

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

### **HECHO RELEVANTE**

En sesión del Consejo de Administración de la Sociedad celebrada en el día de hoy, se ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del primer trimestre del año 2011, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Se acompaña la Nota de Prensa y la Nota para Analistas elaborada por la Compañía al respecto.

Sin otro particular, les saluda muy atentamente,

En Madrid, a 5 de Mayo de 2011

Leopoldo González-Echenique Castellanos de Ubao  
Secretario General

- RESULTADOS -

## **NH HOTELES LOGRA ALCANZAR POR PRIMERA VEZ DESDE 2007 UN BENEFICIO NETO POSITIVO EN EL PRIMER TRIMESTRE**

- **Los ingresos del Grupo crecen un 12%, hasta los €325,3M, impulsados por la recuperación de la actividad hotelera del primer trimestre del año, especialmente en España y Centro Europa**
- **El incremento de los niveles de ocupación y sustancialmente precio permitió que el RevPar (ratio que mide los ingresos por habitación disponible) tuviera un fuerte crecimiento del 6,4%**
- **El EBITDA aumenta un 57,2% hasta los €23,3M, frente a los €14,8M del mismo periodo del año anterior**
- **NH Hoteles ha lanzado un plan de iniciativas a largo plazo orientadas a incrementar las ventas, así como mejorar la eficiencia de sus procesos y la calidad de sus servicios al cliente**

**Madrid, 5 de mayo de 2011.-** Las principales cifras de NH Hoteles a 31 de marzo de 2011 muestran la recuperación de los resultados del Grupo y constatan por primera vez desde 2007 un Beneficio Neto positivo en el primer trimestre. El Grupo obtiene un resultado neto de €1,4M, frente a unas pérdidas de (€1,5M) en el mismo periodo de 2010.

Los ingresos de NH Hoteles alcanzaron los €325,3M, un 12% más que en los tres primeros meses del pasado año. Este sustancial avance se debe fundamentalmente a la mejoría experimentada en la evolución de los resultados de la actividad hotelera en la mayoría de las unidades de negocio del Grupo. En este sentido, destaca especialmente el comportamiento de las ventas hoteleras comparables en España y Centro de Europa, un 9% y un 8% más respectivamente.

Los ingresos de la actividad hotelera crecieron como consecuencia de un aumento de la ocupación y los precios a lo largo de todo el trimestre. El incremento del 3% en ocupación y 4% en precios permitió que el RevPar (ratio que mide los ingresos por habitación disponible) tuviera un crecimiento del 6%.

NH Hoteles destaca por la diversificación de sus ingresos como reflejan los resultados obtenidos en el primer trimestre del año. Unidades de negocio como Benelux y Centro Europa, está última que aglutina a países como Alemania, Austria, Suiza y otros de Europa del Este, suponen ya el 55% de los ingresos

hoteleros del Grupo, frente a otras Unidades como España e Italia, 24% y 15% respectivamente o Las Américas, que representan un 6% de la facturación hotelera de NH Hoteles.

Además del histórico impulso de NH Hoteles hacia su internacionalización, la Cadena se caracteriza por su compromiso con la innovación y su apuesta tecnológica. En este sentido, los canales de venta no presenciales, foco estratégico actual de la compañía, suponen ya un 60% de las ventas totales y crecen 7 puntos porcentuales respecto a marzo de 2010. Destacan las unidades de negocio de Benelux y Europa Central por ser las mayores receptoras de reservas mediante canales de venta no presenciales.

El EBITDA, que muestra la evolución operativa de NH Hoteles, reflejó la recuperación del negocio y un destacable aumento de la productividad. La Compañía generó un EBITDA de €23,3M, lo que representa un aumento del 57% frente al mismo periodo del año anterior, todo ello después de haber duplicado su EBITDA en 2010. Este incremento confirma la recuperación de la actividad hotelera y es significativo de los logros alcanzados por la continuidad en las medidas de contención del gasto llevadas a cabo, especialmente teniendo en cuenta que tradicionalmente este es el periodo de menor aportación respecto al total del año.

Desde el inicio del plan de desinversión de activos hoteleros y negocios no propios de la actividad fundamental del Grupo, se han realizado ventas por un importe de €73M, lo que representa el cumplimiento de la mayoría del plan iniciado hace dos años. Durante el primer trimestre de 2011, NH Hoteles anunció la venta de cinco hoteles en el marco de una operación sobre activos hoteleros en Alemania y Austria, además de la desinversión del 33% del Hotel Lotti en París. En línea con la política de racionalización de activos, el hotel Hesperia Centurión, ubicado en Cambrils (España), ha dejado de ser gestionado por la Compañía.

Por otro lado, en el mes de Marzo se ha lanzado un plan de iniciativas a largo plazo que afecta a toda la organización del Grupo encaminadas a incrementar las ventas, así como a mejorar la eficiencia de los procesos y la calidad del servicio a los clientes. En el foco estratégico de dichas iniciativas se sitúan el incremento de las cuotas de mercado de empresas y profesionales, la potenciación de canales de venta no presenciales (como por ejemplo aplicaciones para sistemas móviles o el impulso a la participación en redes sociales como nuevas vías de comercialización) y la reducción de costes energéticos.

