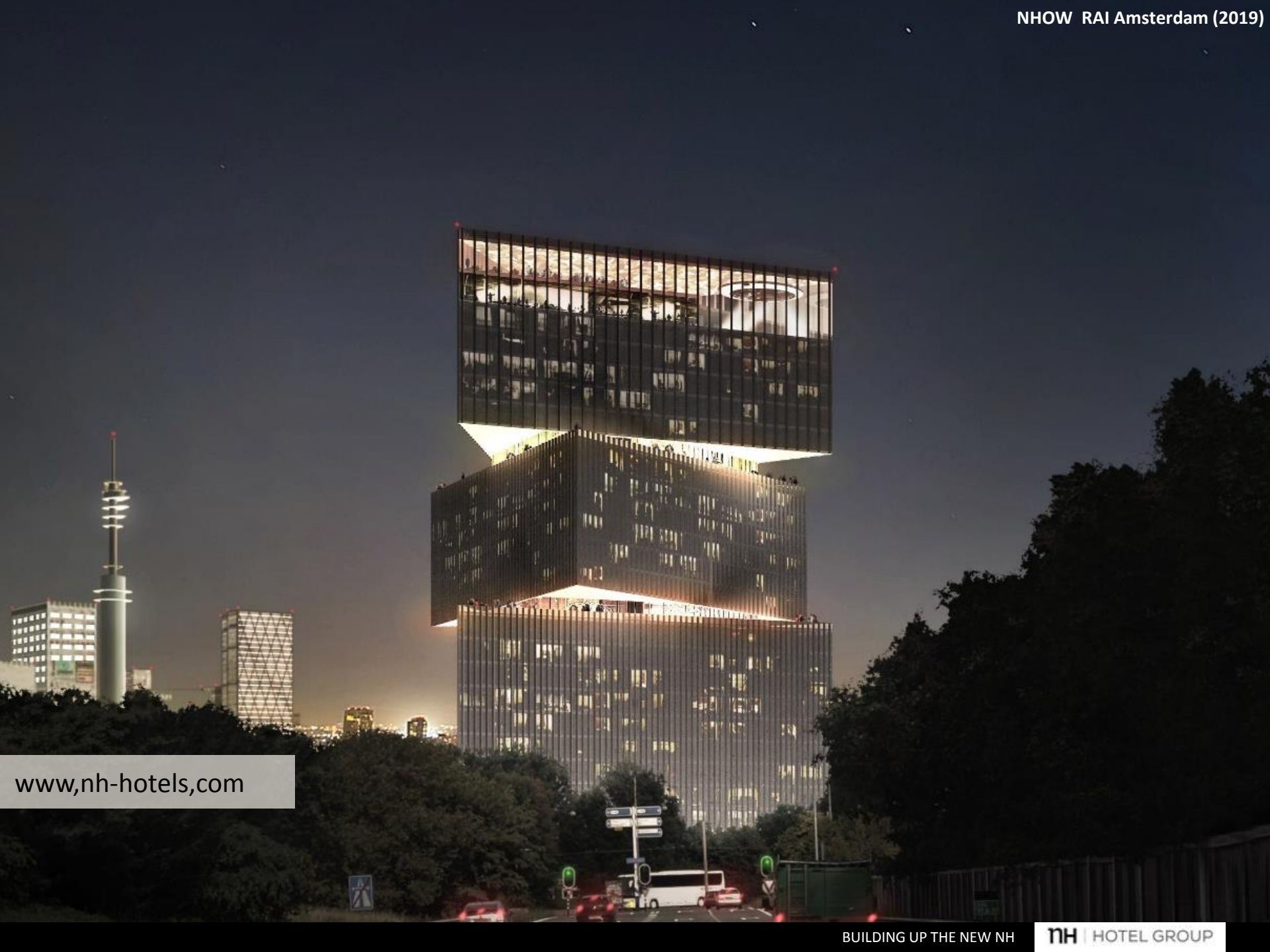
*This presentation includes “forward-looking statements.” These statements contain the words “anticipate,” “believe,” “intend,” “estimate,” “expect”, “aspire” and words of similar meaning. All statements other than statements of historical facts included in this presentation, including, without limitation,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

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

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

*The statements and forecasts included in this document do not constitute testimony or guarantees, express or implied, on behalf of NH Hotel Group, its board members or directors. Neither NH Hotel Group, nor its board members and directors, assume responsibility for any damage or loss, direct or indirect that may arise from the use of the information contained in this document,*





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

**VENTAS Y RESULTADOS**  
**1<sup>er</sup> Semestre 2016**  
**28 de Julio de 2016**



**nh**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

- **Excelente crecimiento de ingresos en el segundo trimestre de +6,7%**, con una contribución al crecimiento al RevPar vía precios del 91%, a pesar del efecto de tipo de cambio (+9,4% a tipo constante) apoyado por el buen comportamiento de España (+13,8%) y Europa Central (+11,4%).
- **Acumulado en el primer semestre los ingresos del año crecen un +7,5%**, con una contribución de los precios al crecimiento del RevPar del 80%.
- **El EBITDA del 2T 2016 alcanza €77,8M**, implicando una **mejora de +21,3%** (+€13,7M) absorbiendo el efecto negativo de la divisa (-€1,7M), la menor contribución de los hoteles en Bélgica (-€0,8M) y el coste de oportunidad por obras de reposicionamiento en Benelux (-€2,1M). El ratio de conversión a EBITDA alcanza un 52% en 2T.
- **En los primeros 6 meses de 2016 el EBITDA recurrente alcanza los €73M** implicando una **mejora de +27,4%** (+€15,7M). Con todo ello el EBITDA recurrente de los últimos 12 meses alcanzaría €165M.
- **El Beneficio Neto recurrente de 2T se incrementa en +€16,5M** (+105%) alcanzado los €32,2M y en el **semestre mejora en +€7,0M (+57%)**.
- **El Beneficio Neto del primer semestre**, apoyado por el buen comportamiento del negocio y ventas de activos no estratégicos, permite alcanzar **€9,7M, frente a la pérdida de -€17,4M** del mismo periodo de 2015.
- **Mejora de la posición financiera neta** (€801M de deuda financiera neta , reducción de -€37M) que permite alcanzar un **ratio de apalancamiento de 4,8x** (últimos 12 meses) vs 5,6x a 31 de diciembre 2015.

### Principales Magnitudes del segundo trimestre de 2016

- **Crecimiento del RevPar de +6,7%**, 91% a través de crecimiento de los precios (+8,3% a tipo de cambio constante). Destaca el incremento de **doble dígito de España (+13,7%) y Europa Central (+12,7%)** impulsados también por el incremento de ocupación (+2,4% y +2,9% respectivamente).
  - En comparación con 1T (periodo de menor actividad en el año), el 2T confirma la estrategia de crecimiento del RevPar vía ADR para el año y permite durante el trimestre continuar creciendo los precios frente a los competidores directos (+3,0% en el 2T).
- **Los ingresos totales alcanzan los €413,3M**, lo que supone un **crecimiento de +6,7% (+€26,1M)**. De este +6,7% de crecimiento, **el perímetro comparable aporta +6,4 p.p.** (a pesar de la menor contribución por la Expo de Milán en 2T del 2015 (-€3,2M), **los hoteles reformados en 2015 y 2016 aportaron +1,7 p.b.** (+€6,8M, en el 2T la aportación de los hoteles reformados en el 2015 es mayor que el lucro cesante de los hoteles reformados en el 2016), **los cambios de perímetro por aperturas y cierres +1,2 p.b.** (+€4,7M) y la **evolución negativa de la divisa** (Peso Argentino -38%; Colombiano -18% y Mexicano -17%) **resta -2,7 p.b** (-€10,3M).
- Destaca el crecimiento de los **ingresos Like for Like más Reformas** (“LFL&R” de aquí en adelante) de **España de +14,0%**, y de **Europa Central** que registró un crecimiento de **+11,4%**. Destacar que en **Benelux** (+1,2%) se ha concentrado el mayor número de hoteles reformados durante el trimestre (-€2,9M de pérdida de ingresos) y el crecimiento **LFL excluyendo las reformas** fue del **+4,1%**, a pesar del comportamiento débil de Bélgica LFL (-€1,6M; -16%) que se compensó por un mejor comportamiento de Holanda LFL (+€3,4M; +8%). En **Italia** las reformas del 2015 así como el buen comportamiento de las ciudades secundarias compensan en su totalidad la contribución de la Expo de Milán en 2T del 2015 (+€3,2M) reportando un

