



HOTELES

SANTA ENGRACIA, 120
28003 MADRID
TEL. +34 91 451 97 18
FAX. +34 91 451 97 69
www.nh-hotels.com

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

La Sociedad, a través de sus órganos competentes, ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del tercer 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 15 de Noviembre de 2011

Leopoldo González-Echenique Castellanos de Ubao
Secretario General

- RESULTADOS -

NH Hoteles genera un EBITDA de €127,7M hasta septiembre, un 25% más que el año anterior

- Los ingresos del Grupo crecen un 7,7%, hasta €1.056M, mientras que los gastos lo hacen un 4,9%. El ratio de conversión de ventas a resultados comparables alcanza el 73% en GOP (Beneficio de gestión) frente al 54% del primer semestre, aumentándose la eficiencia operativa
- La Compañía ha reorganizado su estructura y reforzado el área comercial
- Con la venta del Hotel Lotti, se ha superado en un 15% el objetivo inicial de desinversiones para reducir la deuda y continúa la implantación de iniciativas para reducir los costes y mejorar la eficiencia

Madrid a 15 de noviembre de 2011. Las principales cifras de NH Hoteles a 30 de septiembre de 2011 muestran una considerable recuperación de los resultados del Grupo desde 2010. Los esfuerzos llevados a cabo por la Compañía, en cuanto a contención del gasto y refuerzo comercial entre otros, han permitido al Grupo generar un EBITDA de €127,7 millones, un 24,9% más respecto a septiembre de 2010. Cabe destacar que el 89% del EBITDA proviene de las operaciones de la Compañía fuera de España.

Los ingresos totales de NH Hoteles en los nueve primeros meses de 2011 alcanzan la cifra de 1.056,4 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,7% en comparación con el mismo periodo del año anterior. Por último, el Grupo obtiene un resultado neto de €1,4M, frente a unas pérdidas de (€45M) en el mismo periodo de 2010.

Hechos relevantes durante los nueve primeros meses de 2011

- **Reorganización de la estructura y refuerzo comercial**

NH Hoteles modificó su estructura organizativa con el fin de alinearla con sus necesidades y objetivos, así como dotarla de capacidades técnicas y comerciales para desarrollar su estrategia futura. A tal efecto, el Consejo de Administración de NH Hoteles aprobó en septiembre una nueva organización del Grupo apoyada en el reforzamiento comercial, creando una Dirección de Estrategia y Desarrollo Comercial; el reporte al primer nivel de las áreas de soporte al negocio, con la creación de la Dirección de Medios y Dirección de Organización y Sistemas; y la adaptación a un modelo organizativo más integrado entre las direcciones de los distintos países donde opera el Grupo, similar al de otras grandes compañías multinacionales del sector.

La Compañía reforzó su estructura comercial con la incorporación de Mikael Anderson, como *Chief Commercial Officer*, y la reciente incorporación del nuevo Director de Ventas, Jeff Karlson, que cuenta con una dilatada experiencia internacional en algunas de las cadenas hoteleras más grandes del mundo.

- **Plan de mejora de la eficiencia**

En este período, la Compañía ha lanzado un plan de mejora de eficiencia en todos sus procesos con el objetivo de reducir sus costes en un 10% a lo largo de los dos próximos años. Además, NH Hoteles anunció en septiembre medidas adicionales a corto plazo entre las que destacan la reducción voluntaria durante un año de las retribuciones fijas y otros beneficios sociales para todos los equipos directivos, en rangos que oscilan entre el 5 y 10% las primeras y entre el 10% y 40% los segundos.

Como consecuencia del plan de eficiencia lanzado para todo el Grupo, el Presidente de NH Hoteles pasó a asumir además la Presidencia de Sotogrande. Dicho nombramiento aporta una mayor integración de Sotogrande en el Grupo, lo que permite la eliminación de duplicidades en la gestión del mismo y facilita mejoras en la oferta al cliente.

NH Hoteles rediseñó su estructura operativa y comercial con el fin de mejorar la eficiencia de los procesos de gestión y comercialización de algunas de sus unidades de negocio. En este sentido, se produjo la fusión de las unidades de negocio de "Alemania" y de "Europa Central y del Este" que pasó a denominarse "Europa Central".

- **Reducción de costes y deuda**

A lo largo de 2011 se ha continuado materializando el plan de desinversiones iniciado el año anterior, habiéndose alcanzado la cifra de €345M, superando así en un 15% los objetivos inicialmente marcados.