El siguiente cuadro muestra las **principales cifras del Grupo NH Hoteles** a 31 de marzo de 2011:

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 31 DE MARZO DE 2011			
(millones €)	3M 2011	3M 2010	2011/2010
Ingresos de la Actividad Hotelera	294.5	272.5	8.1%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2.5	2.7	(7.4%)
Actividad No recurrente	28.4	15.9	78.8%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>325.3</b>	<b>291.1</b>	<b>11.8%</b>
Coste de Ventas Inmobiliaria	0.6	0.7	(14.7%)
Coste de Personal	120.1	114.4	4.9%
Gastos Directos de Gestión	99.4	93.7	6.0%
Otros Gastos no Recurrentes	7.9	1.4	481.6%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>97.4</b>	<b>80.9</b>	<b>20.3%</b>
Arrendamientos y Contribución Urb.	74.1	66.1	12.1%
<b>EBITDA</b>	<b>23.3</b>	<b>14.8</b>	<b>57.2%</b>
Impairment	0.0	3.0	-
Amortizaciones	29.0	30.0	(3.4%)
<b>EBIT</b>	<b>(5.7)</b>	<b>(18.2)</b>	<b>68.5%</b>
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	(9.3)	3.3	(384.4%)
Gastos Financieros	10.3	10.1	2.0%
Diferencias de cambio	0.0	12.6	-
Resultados Puesta en Equivalencia	0.0	0.0	-
<b>EBT</b>	<b>(6.8)</b>	<b>(44.2)</b>	<b>84.7%</b>
Impuesto sobre Sociedades	(3.2)	(7.5)	(57.8%)
<b>BENEFICIO antes de Minoritarios</b>	<b>(3.6)</b>	<b>(36.7)</b>	<b>90.1%</b>
Intereses Minoritarios	(5.0)	(5.2)	(3.9%)
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>1.4</b>	<b>(31.5)</b>	<b>104.3%</b>

### Actividad Hotelera por Unidad de Negocio

El mercado español continúa siendo extremadamente sensible a los precios. Se consiguió incrementar el RevPar en el primer trimestre del año gracias a un aumento de la ocupación, a pesar de una ligera bajada en precios. Cabe destacar el incremento del cliente corporativo, especialmente PYMES, así como el buen comportamiento de Barcelona y Valencia. Por último, cabe señalar el incremento del 15% en RevPar en los hoteles urbanos de las islas Canarias, debido a los conflictos del norte de África.

En Italia los incrementos en precio contrastan con una ligera caída en la ocupación y van dando paso a una recuperación y estabilización de los precios medios. Destaca el comportamiento de Roma y Milán,

mientras que las ciudades secundarias sufren en mayor medida la irregularidad del mercado, experimentando una recuperación más lenta.

En la unidad de negocio de Benelux, Reino Unido, Francia y África, el primer trimestre del año arrancó con incremento en RevPar impulsado por las ciudades principales y con mayor peso en crecimiento de precio medio, destacando muy positivamente Ámsterdam y Bruselas. Las ciudades secundarias por el contrario muestran una recuperación más lenta.

La unidad de negocio de Europa Central muestra uno de los mejores comportamientos de la Compañía. Destaca una mayor actividad del cliente corporativo y de ocio, que ha permitido una evolución de los precios medios más positiva. Berlín junto con algunas ciudades secundarias como Düsseldorf o Nürnberg se beneficiaron de la celebración de diversas ferias y convenciones, y el mercado alemán en su totalidad por la recuperación económica generalizada en Alemania.

En la unidad de negocio de Las Américas destaca el fuerte crecimiento en RevPAR del trimestre. México debe su mejora al incremento en ocupación mientras que Mercosur experimenta un incremento de más del 20% en precios medios.

La unidad de negocio Resorts Europa muestra la alta competitividad en precios para el segmento vacacional europeo. La demanda del turista británico se vio reducida debido a un tipo de cambio libra/euro desfavorable, mientras que aumenta la demanda del turista germano. Al igual que en el segmento urbano, los conflictos en el norte de África aumentaron considerablemente la demanda en los hoteles vacacionales de las Islas Canarias.

### **Actividad Inmobiliaria**

Los ingresos de la actividad inmobiliaria\* alcanzaron los €2,51M frente a los €2,71M del mismo periodo del año anterior. La disminución de ventas se explica por la menor escrituración de viviendas en este periodo de 2011. A 31 de marzo de 2011, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas pendientes de contabilizar por importe de €7,2M.

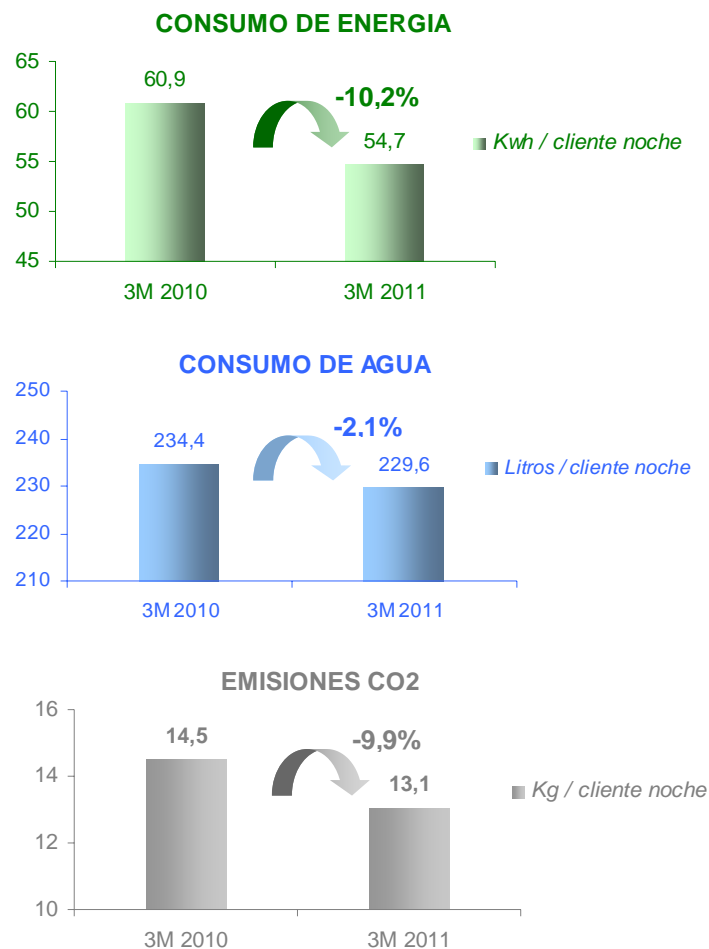
\*Desde 1 de enero 2011 se incluye dentro de la actividad inmobiliaria el resultado del Club de Golf La Reserva. También se ha incluido en los datos del ejercicio anterior para poder hacer la comparabilidad.