**Ventas y Resultados 6 meses 2016**

Madrid, 28 de julio 2016

- crecimiento de LFL&R de +0,0%. Adicionalmente **incluyendo nuevas aperturas, el incremento es de +4,8% en Italia.**
- Los **gastos de personal** se incrementan un +3,0% explicado por el mayor nivel de actividad en España y Europa Central y por las indemnizaciones (+€0,7M) ordinarias del negocio.
- Los **otros gastos directos** crecen un +4,5% por las mayores comisiones debido al crecimiento de ingresos y evolución de canales de venta.
- **Crecimiento del +12,1% a nivel de GOP** (+€16,8M) alcanzando los €155,4M, **incrementándose el margen al 37,6%** (35,8% en 2T 2015) alcanzando un ratio de conversión del +64%.
- **El EBITDA** antes de onerosos del segundo trimestre (€77,8M) **mejora en un +21,3%** (+€13,7M) absorbiendo el efecto negativo de la divisa (-€1,7M), la menor contribución de los hoteles en Bélgica (-€0,8M), el coste de oportunidad por obras de reposicionamiento en Benelux (-€2,1M) y el impacto contable de la linealización de las rentas (+€1,5M). Con todo ello se reporta una **conversión de ingresos a EBITDA del 52%**, en línea con el plan para alcanzar el objetivo de EBITDA del año.
- **El Beneficio Neto recurrente del 2T se incrementa en +€16,5M** (+105%) que junto a la aportación positiva de la actividad no recurrente se reporta un **Beneficio Neto positivo de €49,3M.**

**Principales Magnitudes del primer semestre de 2016**

- **Acumulado en el primer semestre los ingresos del año crecen un +7,5% alcanzando los €715,1M. El EBITDA** de €73M implica una **mejora de +27,4%** (+€15,7M), representando una conversión del 32% y un proforma de 43% ajustado por las indemnizaciones (€1,8M) y linealización de alquileres (€3,9M).
- **El Resultado Neto recurrente del Grupo mejora en +€7,0M** (+56%) que junto a la aportación positiva de la actividad no recurrente, lleva a alcanzar un **Beneficio Neto Positivo de €9,7M**, frente a la pérdida de -€17,4M del mismo periodo de 2015.

**Evolución Deuda Financiera**

- Del **objetivo de desinversión de €140M** marcado para el año, a 30 de junio de 2016 se han materializado ventas de activos **con entrada de caja a dicha fecha por €76M**. Si incluimos las transacciones firmadas el mes de julio, se habría ejecutado el 73% del objetivo del año de €140M (excluyendo Nueva York, operación que está en proceso).
- **La deuda financiera neta alcanza los €801M** a 30 de junio de 2016, una reducción de €37M respecto a Diciembre 2015, por la satisfactoria **generación de caja operativa en el periodo**, ya que el Capex invertido en el semestre se financia casi en su totalidad con la venta de activos no estratégicos. Con todo ello se alcanza un ratio de Deuda Financiera Neta EBITDA de 4,8x en los últimos 12 meses a junio 2016 vs 5,6x a 31 de diciembre 2015.
- Moody's ha asignado a NHH un Rating corporativo B2 con perspectiva estable (27 julio 2016)

**Perspectivas 2016**

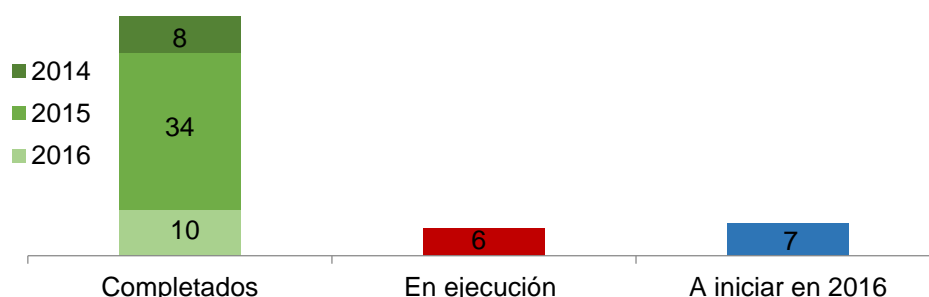
- Se mantiene el objetivo marcado para el año 2016 a nivel de EBITDA recurrente (€190M) y la reducción del endeudamiento relativo del grupo a ratios de 4,0x (DFN / EBITDA recurrente) a cierre de ejercicio.



**Status Plan Estratégico 2014 – 2018**

➤ **Plan de Reposicionamiento:**

Reposicionamiento Junio 2016 (# hoteles)



Desde el inicio del plan hasta junio del 2016 se ha completado la reforma global de 52 hoteles. La tasa de crecimiento anual compuesto del RevPar de aquellos hoteles con 6 meses de operación post reforma en los primeros seis meses de 2016 comparado con el mismo periodo anterior a la reforma es del +11,7%. Los hoteles recogidos en dicha muestra son: NH Collection Eurobuilding, NH Collection Abascal, NH Alonso Martínez, NH Collection Aránzazu, NH Pamplona Iruña, NH Collection Gran Hotel Zaragoza, NH Firenze, NH Madrid Atocha, NH Madrid Nacional, NH Madrid Ventas, NH Collection Hamburgo City, NH Collection Bruselas Centre, NH Utrecht, NH Milano Congress Centre y NH Génova Centro.

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 plan 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).

➤ **Marca:** NH cuenta con 382 hoteles y 58.318 habitaciones de los cuales 63 hoteles y 9.770 habitaciones son NH Collection a junio de 2016 y continúa mostrando su potencial tanto en precios como en calidad (con mejoras también en hoteles no reformados).

A nivel Grupo el 35% del portfolio está posicionado en el top 10 de la ciudad (42% para los NH Collection) y el 52% en el top 30 (58% en NH Collection), lo que demuestra los mayores niveles de calidad percibidos por los clientes.

% hoteles	Dic '13	Dic '14	Dic '15	Jun '16
En top 10	19%	24%	27%	35%
En top 30	41%	47%	49%	52%

Fuente: Trip Advisor

➤ **Pricing & Revenue Management:** La evolución del ADR en las top ciudades del Grupo sigue siendo favorable en el segundo trimestre de 2016 frente a los competidores directos. El crecimiento de ADR relativo en un trimestre de alta demanda ha sido de +3,0 p.b vs. competidores.

En Italia la estrategia en la ciudad de Milán en 2016 está siendo mantener el alto RGI absoluto a través del volumen, por haber crecido los precios en el 2015 por encima de los competidores (+5,2 p.p.). El crecimiento a nivel de RGI es de +1,0 p.b en el 2T en Italia.

Destaca el comportamiento en Benelux con un incremento de +11,5% vs. el set de competidores que crece un +5,0%. En Bruselas el crecimiento de RGI de +5,8 p.b en el 2T proviene por un crecimiento de ARI de +6,8 p.b.

Excelente comportamiento de España con un incremento de +11,8% vs. el set de competidores que crece un +6,3%.

	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	ARI % var
<b>Total NHH</b>	<b>+5,6%</b>	<b>+2,7%</b>	<b>+3,0p.b</b>
<b>España</b>	<b>+11,8%</b>	<b>+6,3%</b>	<b>+5,5p.b</b>
<b>Italia</b>	<b>-11,6%</b>	<b>-9,2%</b>	<b>-2,4p.b</b>
<b>Benelux</b>	<b>+11,5%</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+6,5p.b</b>
<b>Europa Central</b>	<b>+13,0%</b>	<b>+6,4%</b>	<b>+6,6p.b</b>

Fuente: STR/MKG/Fairmas Competitive Set Average Growth

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

Las ventas a través de la página web registran un incremento en el primer semestre de 2016 de +21%.