De ellas, las más significativas han sido la venta durante el mes de octubre del 67% de la sociedad titular del Hotel Lotti en París y la denominada operación Artos que afectó a un conjunto de 8 hoteles en Alemania y 2 en Austria.

La deuda de la Compañía se reduce hasta €1.067M a 30 de septiembre de 2011 desde los €1.080M a 30 de junio de 2011, gracias a una mejora en la gestión del circulante. Cabe destacar que el efecto de la venta del Hotel Lotti todavía no está reflejado en la deuda a final de septiembre y será incluido en el último trimestre del año, mejorando sustancialmente el ratio de endeudamiento.

A finales del mes de marzo se lanzó un plan de choque para toda la organización centrado en la optimización de la estructura corporativa y la contención de los gastos generales. Principalmente como consecuencia de dicha optimización, se ha generado en lo que va de año unos gastos no recurrentes que ascienden a €23M, sin los cuales el EBITDA hubiera crecido un 48%.

- **NH Hoteles prevé materializar el acuerdo con HNA a mediados de diciembre y abrirá su primer hotel en China a principios de 2012**

En el marco de la alianza estratégica anunciada el pasado mes de mayo, el grupo empresarial HNA recibió en octubre la autorización de la Comisión Nacional de Reforma y Desarrollo Económico del Gobierno Chino, la más relevante de entre las previstas para que pueda acometer la inversión para adquirir el 20% de NH Hoteles. Ambas partes fijaron el 15 de diciembre como fecha de referencia para ejecutar el aumento de capital.

Como muestra del compromiso que ambas compañías mantienen en el acuerdo estratégico, NH Hoteles y HNA presentaron conjuntamente su alianza estratégica en la feria de turismo China International Travel Mart 2011 celebrada a final de octubre en Kunming, capital de la región de Yunnan en China. Allí, anunciaron la apertura del primer hotel conjunto para principios de próximo año en Chongqing, ciudad que cuenta con una población de más de 30 millones de personas.

Destaca el encaje estratégico de la alianza con HNA, que permite el fortalecimiento de la estructura financiera, posibilita la entrada en uno de los mercados hoteleros de mayor crecimiento mediante el acuerdo industrial previsto, y favorece oportunidades de venta cruzada, gracias al acuerdo comercial por el que NH Hoteles pasa a convertirse en la cadena hotelera de referencia para los viajeros de HNA.

Resultados - Principales cifras del Grupo NH Hoteles a 30 de septiembre de 2011:

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2011			
(millones €)	9M 2011	9M 2010	2011/2010
TOTAL INGRESOS	1,056.4	980.5	7.7%
BENEFICIO DE GESTIÓN (GOP)	346.8	303.9	14.1%
EBITDA	127.7	102.2	24.9%
BENEFICIO NETO	1.4	(45.2)	103.1%

Actividad hotelera: incrementos de RevPar (ingresos por habitación disponible) en todas las unidades de negocio

Los niveles de ocupación de la cadena al finalizar el semestre se sitúan al 66%, creciendo un 4,4%, destacando Latinoamérica y España con incrementos del 6%.

Todas las unidades de negocio registraron aumentos de RevPar, destacando Las Américas con un 10,1%, Benelux con un 8,3% e Italia con un 7,2%.

La unidad de negocio de Europa Central, que aglutina la presencia de NH Hoteles en Alemania, Austria, Suiza, Hungría, Rep. Checa y Rumania, continúa mostrando un sólido crecimiento con excelentes resultados a lo largo de 2011. Cabe señalar que España presentó en el tercer trimestre los mejores resultados en lo que va de año, especialmente la ciudad de Madrid que se benefició en agosto de la visita del Papa Benedicto XVI. Italia sigue recuperando la demanda impulsada por el cliente corporativo y la unidad de negocio de Las Américas mantiene en líneas generales el buen comportamiento que ha venido demostrando durante los primeros meses del año.

Nuevos hoteles

Desde el inicio de 2010 se han abierto 8 nuevos hoteles con 1.094 habitaciones y se ha ampliado un hotel existente con 48 habitaciones adicionales.

Entre los hoteles incorporados durante los diez primeros meses de 2011, destacan las aperturas de 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 del 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 en enero y 76 más en septiembre. Cuando finalicen las obras el hotel contará con un total de 323 habitaciones.