## Medio Ambiente - Consumos y emisiones

El Medio Ambiente es considerado por NH Hoteles como un grupo de interés estratégico. La Compañía basa su enfoque en un planteamiento ecológico y de sostenibilidad en todo el ciclo de negocio, desde las tareas de planificación, diseño y construcción de los hoteles a su funcionamiento cotidiano y el servicio que presta al cliente.

En 2008 se lanzó el Plan Estratégico de Sostenibilidad y Eficiencia Energética 2008-2012, que se fundamenta en determinar cuál es el impacto de la cadena sobre el medio ambiente y establecer objetivos de reducción de consumo de energía, de agua, emisiones de CO<sub>2</sub> y generación de residuos. Este Plan le permite a la cadena en cuatro años anticiparse al objetivo del Plan 20-20-20 de la Unión Europea.

Los ratios por cliente y noche muestran un descenso notable tanto en los consumos como en las emisiones, debido a las iniciativas de ahorros implementadas.



*\*Hoteles urbanos consolidados*

Los ahorros totales en la medición de la producción de residuos se publicarán con carácter anual.

## Hoteles abiertos en 2011

Durante el primer trimestre del año 2011 NH Hoteles ha abierto 4 nuevos hoteles con 678 habitaciones y una extensión de un hotel existente de 48 habitaciones adicionales.

En el mes de enero destaca la apertura de los dos hoteles firmados a final del año pasado bajo contratos de gestión en Turín (Italia) de 240 y 140 habitaciones respectivamente y la apertura en Madrid (España) del hotel NH Ribera de Manzanares de 224 habitaciones.

El hotel Hesperia WTC Valencia (Venezuela), que abrió sus puertas el último trimestre del año 2010 con 32 habitaciones, ha abierto 48 habitaciones más. El hotel tendrá un total de 323 habitaciones a la finalización del proyecto.

Adicionalmente, durante el primer trimestre se ha incorporado un hotel en régimen de gestión en Castellar de la Frontera, Cádiz (España).

El siguiente cuadro muestra las aperturas y ampliaciones llevadas a cabo por el Grupo durante el primer trimestre de 2011:

Hoteles	Ciudad	Contrato	# Habitaciones
NH Lingotto	Turín, Italia	Gestión	240
NH Lingotto Tech	Turín, Italia	Gestión	140
NH Ribera del Manzanares	Madrid, España	Arrendamiento	224
Hesperia WTC Valencia (Ext.)	Valencia, Venezuela	Gestión	48
NH Castellar	Cádiz, España	Gestión	74
<b>Total Nuevas Aperturas</b>			<b>726</b>

## SOBRE NH HOTELES

NH Hoteles ([www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com)) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles tiene 400 hoteles con 59.202 habitaciones en 25 países de Europa, América y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 22 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán 3.000 nuevas habitaciones.

En NH Hoteles nos caracteriza la vocación de servicio de nuestros empleados y la búsqueda de la satisfacción de nuestros clientes a través de la calidad de nuestros servicios y la constante innovación. Los establecimientos de NH Hoteles cuentan con las más avanzadas tecnologías para facilitar al cliente tanto la comunicación como el trabajo y el entretenimiento.

La restauración es otra de las prioridades de los hoteles de la cadena, que ofrece a sus clientes una cocina de primera calidad. Además, NH Hoteles y prestigiosos restauradores como Ferrán Adrià y Paco

Roncero han creado espacios pioneros en el sector hotelero que combinan restauración, ocio e innovación para los clientes de la cadena, como “nhube” y “Estado Puro”.

En su apuesta por la cultura, NH Hoteles se siente especialmente orgulloso de contar con el apoyo del celebre premio Nobel de literatura Mario Vargas Llosa, que da su nombre al concurso de relato corto que la Compañía viene realizando en los últimos años.

Como empresa responsable de referencia en el sector turismo, en NH Hoteles ofrecemos servicios de hostelería que se anticipan a las necesidades de todos nuestros grupos de interés: Empleados, Clientes, Proveedores, Accionistas, Sociedad y Medio Ambiente, con máximo cuidado en el detalle y con soluciones eficientes y sostenibles.

NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid.