➤ **Optimización del portfolio:**

- Del objetivo de desinversión de €140M marcado para el año, a 30 de junio de 2016 se han materializado ventas de activos con entrada de caja a dicha fecha por €76M. Si incluimos las transacciones firmadas el mes de julio, se habría ejecutado el 73% del objetivo del año de €140M (excluyendo Nueva York, operación que está en proceso).
  - Por otro lado, durante los primeros 6 meses se firmaron 9 hoteles con 1.283 habitaciones. Todas las firmas han sido bajo fórmulas de alquiler y gestión y una gran parte de ellos en el segmento superior de marca y en ciudades principales (Venecia, Amberes, Monterrey, México DF y Eindhoven).
- **JV China:** lanzamiento de la JV con el grupo HNA a finales de marzo y firma de 3 hoteles en gestión a 30 de Junio. Apertura prevista de dos hoteles en la segunda mitad de 2016 en Sanya y Haikou. Durante 1T 2016 se ha contribuido con €4,1M de aportación de capital, la totalidad de la cifra estimada para 2016.

**Evolución RevPar del Primer Trimestre**

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

**NH HOTEL GROUP REVPAR 2T 2016/2015**

	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2016	2015	2016	2015	% Var	2016	2015	% Var	2016	2015	% Var
<b>España &amp; Portugal LFL &amp; R</b>	<b>11.118</b>	<b>11.032</b>	<b>75,9%</b>	<b>73,9%</b>	<b>2,7%</b>	<b>87,8</b>	<b>79,6</b>	<b>10,3%</b>	<b>66,7</b>	<b>58,9</b>	<b>13,2%</b>
B.U. España Consolidado	11.393	11.510	75,8%	74,1%	2,4%	88,2	79,4	11,0%	66,9	58,8	13,7%
<b>Italia LFL &amp; R</b>	<b>6.984</b>	<b>6.987</b>	<b>74,2%</b>	<b>74,1%</b>	<b>0,1%</b>	<b>117,8</b>	<b>123,1</b>	<b>-4,3%</b>	<b>87,4</b>	<b>91,2</b>	<b>-4,2%</b>
B.U. Italia Consolidado	7.452	7.331	73,6%	72,6%	1,4%	120,7	122,1	-1,2%	88,8	88,6	0,2%
<b>Benelux LFL &amp; R</b>	<b>8.159</b>	<b>8.316</b>	<b>71,5%</b>	<b>75,5%</b>	<b>-5,3%</b>	<b>103,5</b>	<b>96,7</b>	<b>7,1%</b>	<b>74,0</b>	<b>73,0</b>	<b>1,4%</b>
B.U. Benelux Consolidado	8.317	8.381	71,3%	75,6%	-5,8%	103,8	96,9	7,1%	74,0	73,3	1,0%
<b>Europa Central LFL &amp; R</b>	<b>12.628</b>	<b>12.579</b>	<b>75,9%</b>	<b>73,8%</b>	<b>2,9%</b>	<b>89,0</b>	<b>81,3</b>	<b>9,5%</b>	<b>67,6</b>	<b>59,9</b>	<b>12,7%</b>
Europa Central Consolidado	12.628	12.579	75,9%	73,8%	2,9%	89,0	81,3	9,5%	67,6	59,9	12,7%
<b>Total Europa LFL &amp; R</b>	<b>38.889</b>	<b>38.914</b>	<b>74,7%</b>	<b>74,3%</b>	<b>0,6%</b>	<b>96,7</b>	<b>91,6</b>	<b>5,5%</b>	<b>72,2</b>	<b>68,0</b>	<b>6,2%</b>
Total Europa Consolidado	39.789	39.801	74,5%	74,0%	0,6%	97,6	91,5	6,7%	72,7	67,7	7,4%
<b>Latinoamerica LFL &amp; R</b>	<b>3.044</b>	<b>3.044</b>	<b>66,2%</b>	<b>64,9%</b>	<b>1,9%</b>	<b>69,0</b>	<b>73,5</b>	<b>-6,2%</b>	<b>45,6</b>	<b>47,7</b>	<b>-4,4%</b>
Latinoamerica Consolidado	5.230	5.230	61,3%	61,3%	0,0%	74,0	74,4	-0,5%	45,4	45,6	-0,5%
<b>NH Hoteles LFL &amp; R</b>	<b>41.933</b>	<b>41.958</b>	<b>74,1%</b>	<b>73,6%</b>	<b>0,7%</b>	<b>94,9</b>	<b>90,5</b>	<b>4,9%</b>	<b>70,3</b>	<b>66,6</b>	<b>5,6%</b>
Total NH Consolidado	45.020	45.031	73,0%	72,5%	0,6%	95,3	89,8	6,1%	69,5	65,1	6,7%

- La evolución del **RevPar Consolidado** en el 2T 2016 (**+6,7%**) muestra una tendencia muy positiva. En su composición, el incremento de precios (+6,1%), representan el 91% del crecimiento del RevPar. A tipo de cambio constante, el crecimiento es de +8,3% (93% por precios).
  - La estrategia de precios ha permitido en el segundo trimestre de 2016 reemplazar las tarifas menos rentables por el cambio de segmentación iniciado en el 2015, incrementando los precios por encima de los competidores directos.
  - En cuanto al **nivel de actividad** del Grupo se ha reportado un incremento de **ocupación de +0,6%** en el segundo trimestre. Destaca el crecimiento en Europa Central del +2,9% y España del +2,4%. La BU de Benelux tuvo una menor actividad -5,8% por el impacto de los problemas de seguridad en los hoteles de Bélgica LFL (-21,4% ocupación y +3,4% en ADR) compensada por el buen comportamiento de Holanda LFL (-1,3% ocupación y +10,9% en ADR). El nivel de actividad en Italia se incrementa +1,4% a pesar del inicio de la Expo de Milán desde mayo de 2015. En Latinoamérica la ocupación se mantiene estable.
- A nivel de **LFL&R** el RevPar en el segundo trimestre crece un **+5,6%**. Destaca la BU de España que mantiene un crecimiento de 13,2% con un incremento del +10,3% en el nivel de precios y la BU de Europa Central con un crecimiento de +12,7 (95% a través de precio). La BU de Latinoamérica se ha visto afectada por la volatilidad de las monedas locales, especialmente el peso argentino con una devaluación en el periodo del 38%.

- Sin incluir las reformas, el crecimiento del RevPar LFL en el 2T ha sido del **+4,7%**, con un crecimiento de precios del +3,7%, representando el 80% del crecimiento del RevPar.

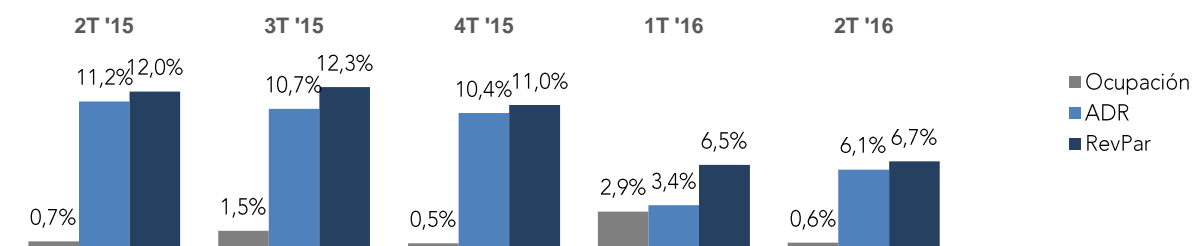
### Evolución RevPar 6 meses

- Acumulado a 6 meses, el RevPar Consolidado se incrementa +6,5%, con un mayor nivel de precios del +5,1% y un incremento de la ocupación de +1,3%. Sin incluir las reformas, el RevPar LFL crece un +5,5%, un 56 % explicado por la subida de precios del +3,1%.