Adicionalmente, se ha incorporado bajo la fórmula de gestión un hotel ya operativo en Castellar de la Frontera, Cádiz, con 74 habitaciones. Al mismo tiempo, se ha abierto un segundo hotel en Algeciras y recientemente otro en Barcelona, consolidando así el liderazgo de la Compañía en la Ciudad Condal, donde opera alrededor de treinta hoteles.

Además, el Grupo ha abierto un hotel en régimen de arrendamiento junto al recinto ferial de Frankfurt, especialmente pensado para los clientes que viajan por negocios.

Asimismo, en octubre la cadena hotelera ha entrado en Colombia con la apertura de su primer hotel en la capital y prevé desarrollar nuevos proyectos a corto plazo, tanto en este mercado como en el brasileño.

Con la incorporación de estos nuevos hoteles, NH Hoteles cuenta en la actualidad con 400 hoteles, 59.217 habitaciones y presencia en 25 países de Europa, América y África.

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 CO2 y generación de residuos. Este Plan le permite a la cadena anticiparse en cuatro años al objetivo del Plan 20-20-20 de la Unión Europea.

Los ratios* analizados por cliente y noche continúan mostrando un descenso notable tanto en los consumos como en las emisiones. El consumo de energía baja más de un 10% durante los nueve primeros meses del año y el consumo de agua se reduce en un 5,6%. Por último, las emisiones de CO2 de la Compañía se han visto reducidas un 9,7%.

Es significativo que NH Hoteles se ha convertido en la primera cadena hotelera a nivel mundial que ha conseguido la certificación ISO 50.001, la norma más importante en Sistemas de Gestión de la Energía. Esta certificación reconoce el compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad de NH Hoteles, que se ha consolidado como la empresa responsable de referencia en el sector turístico.

Además, la labor de la Compañía en el ámbito de la sostenibilidad medioambiental se ha visto recientemente reconocida mediante el galardón TRI Award, otorgado por Jeremi Rifkin, reconocida autoridad mundial en materia de economía y medio ambiente.

**Hoteles urbanos consolidados*

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

Sobre NH HOTELES

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles tiene 400 hoteles con 59.217 habitaciones en 25 países de Europa, América y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 21 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán alrededor de 3.000 nuevas habitaciones.

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

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, 15 de noviembre de 2011

VENTAS Y RESULTADOS 9 MESES 2011

Hechos Significativos

- El **EBITDA aumenta un 24,9% hasta los €127,7 millones** (+20,6% considerando únicamente actividad hotelera). Destacar que en los primeros nueve meses el **85% del EBITDA procede de Benelux, Europa Central y Latinoamérica** y solo un **15% de España e Italia**. Por otro lado recordar que dada la estacionalidad del negocio, cerca del **75% del EBITDA se genera en el segundo y cuarto trimestre**.
- Los **ingresos se incrementaron un 7,7% hasta los €1.056,4 millones** (+7,6% considerando sólo la actividad hotelera).
- El **ratio de conversión de ventas a resultados LFL alcanza el 73% en GOP y 55% en EBITDA** (frente al 54% y al 44% del primer semestre) aumentándose la eficiencia operativa.
- Durante el mes de **Agosto** y cumpliendo el **calendario original de vencimientos** del crédito sindicado, se amortizaron **€97,5 millones**.
- En **Octubre 2011** NH hoteles ha anunciado la **venta del 67% restante del Hotel Lotti por 71 millones** de euros. El volumen total de la transacción representa un importe de 106 millones de euros y una plusvalía de 11,5 millones de euros. El **importe total de las desinversiones** materializadas por la Compañía **desde el año 2009** ha alcanzado los **345 millones de euros**, superando así en un 15% los objetivos inicialmente marcados.
- **Acuerdo estratégico con Grupo HNA**: la ampliación de capital de **€330 millones** (61,7 millones de acciones a **€5,35 por acción**) convierte a HNA en **accionista del 20%** de NH. Se fija el 15 de Diciembre como fecha límite para su ejecución ampliándose las garantías hasta los 25 millones de dólares. Destacar el encaje estratégico por **el fortalecimiento de la estructura financiera**, la **entrada sin inversión en uno de los mercados hoteleros de mayor crecimiento** y las oportunidades de **venta cruzada** al convertirse en la **cadena hotelera de referencia para los viajeros de HNA**.
- Se prevé la apertura del primer hotel en gestión con marca NH en China para principios del 2012. El hotel de 210 habitaciones se ubicará en Chongqing, con una población de 30 millones de habitantes.