**PARA MÁS INFORMACIÓN:**

Departamento de Comunicación de NH Hoteles

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

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

**CENTRAL DE RESERVAS**

Tel: 902 115 116 (Desde España)

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

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

**Web:** <http://www.nh-hotels.com>



Madrid, 5 de Mayo de 2011

## VENTAS Y RESULTADOS 3 MESES 2011

### Hechos Significativos

- NH Hoteles logró alcanzar por primera vez desde el año 2007 un **Beneficio Neto positivo** para el primer trimestre.
- Las **ventas hoteleras se incrementaron en +12%** (+8% considerando solo la actividad recurrente)
- El **EBITDA recurrente** de la actividad **hotelera aumenta hasta los €3,6 millones**.
- Durante los últimos 12 meses se han producido **desinversiones** por valor de **€273 millones**, de cara a reducir el apalancamiento del grupo y mejorar la liquidez.

### Actividad hotelera Consolidada

CONSOLIDADO ACTIVIDAD HOTELERA HASTA EL 31 DE MARZO DE 2011 VS 2010				
(millones €)	3M 2011	3M 2010	DIF.11/10	%DIF
INGRESOS	322,81	288,26	34,55	12,0%
GASTOS OPERATIVOS	224,81	206,74	18,07	8,7%
GOP	98,00	81,52	16,48	20,2%
EBITDA	24,00	15,42	8,58	55,6%

### RevPar

Desde 1 de enero 2011 ha habido un cambio de criterio en el reparto de las unidades de negocio. Los cambios han sido los siguientes:

1. Las unidades de negocio de "Alemania" y de "Europa Central y del Este" se han fusionado en una única unidad de negocio que pasa a denominarse "**Europa Central**". Por el tamaño de la unidad de negocio de "Europa Central y del Este" y por las sinergias al crear una dirección única la compañía ha decidido pasar a gestionarlas conjuntamente.
2. Se ha creado una nueva unidad de negocio "**Resorts Europa**", en la que se incluyen los resorts que la compañía opera actualmente en Italia y España. Este cambio se ha producido para poder mejorar el seguimiento y la gestión de esta nueva unidad.

En el primer trimestre de 2011 el RevPar LFL creció +8,1%. Un 52% de dicha mejora en RevPar se logró vía incremento en precios medios, en línea con el objetivo para el año de recuperación de ADR.

- **B.U. España:** Debido a la lenta recuperación del país, el mercado español continúa siendo extremadamente sensible a los precios. Por esta razón, se consiguió incrementar el RevPar en el primer trimestre del año en +4,6% aumentando la ocupación con una ligera bajada en precios. Cabe destacar el incremento del cliente corporativo (especialmente PYMES) así como el buen comportamiento de Barcelona y Valencia. Por último, señalar el efecto positivo de los conflictos del norte de Africa en los hoteles urbanos de las Canarias (más de +15% de incremento en RevPar).
- **B.U. Italia:** El objetivo de incrementar los precios medios se ha traducido en un crecimiento LFL del +3,3%. La ocupación sin embargo desciende ligeramente en -1,4%. Destacaron Roma y Milán, con +6,2% y +3,0% de crecimiento en RevPar, mientras que el resto de mercados del país muestran un comportamiento menos favorable.

- **B.U. Benelux:** El primer trimestre del año arrancó con incremento en RevPar impulsado por las ciudades principales y con mayor peso en crecimiento de ADR (destacando muy positivamente Ámsterdam y Bruselas con RevPar por encima del +10% y +20% respectivamente). Las ciudades secundarias por el contrario muestran una recuperación más lenta.
- **B.U. Europa Central:** Europa Central logró alcanzar un crecimiento de dos dígitos en RevPar LFL (+11,1%) siendo un 70% de dicho crecimiento via mejora de ADR. Berlín junto con algunas ciudades secundarias como Düsseldorf o Nürnberg se beneficiaron de la celebración de diversas ferias y convenciones, y el mercado alemán en su totalidad por la fuerte recuperación económica del país.
- **B.U. Resorts Europa:** Fuerte competencia en precios para el segmento vacacional europeo. La demanda del turista británico (debido a la pérdida de valor de la libra con respecto al euro) se vio reducida, mientras que aumenta la demanda del turista germano. Los conflictos en el norte de África aumentaron considerablemente la demanda en los hoteles de las Islas Canarias.
- **B.U. Las Américas:** Fuerte crecimiento en RevPar para el trimestre. México debe su mejora al incremento en ocupación (+15%) gracias a una mayor demanda del cliente de negocios. Mercosur por otro lado y gracias a la estrategia de tarifas implantada experimentó un incremento de más del +20% en ADR.