#### NH HOTEL GROUP REVPAR 6M 2016/2015

	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2016	2015	2016	2015	% Var	2016	2015	% Var	2016	2015	% Var
<b>España &amp; Portugal LFL &amp; R</b>	<b>11.018</b>	<b>10.877</b>	<b>69,5%</b>	<b>65,6%</b>	<b>5,9%</b>	<b>83,0</b>	<b>76,2</b>	<b>8,9%</b>	<b>57,7</b>	<b>50,0</b>	<b>15,3%</b>
B.U. España Consolidado	11.281	11.393	69,4%	65,7%	5,6%	83,3	75,8	9,8%	57,8	49,8	16,0%
<b>Italia LFL &amp; R</b>	<b>6.985</b>	<b>6.987</b>	<b>66,5%</b>	<b>65,1%</b>	<b>2,1%</b>	<b>107,7</b>	<b>111,3</b>	<b>-3,2%</b>	<b>71,6</b>	<b>72,5</b>	<b>-1,2%</b>
B.U. Italia Consolidado	7.549	7.341	65,4%	63,7%	2,7%	109,3	110,4	-1,0%	71,4	70,3	1,7%
<b>Benelux LFL &amp; R</b>	<b>8.024</b>	<b>8.343</b>	<b>63,9%</b>	<b>66,2%</b>	<b>-3,4%</b>	<b>97,2</b>	<b>91,8</b>	<b>5,9%</b>	<b>62,1</b>	<b>60,7</b>	<b>2,2%</b>
B.U. Benelux Consolidado	8.135	8.387	63,8%	66,3%	-3,7%	97,4	92,0	5,9%	62,2	61,0	2,0%
<b>Europa Central LFL &amp; R</b>	<b>12.628</b>	<b>12.567</b>	<b>69,3%</b>	<b>68,2%</b>	<b>1,7%</b>	<b>87,1</b>	<b>81,6</b>	<b>6,7%</b>	<b>60,4</b>	<b>55,7</b>	<b>8,4%</b>
Europa Central Consolidado	12.628	12.567	69,3%	68,2%	1,7%	87,1	81,6	6,7%	60,4	55,7	8,4%
<b>Total Europa LFL &amp; R</b>	<b>38.655</b>	<b>38.773</b>	<b>67,7%</b>	<b>66,5%</b>	<b>1,9%</b>	<b>91,5</b>	<b>87,5</b>	<b>4,5%</b>	<b>62,0</b>	<b>58,2</b>	<b>6,5%</b>
Total Europa Consolidado	39.593	39.688	67,5%	66,2%	1,9%	92,1	87,3	5,5%	62,1	57,8	7,4%
<b>Latinoamerica LFL &amp; R</b>	<b>3.009</b>	<b>3.044</b>	<b>64,3%</b>	<b>64,7%</b>	<b>-0,7%</b>	<b>69,6</b>	<b>72,9</b>	<b>-4,5%</b>	<b>44,8</b>	<b>47,2</b>	<b>-5,1%</b>
Latinoamerica Consolidado	5.194	4.517	60,6%	62,1%	-2,4%	73,9	71,3	3,6%	44,8	44,3	1,1%
<b>NH Hoteles LFL &amp; R</b>	<b>41.665</b>	<b>41.817</b>	<b>67,5%</b>	<b>66,4%</b>	<b>1,7%</b>	<b>90,0</b>	<b>86,5</b>	<b>4,0%</b>	<b>60,7</b>	<b>57,4</b>	<b>5,8%</b>
Total NH Consolidado	44.787	44.205	66,7%	65,8%	1,3%	90,2	85,7	5,1%	60,1	56,4	6,5%

### Evolución de Ratios Consolidados por trimestres:



Ratios Consolidados % Var	Ocupación					ADR					RevPar				
	2T '15	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16	2T '15	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16	2T '15	3T '15	4T '15	1T '16	2T '16
España	6,1%	8,0%	7,9%	11,3%	2,4%	12,0%	6,3%	14,8%	8,6%	11,0%	18,8%	14,9%	23,9%	20,8%	13,7%
Italia	0,5%	7,4%	2,2%	4,7%	1,4%	17,8%	19,0%	17,7%	0,5%	-1,2%	18,5%	27,7%	20,3%	5,2%	0,2%
Benelux	0,9%	4,9%	0,0%	-1,3%	-5,8%	7,2%	9,7%	3,9%	4,6%	7,1%	8,2%	15,0%	3,9%	3,3%	1,0%
Europa Central	-3,5%	-6,8%	-4,5%	0,3%	2,9%	6,2%	5,8%	6,7%	3,6%	9,5%	2,4%	-1,5%	1,9%	3,9%	12,7%
TOTAL EUROPA	0,8%	2,2%	1,1%	3,8%	0,6%	10,6%	10,2%	10,4%	4,3%	6,7%	11,5%	12,6%	11,5%	8,3%	7,4%
Latinoamérica tc real	-2,0%	-7,5%	-5,3%	-5,1%	0,0%	22,2%	16,4%	8,7%	-2,5%	-0,5%	19,7%	7,7%	3,0%	-7,5%	-0,5%
<b>NH HOTEL GROUP</b>	<b>0,7%</b>	<b>1,5%</b>	<b>0,5%</b>	<b>2,9%</b>	<b>0,6%</b>	<b>11,2%</b>	<b>10,7%</b>	<b>10,4%</b>	<b>3,4%</b>	<b>6,1%</b>	<b>12,0%</b>	<b>12,3%</b>	<b>11,0%</b>	<b>6,5%</b>	<b>6,7%</b>



ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2016 VS 2015								
(€ millones)	2016 2T	2015 2T	DIF. 16/15	%DIF.	2016 6 meses	2015 6 meses	DIF. 16/15	%DIF.
ESPAÑA	102.8	90.2	12.6	14.0%	176.3	151.3	25.0	16.5%
ITALIA	75.1	75.1	(0.0)	(0.0%)	125.7	122.1	3.6	2.9%
BENELUX	83.4	82.4	1.0	1.2%	140.4	141.0	(0.7)	(0.5%)
EUROPA CENTRAL	108.3	97.2	11.1	11.4%	193.1	180.2	13.0	7.2%
AMERICA	19.4	20.2	(0.8)	(3.8%)	36.5	38.8	(2.3)	(5.9%)
<b>INGRESOS HOTELES RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>389.0</b>	<b>365.1</b>	<b>23.9</b>	<b>6.5%</b>	<b>672.0</b>	<b>633.5</b>	<b>38.6</b>	<b>6.1%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	24.2	22.1	2.2	9.7%	43.0	31.8	11.2	35.2%
<b>INGRESOS RECURRENTE</b>	<b>413.3</b>	<b>387.2</b>	<b>26.1</b>	<b>6.7%</b>	<b>715.1</b>	<b>665.3</b>	<b>49.8</b>	<b>7.5%</b>
ESPAÑA	64.0	58.0	5.9	10.2%	120.8	107.2	13.7	12.8%
ITALIA	44.5	44.0	0.5	1.1%	83.7	79.9	3.8	4.8%
BENELUX	52.3	52.8	(0.4)	(0.8%)	96.9	97.7	(0.8)	(0.8%)
EUROPA CENTRAL	68.5	62.6	5.9	9.4%	132.1	123.8	8.3	6.7%
AMERICA	14.0	14.6	(0.7)	(4.5%)	26.9	29.0	(2.1)	(7.1%)
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>243.2</b>	<b>232.0</b>	<b>11.2</b>	<b>4.8%</b>	<b>460.5</b>	<b>437.5</b>	<b>22.9</b>	<b>5.2%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	14.7	16.6	(1.9)	(11.7%)	28.1	24.6	3.5	14.2%
<b>GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE</b>	<b>257.9</b>	<b>248.6</b>	<b>9.3</b>	<b>3.7%</b>	<b>488.5</b>	<b>462.1</b>	<b>26.4</b>	<b>5.7%</b>
ESPAÑA	38.9	32.2	6.7	20.7%	55.4	44.1	11.3	25.7%
ITALIA	30.6	31.1	(0.5)	(1.7%)	42.0	42.2	(0.2)	(0.6%)
BENELUX	31.1	29.6	1.5	4.9%	43.5	43.3	0.2	0.4%
EUROPA CENTRAL	39.8	34.6	5.2	15.0%	61.0	56.4	4.6	8.2%
AMERICA	5.5	5.6	(0.1)	(1.9%)	9.6	9.8	(0.2)	(2.4%)
<b>GOP RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>145.8</b>	<b>133.1</b>	<b>12.7</b>	<b>9.5%</b>	<b>211.6</b>	<b>195.9</b>	<b>15.6</b>	<b>8.0%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	9.6	5.5	4.1	74.7%	15.0	7.3	7.7	106.3%
<b>GOP RECURRENTE</b>	<b>155.4</b>	<b>138.6</b>	<b>16.8</b>	<b>12.1%</b>	<b>226.5</b>	<b>203.2</b>	<b>23.35</b>	<b>11.5%</b>
ESPAÑA	21.2	19.3	1.9	9.6%	41.7	37.9	3.8	10.0%
ITALIA	11.3	11.2	0.1	0.7%	22.4	22.0	0.4	1.8%
BENELUX	12.3	12.1	0.2	1.4%	24.2	23.7	0.5	2.0%
EUROPA CENTRAL	26.5	26.5	0.0	0.0%	53.3	53.1	0.2	0.3%
AMERICA	1.3	1.4	(0.0)	(3.4%)	2.7	2.8	(0.1)	(4.0%)
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC. LFL&amp;R</b>	<b>72.6</b>	<b>70.5</b>	<b>2.1</b>	<b>2.9%</b>	<b>144.2</b>	<b>139.5</b>	<b>4.7</b>	<b>3.4%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	4.9	3.9	1.0	26.6%	9.3	6.4	2.9	45.8%
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD REC.</b>	<b>77.5</b>	<b>74.4</b>	<b>3.1</b>	<b>4.2%</b>	<b>153.5</b>	<b>145.9</b>	<b>7.6</b>	<b>5.2%</b>
ESPAÑA	17.7	12.9	4.8	37.3%	13.8	6.2	7.6	121.5%
ITALIA	19.4	20.0	(0.6)	(3.0%)	19.7	20.3	(0.6)	(3.1%)
BENELUX	18.8	17.5	1.3	7.4%	19.3	19.6	(0.3)	(1.6%)
EUROPA CENTRAL	13.3	8.1	5.2	64.2%	7.8	3.3	4.5	134.5%
AMERICA	4.1	4.2	(0.1)	(1.4%)	6.9	7.0	(0.1)	(1.7%)
<b>EBITDA RECURRENTE LFL&amp;R</b>	<b>73.2</b>	<b>62.6</b>	<b>10.6</b>	<b>17.0%</b>	<b>67.4</b>	<b>56.5</b>	<b>10.9</b>	<b>19.4%</b>
APERTURAS, CIERRES Y OTROS	4.6	1.6	3.1	193.9%	5.6	0.8	4.8	564.0%
<b>EBITDA RECURRENTE SIN ONEROSOS</b>	<b>77.8</b>	<b>64.2</b>	<b>13.7</b>	<b>21.3%</b>	<b>73.0</b>	<b>57.3</b>	<b>15.7</b>	<b>27.4%</b>

## Resultados Recurrentes por Área de Negocio 2T (criterio LFL&R)

### B.U. España:

- Crecimiento del RevPar del +13,2% en el 2T con un crecimiento de los precios del +10,3%. La ocupación se incrementa un +2,7%. Buen comportamiento de Madrid y excelente evolución en Barcelona y Valencia con incrementos de RevPar de +17,6% y +22,3% respectivamente.
- Excelente evolución de los ingresos que crecen +14,0% (+€12,6M) en el segundo trimestre.
- Los gastos operativos se incrementan +10,2% (+€5,9M), explicado por los hoteles que estaban en reforma en el 2015, el incremento de ocupación en el periodo (+2,7%) y las mayores comisiones (cambio de segmentación y periodificaciones del 2015).
- El GOP de €38,9M se incrementa un +20,7% (+€6,7M), mostrando una conversión del 53%.
- El incremento de rentas en el trimestre +€1,9M (+9,6%) se debe al componente variable. El EBITDA mejora un +37,3% (+€4,8M) con respecto al segundo trimestre del año anterior.

### B.U. Italia:

- Bajada del RevPar del -4,2% en el 2T por la comparativa desfavorable por el impacto de la Expo de Milán del 2015 que empezó en el mes de mayo. Los ingresos se mantienen planos gracias a las reformas del 2015 así como el buen comportamiento de las ciudades secundarias compensando en su totalidad la contribución que se tuvo de la Expo en ingresos en el 2T del 2015 (+€3,2M).
- Los gastos operativos crecen +1,1% (+€0,5M), principalmente por los hoteles en reformas de 2015.
- El GOP se reduce en un -1,7% (-€0,5M) y el EBITDA alcanza los €19,4M (-€0,6M), ligeramente por debajo del segundo trimestre de 2015, compensando casi en su totalidad la contribución de la Expo de Milán del 2015, que aportó cerca de €2,4M de EBITDA en el 2T.

### B.U. Benelux:

- Crecimiento del RevPar del +1,4% en el 2T compensado en precio la bajada en ocupación de Bélgica. Los ingresos se incrementan un +1,2% (+€1,0M) a pesar del impacto negativo de los hoteles reformados en 2016 (-€2,9M) y la menor contribución de Bélgica LFL en el trimestre (-€1,6m; -16%). Ambos efectos han sido compensados por un mejor comportamiento en Holanda LFL (+€3,4m; +8%). El crecimiento LFL de los ingresos de la BU excluyendo las reformas ha sido del +4,1%.
- Reducción de los gastos operativos en -0,8% (-€0,4M) mostrando un incremento del GOP de +4,9% (+€1,5M) y una mejora del EBITDA de +€1,3M, superior al incremento de los ingresos.

### B.U. Europa Central:

- Incremento del RevPar del +12,7% en 2T con un incrementos de precios del +9,5% y un aumento de ocupación de +2,9%. Los ingresos se incrementan un +11,4% (+€11,1M), por el buen calendario de ferias, el impacto positivo de la Semana Santa en comparación con el 2015 y a pesar de mayores días festivos en el mes de mayo.
- Los gastos operativos se incrementan un +9,4% (+€5,9M) por el mayor nivel de actividad y el incremento de las comisiones (cambio de segmentación con más peso en Alemania).
- El GOP mejora un +15,0% (+€5,2M), mostrando una conversión del 47%.
- Las rentas se mantienen permitiendo un incremento del EBITDA de +€5,2M (+64,2%).

**B.U. Las Américas:**

- En el 2T los ingresos a tipo de cambio constante crecen un +31,0% (+€6,3M), alcanzando los +€26,5M frente los €20,2M del año anterior. A tipo de cambio real se reducen un -3,8% (-€0,8M).
- Dicho descenso a nivel de ingresos (-€0,8M), ligado a la **devaluación de la divisa** (Peso Argentino -38%; Peso Colombiano -18% y Peso Mexicano -17%), queda totalmente absorbido a nivel de EBITDA (-€0,1M) gracias al plan de contención de costes y la contribución positiva del hotel más grande de México reformado a finales de 2015.
- El RevPar del trimestre a tipo de cambio real decrecen un -4,4%, con una reducción de precios del -6,2%, y un incremento en ocupación del +1,9%.
  - Por regiones, México muestra en el trimestre un crecimiento del RevPar del +22,7% en moneda local, con una subida de precios de +16,6%. El incremento de los ingresos de +20,1% (+€1,7M) junto a una conversión a nivel de GOP del 44% produce un crecimiento del EBITDA de +28,3% (+€0,6M) a tipo de cambio constante, beneficiándose de la reforma del NH Collection Mexico City Reforma que terminó en 1T.
  - En Mercosur, principalmente Argentina, el RevPar crece +36,0% en moneda local, con incrementos de precios medios del +36,9% (dolarización de 75% de las tarifas). Todo ello hace que los ingresos crezcan un +36% (+€3,9M), el GOP un +30% (+€0,6M) y el EBITDA un +22% (+€0,4M) a tipo de cambio constante.
  - Hoteles Royal (incluido en Aperturas y Cierres): Chile tiene un comportamiento más débil por una mayor competitividad en precios por la alta dependencia del cliente argentino. Colombia tiene un crecimiento de ingresos de +7%, a tipo de cambio constante, a pesar del peor comportamiento de los otros ingresos por el cambio de segmentación hacia tarifas más rentables, el crecimiento de la oferta en el país y el menor número de eventos generados por empresas del sector petrolero. Con todo ello, los ingresos de Hoteles Royal a tipo de cambio constante se mantienen planos en €15,6M (€13,0M a tipo de cambio real). La implementación de las sinergias de coste durante 2015 y primera parte de 2016 explican el incremento del EBITDA en Hoteles Royal que alcanza €2,6M (+€1,2M frente al 2T del 2015 y +€1,8M a tipo de cambio constante).

**Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada**

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	2T 2016	2T 2015	Var.		6M 2016	6M 2015*	Var.	
	M Eur.	M. Eur.	M. Eur.	%	M Eur.	M. Eur.	M. Eur.	%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>413,3</b>	<b>387,2</b>	<b>26,1</b>	<b>6,7%</b>	<b>715,1</b>	<b>665,3</b>	<b>49,8</b>	<b>7,5%</b>
Coste de Personal	(132,9)	(129,0)	(3,9)	3,0%	(254,4)	(244,1)	(10,4)	4,2%
Gastos Directos de Gestión	(125,0)	(119,6)	(5,4)	4,5%	(234,1)	(218,0)	(16,1)	7,4%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>155,4</b>	<b>138,6</b>	<b>16,8</b>	<b>12,1%</b>	<b>226,5</b>	<b>203,2</b>	<b>23,4</b>	<b>11,5%</b>
Arrendamientos y Contribución Urb.	(77,5)	(74,4)	(3,1)	4,2%	(153,5)	(145,9)	(7,6)	5,2%
<b>EBITDA ANTES DE ONEROSOS</b>	<b>77,8</b>	<b>64,2</b>	<b>13,7</b>	<b>21,3%</b>	<b>73,0</b>	<b>57,3</b>	<b>15,7</b>	<b>27,4%</b>
Reversion Provisión C. Onerosos	1,7	2,6	(0,9)	(34,9%)	3,0	5,2	(2,3)	(43,6%)
<b>EBITDA CON ONEROSOS</b>	<b>79,5</b>	<b>66,8</b>	<b>12,8</b>	<b>19,1%</b>	<b>76,0</b>	<b>62,6</b>	<b>13,4</b>	<b>21,5%</b>
Amortizaciones	(25,5)	(23,8)	(1,7)	7,1%	(49,6)	(45,9)	(3,7)	8,0%
<b>EBIT</b>	<b>54,1</b>	<b>43,0</b>	<b>11,1</b>	<b>25,8%</b>	<b>26,4</b>	<b>16,6</b>	<b>9,7</b>	<b>58,6%</b>
Gastos Financieros Netos	(12,3)	(14,5)	2,1	(14,8%)	(24,0)	(22,3)	(1,8)	7,9%
Resultados Puesta en Equivalencia	0,2	(0,1)	0,3	(599,9%)	0,1	(0,1)	0,2	(314,3%)
<b>EBT</b>	<b>42,0</b>	<b>28,5</b>	<b>13,5</b>	<b>47,5%</b>	<b>2,5</b>	<b>(5,7)</b>	<b>8,2</b>	<b>143,2%</b>
Impuesto sobre Sociedades	(8,4)	(12,0)	3,5	(29,4%)	(6,1)	(5,6)	(0,5)	9,5%
<b>Resultado antes de Minoritarios</b>	<b>33,5</b>	<b>16,5</b>	<b>17,0</b>	<b>103,3%</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(11,3)</b>	<b>7,7</b>	<b>68,0%</b>
Intereses Minoritarios	(1,3)	(0,8)	(0,5)	68,1%	(1,9)	(1,2)	(0,7)	56,6%
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	<b>32,2</b>	<b>15,7</b>	<b>16,5</b>	<b>105,0%</b>	<b>(5,5)</b>	<b>(12,5)</b>	<b>7,0</b>	<b>56,0%</b>
EBITDA no recurrente	32,7	(6,1)	38,9	n.a.	34,5	(7,0)	41,5	n.a.
Otros elementos no recurrentes	(15,6)	2,1	(17,8)	n.a.	(19,3)	2,0	(21,4)	n.a.
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-rec.</b>	<b>49,3</b>	<b>11,7</b>	<b>37,6</b>	<b>321,4%</b>	<b>9,7</b>	<b>(17,4)</b>	<b>27,1</b>	<b>155,9%</b>

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

**Comentarios del segundo trimestre de 2016:**

- Los ingresos totales alcanzan los €413,3M, lo que supone un crecimiento de +6,7% (+€26,1M). De este +6,7% de crecimiento, el perímetro comparable aporta +6,4 b.p. (a pesar de la menor contribución por la Expo de Milán en 2T del 2015 (-€3,2M), los hoteles reformados en 2015 y 2016 aportaron +1,7 p.b. (+€6,8M, en el 2T la aportación de los hoteles reformados en el 2015 es mayor que el lucro cesante de los hoteles reformados en el 2016), los cambios de perímetro por aperturas y cierres +1,2 p.b. (+€4,7M) y la evolución negativa de la divisa (Peso Argentino -38%; Colombiano -18% y Mexicano -17%) resta -2,7 p.b. (-€10,3M). Excluyendo el efecto del tipo de cambio el crecimiento hubiese sido del +9,4%.
- A nivel LFL excluyendo las reformas el crecimiento de ingresos fue de +5,7% (+8,1% a tipo de cambio constante), impulsados por España y Europa Central. La contribución de los hoteles reformados en el 2015 compensa el efecto negativo de los hoteles reformados en el segundo trimestre de 2016.



➤ **Evolución de gastos:**

- Los **gastos de personal** se incrementan un +3,0% explicado por el mayor nivel de actividad en España y Europa Central y por las indemnizaciones (+€0,7M) ordinarias del negocio.
  - Los **otros gastos directos** crecen un +4,5% por las mayores comisiones debido al crecimiento de ingresos y evolución de canales de venta.
- **Crecimiento del +12,1% a nivel de GOP** (+€16,8M) alcanzando los €155,4M, **incrementándose el margen al 37,6% (35,8% en 2T 2015) por un excelente grado de conversión del +64%.**
- **El EBITDA** antes de onerosos del segundo trimestre (€77,8M) **mejora en un +21,3%** (+€13,7M) a pesar del incremento de los alquileres por nuevas aperturas (+€1,1M) y el impacto contable de la linealización de los alquileres (+€1,5M). Con todo ello se reporta una **conversión de ingresos a EBITDA del 52%**, en línea con el plan para alcanzar el objetivo de EBITDA del año.
- **Gastos Financieros:** reducción de gastos financieros por impacto positivo de la refinanciación llevada a cabo en la segunda parte de 2015.
- **Impuesto de Sociedades:** Menor gasto de impuesto de sociedades (+€3,5M) por incentivos y pérdidas fiscales activadas.
- **El Beneficio Neto recurrente del 2T se incrementa en +€16,5M** (+105%) que junto a la aportación positiva de la actividad no recurrente se reporta un Beneficio Neto positivo de €49,3M

**Actividad no recurrente**

- La variación de elementos no recurrentes se debe principalmente a las plusvalías registradas por la venta de activos en el trimestre netas del registro de provisiones y amortizaciones aceleradas por reformas en el periodo.