Resultados Consolidados

CONSOLIDADO HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2011 VS 2010				
(millones €)	9M 2011	9M 2010	DIF.11/10	%DIF
INGRESOS	1.056,4	980,5	75,9	7,7%
GASTOS OPERATIVOS	709,7	676,6	33,1	4,9%
GOP	346,8	303,9	42,8	14,1%
EBITDA	127,7	102,2	25,5	24,9%

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 decidido no continuar reportando la unidad de negocio “Resorts Europa” por el tamaño de la misma, con solo un par de hoteles consolidados. Dichos hoteles se vuelven a reportar dentro de la correspondiente unidad de negocio geográfica.

En los 9 primeros meses de 2011 el RevPar LFL creció +6,9%, como consecuencia de un incremento de la ocupación de un +4,4% y de un crecimiento de los precios medios de +2,3%.

- **B.U. España:** España presenta en el tercer trimestre los mejores resultados en lo que va de año, con un crecimiento LFL de RevPar para Q3 de un +8,4% vs +4,6% en Q1 y +2,7% en H1. Cabe destacar que ha sido el primer trimestre con evolución positiva en precio (+1,6% en ADR). Resaltar el buen comportamiento de Madrid, que se ve beneficiada por la visita del Papa en el mes de agosto.
- **B.U. Italia:** Continúa la tendencia de recuperación de la demanda impulsada por el cliente corporativo, que ha permitido alcanzar un incremento en RevPar LFL de +7,2%. A nivel consolidado cabe señalar el efecto de las reformas de dos hoteles importantes ubicados en Roma y Milán.
- **B.U. Benelux:** Benelux registra en el tercer trimestre un incremento en RevPar más moderado que en el primer semestre. Esto es debido fundamentalmente al comportamiento de Ámsterdam, cuya comparativa frente al año pasado era particularmente difícil para el mes de agosto (puesto que en 2010 se celebró “Sail”, un evento importante que se repite cada 5 años). Las ciudades secundarias de Holanda continúan teniendo una recuperación más lenta. Buen comportamiento del precio en las principales ciudades de Bélgica con crecimientos por encima del 10%.
- **B.U. Europa Central:** La unidad de negocio sigue mostrando un sólido crecimiento y excelentes resultados, logrando alcanzar un crecimiento en RevPar LFL para 9 meses de +6,7%. El menor incremento en RevPar respecto al primer semestre del año se debe fundamentalmente al mercado en Dusseldorf, que se vio beneficiado en el mes de septiembre de 2010 de algunos eventos extraordinarios (convención “Glastec”) que afectan negativamente a la comparativa para 2011.
- **B.U. Las Américas:** los mercados latinoamericanos mantienen en líneas generales los buenos crecimientos registrados en el primer semestre considerando tipos de cambio constantes. No obstante, el tipo de cambio es menos favorable que en la comparativa con el primer semestre (especialmente por la evolución US\$/€), moderándose ligeramente los incrementos en euros.

NH HOTELES REVPAR ACUMULADO A SEPTIEMBRE 2011											
	HAB. MEDIAS		OCUPACIÓN %			ADR			REVPAR		
	2.011	2.010	2.011	2.010	% Var	2.011	2.010	% Var	2.011	2.010	% Var
España y Portugal "like for like"	11.920	11.921	65,93%	62,35%	5,74%	69,56	70,26	-1,00%	45,86	43,81	4,68%
B.U. ESPAÑA	13.620	12.967	64,43%	61,24%	5,22%	70,45	71,17	-1,02%	45,39	43,59	4,14%
Italia "like for like"	6.664	6.663	64,51%	61,68%	4,59%	90,70	88,46	2,53%	58,51	54,56	7,24%
B.U. ITALIA	7.688	7.698	61,97%	61,21%	1,24%	92,36	90,00	2,63%	57,24	55,09	3,90%
Benelux "like for like"	8.221	8.221	65,76%	64,98%	1,20%	90,21	84,27	7,05%	59,32	54,76	8,33%
B.U. BENELUX	9.089	9.206	66,75%	66,00%	1,15%	96,72	89,74	7,78%	64,57	59,22	9,02%
Europa Central "like for like"	11.973	11.972	66,01%	62,98%	4,81%	73,32	72,05	1,75%	48,40	45,38	6,65%
B.U. EUROPA CENTRAL	12.883	12.451	65,20%	62,09%	5,01%	73,45	72,08	1,90%	47,89	44,76	7,00%
Total Europa "like for like"	38.778	38.777	65,68%	62,99%	4,26%	78,68	76,94	2,26%	51,67	48,46	6,62%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	43.281	42.323	64,71%	62,52%	3,51%	80,77	79,05	2,17%	52,27	49,43	5,75%
Latinoamérica "like for like"	3.124	3.124	66,03%	62,20%	6,16%	70,91	68,37	3,72%	46,82	42,53	10,11%
LATINOAMÉRICA CONSOLIDADO	3.394	3.318	64,13%	61,53%	4,22%	69,77	68,08	2,49%	44,74	41,89	6,81%
NH HOTELES "like for like"	41.902	41.901	65,70%	62,93%	4,40%	78,10	76,31	2,34%	51,31	48,02	6,85%
TOTAL CONSOLIDADO	46.675	45.641	64,67%	62,45%	3,56%	79,98	78,27	2,18%	51,72	48,88	5,82%