	NH HOTELES REVPAR ACUMULADO A MARZO 2011											
	HAB. MEDIAS		OCUPACIÓN %			ADR			REVPAR			
	2011	2010	2011	2010	% Var	2011	2010	% Var	2011	2010	% Var	
<b>España y Portugal "like for like"</b>	12.203	12.203	57,41%	53,94%	6,43%	69,46	70,65	-1,70%	39,87	38,11	4,62%	
B.U. ESPAÑA	13.278	12.674	55,81%	52,98%	5,34%	69,62	70,71	-1,54%	38,85	37,46	3,72%	
<b>Italia "like for like"</b>	6.580	6.576	53,88%	54,63%	-1,37%	87,48	84,70	3,28%	47,13	46,27	1,87%	
B.U. ITALIA	7.411	7.364	52,24%	55,36%	-5,64%	88,85	86,29	2,97%	46,42	47,76	-2,81%	
<b>Benelux "like for like"</b>	8.689	8.689	56,80%	55,21%	2,87%	91,57	85,82	6,70%	52,01	47,38	9,76%	
B.U. BENELUX	9.138	9.222	57,21%	55,41%	3,25%	93,84	87,58	7,15%	53,69	48,53	10,64%	
<b>Europa Central "like for like"</b>	12.086	12.086	57,66%	55,90%	3,14%	78,95	73,28	7,75%	45,52	40,96	11,13%	
B.U. EUROPA CENTRAL	12.894	12.180	56,25%	55,64%	1,10%	79,08	73,23	7,99%	44,48	40,74	9,18%	
<b>Europa Urbano "like for like"</b>	39.558	39.554	56,76%	54,93%	3,33%	80,11	77,14	3,85%	45,47	42,38	7,31%	
TOTAL EUROPA URBANO CONSOLID.	42.721	41.440	55,62%	54,73%	1,64%	80,97	78,06	3,72%	45,04	42,72	5,43%	
B.U. RESORTS EUROPA	371	474	42,68%	29,16%	46,39%	92,08	107,37	-14,24%	39,30	31,30	25,54%	
<b>Europa "like for like"</b>	39.706	39.702	56,74%	54,94%	3,27%	80,12	77,18	3,82%	45,46	42,40	7,22%	
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	43.091	41.913	55,51%	54,44%	1,98%	81,04	78,24	3,58%	44,99	42,59	5,63%	
<b>Las Américas "like for like"</b>	3.124	3.124	62,41%	56,94%	9,61%	66,99	60,08	11,50%	41,81	34,21	22,22%	
LAS AMÉRICAS CONSOLIDADO	3.394	3.844	59,81%	57,45%	4,11%	66,39	60,63	9,50%	39,71	34,83	14,00%	
<b>NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	42.830	42.826	57,15%	55,09%	3,75%	79,08	75,89	4,20%	45,20	41,80	8,11%	
TOTAL CONSOLIDADO	46.485	45.757	55,83%	54,69%	2,08%	79,89	76,68	4,19%	44,60	41,94	6,35%	

## Resultados

Los ingresos hoteleros LFL para los tres primeros meses de 2011 aumentaron en €19,1M (+7,4%) mientras que los gastos operativos se incrementaron un +4,4%.

Dicho incremento en ventas se tradujo a nivel de GOP en €10,7M, alcanzando un ratio de conversión de 56%.

Cabe señalar el esfuerzo realizado en la unidad de negocio italiana, donde se consiguió mejorar la eficiencia afrontando la ligera caída en ventas con una importante reducción de costes.

El comportamiento negativo de los gastos en Benelux por otro lado se explica por la recuperación en ventas de alimentos y bebidas que conllevan un aumento en gastos de personal.

Los arrendamientos por otro lado se incrementaron en un 6% como consecuencia del aumento de la actividad (con impacto en el componente variable), la actualización de rentas fijas a IPC 2010, y el fin de algunas deducciones de renta que aplicaron el pasado año. A nivel de EBITDA LFL por tanto se alcanza un ratio de conversión del 36%.

ACTIVIDAD HOTELERA HASTA EL 31 DE MARZO DE 2011 VS 2010

(millones €)

	3M 2011	3M 2010	DIF.11/10	%DIF
ESPAÑA	73,59	67,59	6,00	8,9%
ITALIA	41,64	41,80	-0,16	-0,4%
BENELUX	68,27	63,42	4,86	7,7%
EUROPA CENTRAL	73,73	68,13	5,60	8,2%
RESORTS EUROPA	1,89	1,93	-0,04	-2,0%
AMERICA	16,32	13,50	2,82	20,9%
<b>INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>275,44</b>	<b>256,37</b>	<b>19,07</b>	<b>7,4%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10</b>	<b>19,04</b>	<b>16,17</b>	<b>2,87</b>	<b>17,7%</b>
<b>TOTAL INGRESOS RECURRENTE</b>	<b>294,48</b>	<b>272,54</b>	<b>21,94</b>	<b>8,05%</b>
<b>INGRESOS NO RECURRENTE</b>	<b>28,33</b>	<b>15,72</b>	<b>12,61</b>	<b>80,22%</b>
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>322,81</b>	<b>288,26</b>	<b>34,55</b>	<b>12,0%</b>
ESPAÑA	53,58	51,34	2,24	4,4%
ITALIA	33,22	34,63	-1,41	-4,1%
BENELUX	49,67	46,33	3,34	7,2%
EUROPA CENTRAL	49,75	47,47	2,28	4,8%
RESORTS EUROPA	2,01	1,95	0,07	3,5%
AMERICA	12,31	10,44	1,87	17,9%
<b>GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>200,55</b>	<b>192,16</b>	<b>8,39</b>	<b>4,4%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10</b>	<b>16,35</b>	<b>13,23</b>	<b>3,12</b>	<b>23,6%</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE</b>	<b>216,90</b>	<b>205,39</b>	<b>11,51</b>	<b>5,60%</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS NO RECURRENTE</b>	<b>7,91</b>	<b>1,35</b>	<b>6,56</b>	<b>485,93%</b>
<b>TOTAL GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>224,81</b>	<b>206,74</b>	<b>18,07</b>	<b>8,7%</b>
ESPAÑA	20,01	16,25	3,76	23,1%
ITALIA	8,43	7,18	1,25	17,4%
BENELUX	18,60	17,09	1,51	8,9%
EUROPA CENTRAL	23,98	20,66	3,32	16,1%
RESORTS EUROPA	-0,13	-0,02	-0,11	-561,6%
AMERICA	4,00	3,06	0,94	30,8%
<b>GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>74,89</b>	<b>64,21</b>	<b>10,68</b>	<b>16,6%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10</b>	<b>2,69</b>	<b>2,94</b>	<b>-0,25</b>	<b>-8,5%</b>
<b>TOTAL GOP RECURRENTE</b>	<b>77,58</b>	<b>67,15</b>	<b>10,43</b>	<b>15,53%</b>
<b>GOP NO RECURRENTE</b>	<b>20,42</b>	<b>14,37</b>	<b>6,05</b>	<b>42,10%</b>
<b>TOTAL GOP</b>	<b>98,00</b>	<b>81,52</b>	<b>16,48</b>	<b>20,2%</b>
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>67,33</b>	<b>63,42</b>	<b>3,92</b>	<b>6,2%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10</b>	<b>6,67</b>	<b>2,68</b>	<b>3,98</b>	<b>148,6%</b>
<b>TOTAL RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD</b>	<b>74,00</b>	<b>66,10</b>	<b>7,90</b>	<b>12,0%</b>
ESPAÑA	-1,07	-4,80	3,73	77,7%
ITALIA	-1,23	-1,53	0,30	19,4%
BENELUX	8,53	7,73	0,80	10,3%
EUROPA CENTRAL	-1,40	-2,60	1,20	46,1%
RESORTS EUROPA	-0,14	-0,02	-0,12	-496,8%
AMERICA	2,88	2,01	0,87	43,1%
<b>EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>7,56</b>	<b>0,80</b>	<b>6,77</b>	<b>850,9%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10</b>	<b>-3,98</b>	<b>0,25</b>	<b>-4,24</b>	<b>-1660,8%</b>
<b>TOTAL EBITDA RECURRENTE</b>	<b>3,58</b>	<b>1,05</b>	<b>2,53</b>	<b>240,95%</b>
<b>EBITDA NO RECURRENTE</b>	<b>20,42</b>	<b>14,37</b>	<b>6,05</b>	<b>42,10%</b>
<b>TOTAL EBITDA</b>	<b>24,00</b>	<b>15,42</b>	<b>8,58</b>	<b>55,6%</b>