**Comentarios del primer semestre de 2016:**

- Acumulado en el primer semestre los **ingresos crecen un +7,5% registrando €715,1M**. El **EBITDA alcanza €73M implicando una mejora de +27,4% (+€15,7M)**, representando una conversión del 32% y un proforma de 43% ajustado por las indemnizaciones y linealizaciones de alquileres.
- **El Resultado Neto recurrente del Grupo mejora en +€7,0M** (+56%) que junto a la aportación positiva de la actividad no recurrente, lleva a alcanzar un **Beneficio Neto Positivo de €9,7M**, frente a la pérdida de -€17,4M del mismo periodo de 2015.

Ventas y Resultados 6 meses 2016

Madrid, 28 de julio 2016

**Deuda Financiera y Liquidez**

A 30/06/2016									
Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	2016	2017	2018	2019	2020	Rest.
<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	23,7	43,0	-	-	43,0	-	-	-
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250,0	-	250,0	-	-	-	250,0	-	-
<b>Total deuda garantizada por el Colateral</b>	<b>421,5</b>	<b>23,7</b>	<b>397,8</b>	<b>9,5</b>	<b>9,5</b>	<b>128,8</b>	<b>250,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Otra deuda con Garantía*	118,6	10,0	108,7	16,1	40,7	34,4	2,6	2,1	12,7
<b>Total deuda con garantía</b>	<b>540,1</b>	<b>33,7</b>	<b>506,5</b>	<b>25,6</b>	<b>50,2</b>	<b>163,2</b>	<b>252,6</b>	<b>2,1</b>	<b>12,7</b>
Bonos Convertibles sin garantía (Vencimiento 2018)	250,0	-	250,0	-	-	250,0	-	-	-
Préstamos y créditos sin garantía **	82,3	27,2	55,2	31,8	19,0	2,2	1,8	0,3	-
Préstamos subordinados	75,0	-	75,0	-	-	-	-	-	75,0
<b>Total deuda sin garantía</b>	<b>407,3</b>	<b>27,2</b>	<b>380,2</b>	<b>31,8</b>	<b>19,0</b>	<b>252,2</b>	<b>1,8</b>	<b>0,3</b>	<b>75,0</b>
<b>Total Deuda Bruta</b>	<b>947,5</b>	<b>60,8</b>	<b>886,7</b>	<b>57,4</b>	<b>69,2</b>	<b>415,5</b>	<b>254,4</b>	<b>2,4</b>	<b>87,7</b>
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes *** (Caja)			(86,1)						
<b>Deuda financiera neta</b>			<b>800,5</b>						
Porción equity del bono convertible			(14,1)						
Gastos de formalización			(14,4)						
Intereses devengados no pagados			5,0						
<b>Total deuda financiera neta ajustada</b>			<b>777,0</b>						

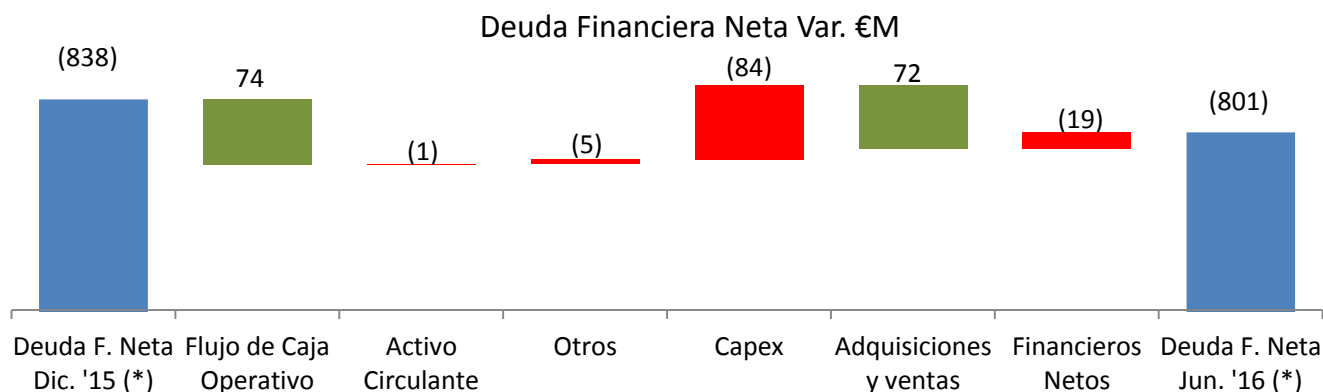
\* Otra deuda con garantía incluye sindicados refinanciación deuda Italia y Alemania, préstamos hipotecarios y línea de crédito con garantía hipotecaria

\*\* Incluye pólizas de crédito a renovar en el año y otras con calendario de amortización

\*\*\* No incluye el valor de mercado de nueve millones de acciones de autocartera prestadas a los bancos organizadores del bono convertible (9M acc. a €3,78 precio de 30 de junio 2016, €34,0MM)

- La deuda financiera neta alcanza los €801M a 30 de junio de 2016, una reducción de €37M respecto al 31 de Diciembre 2015, por la satisfactoria generación de caja operativa en el periodo, ya que el Capex invertido en el semestre se financia casi en su totalidad con la venta de activos no estratégicos.
- A 30 de junio de 2016 la Compañía tenía €86,1M de tesorería y líneas de crédito disponibles por €60,8M de las que €23,7M vencen en octubre de 2018.
- Del objetivo de desinversión de €140M marcado para el año, a 30 de junio de 2016 se han materializado ventas de activos con entrada de caja a dicha fecha por €76M. Si incluimos las transacciones firmadas el mes de julio, se habría ejecutado el 73% del objetivo del año de €140M (excluyendo Nueva York, operación que está en proceso).
- Con todo ello se alcanza un ratio de Deuda Financiera Neta EBITDA recurrente de 4,8x en los últimos 12 meses a 30 de junio 2016 vs 5,6x a 31 de diciembre 2015.
- Dado el nivel alcanzado de venta de activos no estratégicos, se confirma el objetivo de reducción del endeudamiento a niveles de 4,0x (DFN / EBITDA 2016) para final de año.
- Moody's ha asignado a NHH un Rating corporativo B2 con perspectiva estable (27 julio 2016).

**Evolución Deuda Financiera Neta en 2T 2016**



(\*) Deuda Financiera Neta excluyendo ajustes contables por la parte del bono convertible tratado como Equity, gastos de formalización e intereses devengados. Incluyendo dichos ajustes contables la deuda neta ajustada sería de €809M a 31 de diciembre 2015 y alcanzaría €777M a 30 de junio de 2016.

Reducción de €37,2M en la Deuda Financiera Neta en el primer semestre del año por la favorable generación de caja del período y por un capex financiado por las ventas de activos no estratégicos.

La reducción de deuda bruta en el período ha sido de -€29,6M.

Generación de caja en el trimestre debido a:

- (+) Flujo de caja operativo +€74M incluyendo los -€7,0M de gasto financiero de tarjetas de crédito
- (-) Mejora del circulante: se confirma la recuperación del circulante iniciada en 2015 y por ello no se muestra inversión en circulante
- (-) Otros: Principalmente relativo a las devoluciones del IVA y periodificación de gastos por importe de -€6,0M
- (-) Inversiones en capex -€84M
- (+) Ventas de activos +€75,8M (incluye +€18,4M de otros activos no corrientes correspondiente a la devolución de un préstamo subordinado de un hotel en Rotterdam) y contribución a la JV de China (-€4,1
- )

Del objetivo de desinversiones para el año 2016 de €140m se han cerrado a 30 de junio transacciones por importe de €75,8M, que junto a las transacciones del mes de julio, se alcanza el 73% del objetivo fijado para el año

Nota aclaratoria (ver anexo 1 Cash Flow):

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

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

**Anexo I: Cash Flow a 30 Junio 2016**

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

(Miles de Euros)