Resultados

Los ingresos hoteleros LFL en los nueve meses de 2011 aumentaron en €40,3M (+4,7%) mientras que los gastos operativos se incrementaron un +1,8%.

Dicho incremento en ventas se tradujo a nivel de GOP en un incremento de €29,6M, alcanzando un ratio de conversión de 73%, mejorando los resultados publicados en el año (Q1: 56% y H1:54%).

Todas las unidades de negocio, con la excepción de España y Portugal, alcanzaron un ratio de conversión de ventas a GOP por encima del 70%, consiguiendo mejorar la eficiencia afrontando mayores ventas con un incremento muy inferior de los costes.

A nivel de EBITDA, el ratio de conversión de ventas fue del 55%, superior a los datos publicados del año (Q1: 35% y H1:44%).

ACTIVIDAD HOTELERA HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2011 VS 2010

(millones €)	9M 2011	9M 2010	DIF.11/10	%DIF
ESPAÑA	236,40	232,20	4,20	1,8%
ITALIA	152,47	143,65	8,81	6,1%
BENELUX	212,92	200,86	12,06	6,0%
EUROPA CENTRAL	236,43	224,98	11,45	5,1%
AMERICA	55,76	51,94	3,82	7,3%
INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	893,98	853,65	40,33	4,7%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10	112,17	94,35	17,82	18,9%
TOTAL INGRESOS RECURRENTES	1.006,15	948,00	58,15	6,13%
INGRESOS NO RECURRENTES	38,69	22,98	15,71	68,36%
TOTAL INGRESOS	1.044,84	970,98	73,86	7,6%
ESPAÑA	160,53	157,94	2,59	1,6%
ITALIA	108,90	107,68	1,22	1,1%
BENELUX	137,61	134,84	2,77	2,1%
EUROPA CENTRAL	150,60	147,58	3,02	2,0%
AMERICA	37,89	36,79	1,10	3,0%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	595,54	584,84	10,70	1,8%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10	81,74	66,62	15,12	22,7%
TOTAL GASTOS OPERATIVOS RECURRENTES	677,28	651,46	25,82	3,96%
GASTOS OPERATIVOS NO RECURRENTES	23,08	13,35	9,73	72,89%
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	700,36	664,81	35,55	5,3%
ESPAÑA	75,87	74,26	1,61	2,2%
ITALIA	43,56	35,97	7,59	21,1%
BENELUX	75,31	66,02	9,29	14,1%
EUROPA CENTRAL	85,83	77,40	8,43	10,9%
AMERICA	17,87	15,15	2,72	17,9%
GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"	298,44	268,80	29,64	11,0%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10	30,43	27,74	2,69	9,7%
TOTAL GOP RECORRENTE	328,87	296,54	32,33	10,90%
GOP NO RECORRENTE	15,61	9,63	5,98	62,09%
TOTAL GOP	344,48	306,17	38,31	12,5%
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"	197,16	189,59	7,58	4,0%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10	21,07	11,92	9,14	76,7%
TOTAL RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD	218,23	201,51	16,72	8,3%
ESPAÑA	11,49	12,00	-0,52	-4,3%
ITALIA	15,11	9,49	5,62	59,2%
BENELUX	46,12	37,52	8,60	22,9%
EUROPA CENTRAL	14,02	8,53	5,48	64,2%
AMERICA	14,54	11,67	2,87	24,6%
EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"	101,28	79,22	22,06	27,8%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 11/10	9,36	15,81	-6,45	-40,8%
TOTAL EBITDA RECORRENTE	110,64	95,03	15,61	16,43%
EBITDA NO RECORRENTE	15,61	9,63	5,98	62,09%
TOTAL EBITDA	126,25	104,66	21,59	20,6%