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 31 DE MARZO DE 2011

(millones €)	3M 2011		3M 2010		2011/2010
Ingresos de la Actividad Hotelera	294,5	91%	272,5	94%	8,1%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2,5	1%	2,7	1%	(7,4%)
Actividad No recurrente	28,4	9%	15,9	5%	78,8%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>325,3</b>	<b>100%</b>	<b>291,1</b>	<b>100%</b>	<b>11,8%</b>
Coste de Ventas Inmobiliaria	0,6	0%	0,7	0%	(14,7%)
Coste de Personal	120,1	37%	114,4	39%	4,9%
Gastos Directos de Gestión	99,4	31%	93,7	32%	6,0%
Otros Gastos no Recurrentes	7,9	2%	1,4	0%	481,6%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>97,4</b>	<b>30%</b>	<b>80,9</b>	<b>28%</b>	<b>20,3%</b>
Arrendamientos y Contribución Urb.	74,1	23%	66,1	23%	12,1%
<b>EBITDA</b>	<b>23,3</b>	<b>7%</b>	<b>14,8</b>	<b>5%</b>	<b>57,2%</b>
Impairment	0,0	0%	3,0	1%	-
Amortizaciones	29,0	9%	30,0	10%	(3,4%)
<b>EBIT</b>	<b>(5,7)</b>	<b>(2%)</b>	<b>(18,2)</b>	<b>(6%)</b>	<b>68,5%</b>
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	(9,3)	(3%)	3,3	1%	(384,4%)
Gastos Financieros	10,3	3%	10,1	3%	2,0%
Diferencias de cambio	0,0	0%	12,6	4%	-
Resultados Puesta en Equivalencia	0,0	0%	0,0	0%	-
<b>EBT</b>	<b>(6,8)</b>	<b>(2%)</b>	<b>(44,2)</b>	<b>(15%)</b>	<b>84,7%</b>
Impuesto sobre Sociedades	(3,2)	(1%)	(7,5)	(3%)	(57,8%)
<b>BENEFICIO antes de Minoritarios</b>	<b>(3,6)</b>	<b>(1%)</b>	<b>(36,7)</b>	<b>(13%)</b>	<b>90,1%</b>
Intereses Minoritarios	(5,0)	(2%)	(5,2)	(2%)	(3,9%)
<b>BENEFICIO NETO</b>	<b>1,4</b>	<b>0%</b>	<b>(31,5)</b>	<b>(11%)</b>	<b>104,3%</b>

**Evolución financiera y otros hechos relevantes**

- **Actividad no recurrente:** a nivel de EBITDA incluye €28,4M en ingresos por plusvalías generados en la operación ARTOS y €7,9M en gastos fundamentalmente debidos a indemnizaciones por reestructuración de plantillas.
- **Arrendamientos:** incremento en arrendamientos como consecuencia del aumento de la actividad (con impacto en el componente variable), la actualización de rentas fijas a IPC 2010, nuevas aperturas y el fin de algunas deducciones de renta que aplicaron en 2010.
- **Deuda Neta:** aumenta hasta €1.116,6M a 31 de marzo de 2011 desde los €1.000,4M a 31 de diciembre de 2010. Los movimientos fundamentales que explican esta variación son: la venta del 33% de Lotti (reducción de €35M de la deuda neta), el último pago de la compra de Jolly (88M€ de incremento), la operación de compra de Artos (€12M de incremento) y la variación del fondo de maniobra característico del primer trimestre del año.
- **Impairment:** a diferencia del ejercicio anterior, no existe provisión de impairment de ningún tipo en Q1 2011.
- **Variación del valor razonable de instrumentos financieros:** incluye en primer lugar la reversión de parte de la provisión del Equity Swap (€8,5 millones) que cubre el Plan de Opciones aprobado en 2007 y que como consecuencia de la evolución positiva del precio de la acción desde el cierre de 2010, de €3,40 a €4,79, tiene signo positivo. Dicha provisión es reversible, en la medida que se recupere el precio de la acción, hasta el año de vencimiento del plan en 2013 y no representa salida de caja. En segundo lugar, incluye también el valor de mercado de los derivados de tipo de interés del grupo, que debido a su evolución favorable durante el trimestre, contribuyen positivamente en esta línea.