	30/06/2016	30/06/2015
<b>1. ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		
<b>Resultado consolidado antes de impuestos:</b>	<b>27,129</b>	<b>(7,417)</b>
<b>Ajustes al resultado:</b>		
Amortizaciones de activos materiales e inmateriales (+)	54,486	46,143
Pérdidas por deterioro de activos (neto) (+/-)	314	4,064
Dotaciones a provisiones (neto) (+/-)	(2,961)	(11,064)
Canancias/Pérdidas por venta de activo material e intangible (+/-)	(41,468)	(3,089)
Canancias/Pérdidas de inversiones valoradas por el método de la participación (+/-)	(146)	70
Ingresos financieros (-)	(1,928)	(2,131)
Gastos financieros y variación de valor razonable en instrumentos financieros (+)	33,480	32,353
<i>Variación de valor razonable en instrumentos financieros</i>	<i>135</i>	<i>(1,785)</i>
<i>Gastos financieros</i>	<i>33,345</i>	<i>34,138</i>
Diferencias netas de cambio (Ingresos / (Gastos))	186	(5,551)
Resultado por enajenación de inversiones financieras	(3,643)	(4,711)
Otras partidas no monetarias (+/-)	20,388	2,455
<b>Resultado ajustado</b>	<b>85,837</b>	<b>51,122</b>
Variación neta en los activos / pasivos:		
(Aumento)/Disminución de existencias	(323)	(136)
(Aumento)/Disminución de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	1,491	(40,067)
(Aumento)/Disminución de otros activos corrientes	5,840	(2,650)
Aumento/(Disminución) de acreedores comerciales	(7,720)	23,694
Aumento/(Disminución) de otros pasivos corrientes	(2,444)	(15,614)
Aumento/(Disminución) de provisiones para riesgos y gastos	(202)	(4,575)
(Aumento)/Disminución Activos no corrientes	15,807	-
Aumento/(Disminución) Pasivos no corrientes	139	-
Impuestos sobre las ganancias pagados	(5,203)	(2,937)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de explotación (I)</b>	<b>93,222</b>	<b>8,837</b>
<b>2. ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		
<b>Ingresos financieros</b>	<b>1,437</b>	<b>2,181</b>
<b>Inversiones (-):</b>		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	(4,146)	-
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	(83,764)	(81,415)
Inversiones financieras no corrientes	-	(78,685)
	<b>(87,910)</b>	<b>(160,100)</b>
<b>Desinversiones (+):</b>		
Empresas del grupo, negocios conjuntos y asociadas	-	19,623
Activos materiales, intangibles e inversiones inmobiliarias	50,938	3,764
Inversiones financieras no corrientes	6,565	-
	<b>57,503</b>	<b>23,387</b>
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de inversión (II)</b>	<b>(28,970)</b>	<b>(134,532)</b>
<b>3. ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		
Intereses pagados por deudas (-)	(27,126)	(27,345)
Variaciones en (+/-):		
- Autocartera	-	(778)
Instrumentos de pasivo:		
- Deudas con entidades de crédito (+)	9,490	91,600
- Deudas con entidades de crédito (-)	(39,157)	(91,156)
- Arrendamientos financieros	(637)	-
- Otros pasivos financieros (+/-)	1,897	(4,137)
<b>Total flujos de efectivo netos de las actividades de financiación (III)</b>	<b>(55,533)</b>	<b>(31,816)</b>
<b>4. AUMENTO/ DISMINUCIÓN BRUTA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I-II+III)</b>	<b>8,719</b>	<b>(157,511)</b>
<b>5. Efecto de las variaciones de los tipos de cambio en el efectivo o equivalentes (IV)</b>	<b>(286)</b>	<b>5,340</b>
<b>6. Efecto de las variaciones al perímetro de consolidación (V)</b>	<b>-</b>	<b>8,430</b>
<b>7. AUMENTO/ DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES (I+II+III-IV+V)</b>	<b>8,433</b>	<b>(143,741)</b>
<b>8. Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio</b>	<b>77,699</b>	<b>200,103</b>
<b>9. Efectivo o equivalentes al final del ejercicio (7+8)</b>	<b>86,132</b>	<b>56,362</b>



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

**Firmas y Aperturas**

**Hoteles Firmados desde el 1 de enero al 30 de Junio del 2016**

Ciudad / País	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Monterrey / Mexico	Renta	150	Q2 2017
Venecia / Italia	Gestión	150	Q1 2018
Bariloche / Argentina	Gestión	95	Q2 2016
Toulouse / Francia	Renta	148	Q3 2018
Venecia / Italia	Renta	144	Q3 2017
Amberes / Bélgica	Renta	180	2018
Mexico DF / Mexico	Gestión	144	Q2 2018
Puebla / Mexico	Gestión	140	Q2 2017
Eindhoven/ Holanda	Renta	132	Q2 2017
<b>1.283</b>			

**Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 30 de Junio del 2016**

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

**HOTELES ABIERTOS DE NH HOTEL GROUP POR PAÍSES A 30 DE JUNIO DE 2016**

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	138	17.100	2	79	9.415	11	1.817	41	5.277	7	591
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	3	278	-	2	171	-	-	1	107	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	53	8.114	1	35	5.406	14	2.079	4	629	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.709	4	18	2.951	16	3.290	1	468	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	11	1.619	-	3	502	8	1.117	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	2	397	-	2	397	-	-	-	-	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	1	121	-	1	121	-	-	-	-	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	1	198	-	1	198	-	-	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	59	10.438	5	54	9.438	5	1.000	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.183	1	6	1.183	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	SUIZA	4	522	-	3	400	1	122	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	2	577	-	-	-	-	-	2	577	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	RUMANIA	2	161	-	1	83	-	-	1	78	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	1	160	-	1	160	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ESLOVAQUIA	1	117	-	-	-	-	-	1	117	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	POLONIA	1	93	-	-	-	-	-	-	-	1	93
B.U. EUROPA CENTRAL	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	12	2.012	-	4	581	4	685	4	746	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	15	2.144	-	-	-	12	1.524	3	620	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	5	2.001	-	-	-	-	-	5	2.001	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	4	1.186	-	-	-	-	-	4	1.186	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	15	1.700	-	15	1.700	-	-	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CUBA	1	220	-	-	-	-	-	1	220	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ECUADOR	1	112	-	1	112	-	-	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	4	498	-	-	-	4	498	-	-	-	-
<b>HOTELES ABIERTOS</b>		<b>382</b>	<b>58.318</b>	<b>14</b>	<b>227</b>	<b>32.966</b>	<b>77</b>	<b>12.510</b>	<b>70</b>	<b>12.158</b>	<b>8</b>	<b>684</b>

**PROYECTOS FIRMADOS DE NH HOTEL GROUP A 30 DE JUNIO 2016**

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

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO		PROPIEDAD		GESTIÓN		
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	-	-		-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	2	403		2	403	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	1	144		1	144	-	-	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	3	498		2	348	-	-	1	150
B.U. BENELUX	BELGICA	1	180		1	180	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	2	317		2	317	-	-	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	2	782		2	782	-	-	-	-
B.U. BENELUX	UK	1	190		-	-	-	-	1	190
B.U. LAS AMERICAS	PERU	1	164		-	-	-	-	1	164
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	2	283		1	83	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	BRASIL	1	180		1	180	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	2	281		-	-	-	-	2	281
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	1	78		-	-	-	-	1	78
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	5	685		1	150	-	-	4	535
<b>PROYECTOS FIRMADOS</b>		<b>24</b>	<b>4.185</b>	<b>-</b>	<b>13</b>	<b>2.587</b>	<b>1</b>	<b>200</b>	<b>10</b>	<b>1.398</b>

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

	2016	2017	2018	2019
Inversión esperada (€ millones)	2,8	13,9	3,9	4,5

**nh** | HOTEL GROUP

---

**nh**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

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



# NH Hotel Group

## H1 2016 Results Presentation Conference Call

Friday 29<sup>th</sup> of JULY 2016, 12.00pm (CET)

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

Speaker **Ms Beatriz Puente (CFO)**

Date **29/07/2016**

Time **12.00pm (CET)**

### TELEPHONE NUMBER FOR THE CONFERENCE

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

SPAIN

**+34 91 114 00 97**

PLAYBACK

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

Conference reference: **302643#**

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)