- **Gastos Financieros:** contención del gasto financiero fundamentalmente debido a la disminución de la deuda financiera neta en Q1 2011 comparado con el mismo ejercicio de 2010.
- **Intereses Minoritarios:** muestra principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana.

### Actividad Inmobiliaria

- Desde 1 de enero 2011 se incluye dentro de la actividad inmobiliaria el resultado del Club de Golf de la Reserva. También se ha incluido en los datos del ejercicio anterior para poder hacer la comparabilidad.
- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €2,51M; frente a los €2,71M alcanzados en el mismo periodo del año anterior.
  - En los tres primeros meses del año se han escriturado un total de 2 viviendas por un importe de €0,64M frente a 3 viviendas en el mismo periodo del ejercicio 2010 por un total de €0,94M.
- El EBITDA fue de €-0,74M, comparados con los €-0,62M en el mismo periodo del año pasado. El peor EBITDA del ejercicio 2011 corresponde fundamentalmente a la aportación negativa en el resultado del Club de Golf la Reserva de € -0,35M, ya que desde el inicio del ejercicio 2011 esta ha sido incluida en la actividad inmobiliaria de la Sociedad. El Beneficio Neto es de €-0,82M, comparado con los €-3,04M del año anterior. El resultado neto de la sociedad ha mejorado debido a que a marzo de 2010 la sociedad había dotado € -3,00M de provisión de depreciación de las existencias inmobiliarias.
- A 31 de marzo de 2011, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar de €7,24M (€3,30M a Ribera del Marlin y €3,94M a atraques de La Marina).

### Firmas y Aperturas

Desde el 1 de enero de 2011 hasta el 31 de marzo de 2011, NH Hoteles ha firmado 2 hoteles con 130 habitaciones:

- 1 hotel operativo en gestión con 74 habitaciones en Castellar de la Frontera, Cádiz, España.
- 1 hotel en gestión en Teruel, España, con 56 habitaciones y apertura prevista para el año 2013.

#### Firmas de Hoteles desde el 1 de enero al 31 de marzo de 2011

Ciudad	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Cádiz, España	Gestión	74	2011
Teruel, España	Gestión	56	2013
		<b>130</b>	

## Nuevas Incorporaciones

Durante el primer trimestre del año 2011 se han abierto 4 nuevos hoteles con 678 habitaciones y una extensión de un hotel existente de 48 habitaciones adicionales.

### Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 31 de marzo de 2011

Hoteles	Ciudad	Contrato	# Habitaciones
<b>NH Lingotto</b>	Turín, Italia	Gestión	240
<b>NH Lingotto Tech</b>	Turín, Italia	Gestión	140
<b>NH Ribera del Manzanares</b>	Madrid, España	Arrendamiento	224
<b>Hesperia WTC Valencia (Ext.)</b>	Valencia, Venezuela	Gestión	48
<b>NH Castellar</b>	Cádiz, España	Gestión	74
<b>Total Nuevas Aperturas</b>			<b>726</b>

En el mes de enero destacamos las aperturas de los dos hoteles firmados a final del año pasado bajo contrato de gestión en Turín de 240 y 140 habitaciones respectivamente y la apertura en Madrid del hotel NH Ribera de Manzanares de 224 habitaciones.

El hotel Hesperia WTC Valencia, que abrió sus puertas el último trimestre del año 2010 con 32 habitaciones, ha abierto 48 habitaciones más (el hotel tendrá un total de 323 habitaciones).

Adicionalmente, se ha abierto un hotel ya operativo, en Castellar de la Frontera, Cádiz, de 74 habitaciones.

## Gestión de Activos

### Venta de Activos No Estratégicos

En febrero 2011 NH Hoteles anunció la venta del 33% del Hotel Lotti en París por un precio de 35 millones de euros y en marzo 2011 comunicó la operación ARTOS (NH Hoteles ejerce la opción de compra sobre 10 hoteles y simultáneamente vende 5 de ellos en una operación de "sale & lease-back"). Los hoteles que se alquilan pasan a una estructura de renta variable con un mínimo garantizado, siendo el importe de la renta similar al actual.

### Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero de 2011

Dentro de la política de racionalización de activos y ventas no estratégicas, deja de ser gestionado por la compañía el hotel Hesperia Centurión.

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
<b>Hesperia Centurión</b>	Cambrils, España	Gestión	211
<b>Total Salidas</b>			<b>211</b>

El hotel NH Venus Sea Garden de Siracusa, Sicilia, Italia, ha pasado de ser un contrato de renta a un contrato de franquicia.

### Satisfacción de clientes

Recordamos que la encuesta (de 0 a 10) mide diferentes categorías de la satisfacción de nuestros clientes: reservas, check in y check out, limpieza de habitaciones y zonas comunes, equipamiento y mantenimiento, desayuno, servicio de habitaciones y personal del hotel. Como muestra la tabla adjunta, el número de encuestas recibidas se incrementó un 98% mientras que la calificación global bajó ligeramente frente al periodo anterior.

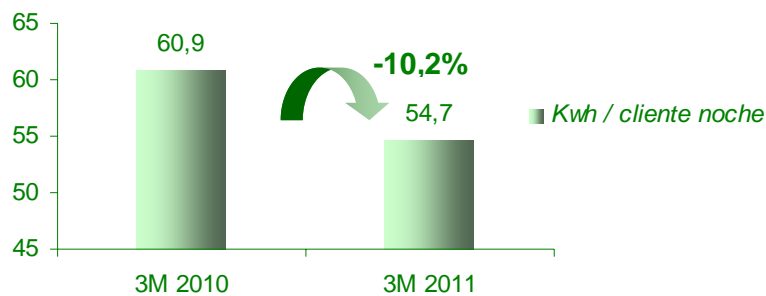
	3M 2011	3M 2010
Encuestas Recibidas	24.624	12.454
Total puntuación NH Hoteles	8,3	8,4

### Medidas Medioambientales

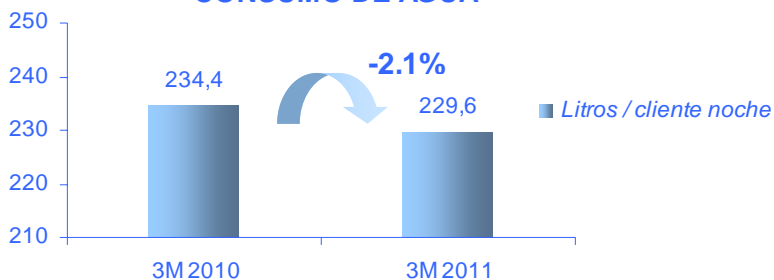
El Plan Estratégico Medioambiental de NH Hoteles lanzado en 2009 tiene como prioridades la eficiencia energética, el eco-diseño y la gestión de residuos, y llevará a la Compañía a **reducir un 20% sus emisiones de CO2, su producción de residuos y sus consumos de agua y energía.**

#### CONSUMOS Y EMISIONES\*

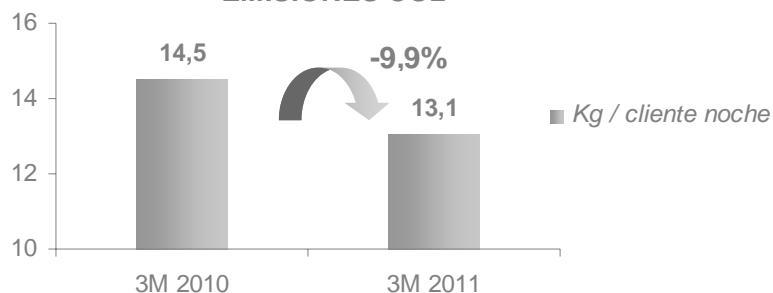
##### CONSUMO DE ENERGIA



##### CONSUMO DE AGUA



##### EMISIONES CO2



\*Hoteles urbanos comparables

Los ratios por cliente y noche muestran un descenso notable tanto en los consumos como en las emisiones, debido a las iniciativas de ahorros implementadas durante 2009 y 2010.

**HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELES POR PAÍSES A 31 DE MARZO 2011**

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	162	18.092	3	95	10.871	13	1.964	54	5.257	-	-
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	51	8.142	1	33	5.616	15	2.247	3	279	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.509	4	16	2.441	18	3.988	1	80	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	11	1.632	-	2	434	9	1.198	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	3	556	-	2	397	1	159	-	-	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	3	533	-	1	121	-	-	2	412	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	2	242	-	1	198	1	44	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	60	10.704	10	55	9.700	5	1.004	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.180	1	6	1.180	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	SUIZA	5	632	-	4	510	1	122	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	2	271	-	1	134	-	-	1	137	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	RUMANIA	2	161	-	1	83	-	-	1	78	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	1	160	-	1	160	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	POLONIA	1	93	-	-	-	-	-	1	93	-	-
B.U. RESORTS EUROPA	RESORTS ESPAÑA	14	2.972	-	-	-	2	254	12	2.718	-	-
B.U. RESORTS EUROPA	RESORTS ITALIA	4	514	-	1	53	1	202	1	200	1	59
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	13	2.040	-	5	689	4	681	4	670	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	13	1.909	-	-	-	11	1.524	2	385	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	2	1.015	-	-	-	-	-	2	1.015	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	3	972	-	-	-	-	-	3	972	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	122	-	-	-	1	122	-	-	-	-
<b>HOTELES ABIERTOS</b>		<b>400</b>	<b>59.202</b>	<b>20</b>	<b>227</b>	<b>32.900</b>	<b>84</b>	<b>13.887</b>	<b>88</b>	<b>12.416</b>	<b>1</b>	<b>59</b>



## PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE MARZO 2011

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

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN	
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	10	847	-	5	432	-	-	5	415
B.U. ITALIA	ITALIA	6	942	-	4	697	-	-	2	245
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	3	244	-	2	192	-	-	1	52
B.U. EUROPA CENTRAL	REPÚBLICA CHECA	1	236	-	1	236	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	1	65	-	1	65	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	-	243	-	-	-	-	-	-	243
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	1	180	-	-	-	1	180	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	1	140	-	-	-	1	140	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	-	100	-	-	-	-	-	-	100
<b>PROYECTOS FIRMADOS</b>		<b>23</b>	<b>2.997</b>	<b>-</b>	<b>13</b>	<b>1.622</b>	<b>2</b>	<b>320</b>	<b>8</b>	<b>1.055</b>

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

	2011	2012	2013	2014
Inversión esperada (€ millones)	9,0	8,2	4,7	0,8