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 30 DE SEPTIEMBRE DE 2011

(millones €)	9M 2011		9M 2010		2011/2010
Ingresos de la Actividad Hotelera	1.006,2	95%	948,0	97%	6,1%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	11,6	1%	9,5	1%	22,3%
Actividad No recurrente	38,7	4%	23,1	2%	67,7%
TOTAL INGRESOS	1.056,4	100%	980,5	100%	7,7%
Coste de Ventas Inmobiliaria	1,2	0%	1,9	0%	(38,1%)
Coste de Personal	365,8	35%	357,1	36%	2,4%
Gastos Directos de Gestión	319,7	30%	304,2	31%	5,1%
Otros Gastos no Recurrentes	23,1	2%	13,4	1%	71,9%
BENEFICIO DE GESTIÓN	346,8	33%	303,9	31%	14,1%
Arrendamientos y Contribución Urb.	219,1	21%	201,7	21%	8,6%
EBITDA	127,7	12%	102,2	10%	24,9%
Impairment	8,1	1%	9,0	1%	(10,0%)
Amortizaciones	89,1	8%	91,8	9%	(3,0%)
EBIT	30,5	3%	1,4	0%	2156,3%
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	1,3	0%	1,2	0%	14,8%
Gastos Financieros	34,9	3%	28,7	3%	21,3%
Diferencias de cambio	0,0	0%	24,2	2%	(100,0%)
Resultados Puesta en Equivalencia	3,5	0%	0,5	0%	618,4%
EBT	(9,2)	(1%)	(53,2)	(5%)	82,7%
Impuesto sobre Sociedades	(6,6)	(1%)	3,2	0%	(307,5%)
BENEFICIO antes de Minoritarios	(2,6)	(0%)	(56,4)	(6%)	95,4%
Intereses Minoritarios	(4,0)	(0%)	(11,2)	(1%)	(63,9%)
BENEFICIO NETO	1,4	0%	(45,2)	(5%)	103,1%

Evolución financiera y otros hechos relevantes

- **Actividad no recurrente:** a nivel de EBITDA incluye €39M en ingresos por plusvalías generados en la operación ARTOS y €23,1M en gastos fundamentalmente debidos a indemnizaciones por reestructuración de plantillas. Los resultados no recurrentes se aplican a mejoras de eficiencia.
- En lo que se refiere a la **actividad recurrente** y comparando **trimestres estancos**, el **descenso en el ritmo de crecimiento de los ingresos** recurrentes (+7,9% en Q1; +7,2% en Q2 y +4,0% en Q3) en parte explicados por una comparativa más difícil, se compensa por un **crecimiento nulo de los costes en Q3**, traduciéndose en un ratio de conversión de ventas recurrentes a GOP del 100% en Q3 estanco.
- **Arrendamientos:** incremento como consecuencia de nuevas aperturas y el fin de algunas deducciones de renta que aplicaron en 2010.
- **Deuda Neta:** se reduce hasta €1.067,9M a 30 de septiembre de 2011 desde los €1.080,0M a 30 de junio, debido a una ligera mejora en la gestión del circulante. El efecto de la venta del Hotel Lotti se incluirá en el último trimestre del año, lo que contribuirá a reducir el ratio de apalancamiento sustancialmente.
- **Impairment:** el grupo aumenta la provisión a €8,1M, desde los €4,4M en el primer semestre del año, en referencia a algunos activo turísticos y residenciales del sur de España.
- **Variación del valor razonable de instrumentos financieros:** incluye en primer lugar el aumento de la provisión del Equity Swap (€3,4 millones) que cubre el Plan de Opciones aprobado en 2007 y que como consecuencia de la evolución negativa del precio de la acción desde el cierre de 2010, de €3,40 a €3,14, tiene signo negativo. 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:** incremento en el gasto financiero debido fundamentalmente al coste derivado de la exención en el cumplimiento de ratios financieros (waiver), el aumento de tipos de interés y el incremento en márgenes en la renovación de líneas de crédito.
- **Intereses Minoritarios:** muestra principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana. Cabe señalar la evolución de la unidad de negocio durante el año, haciendo disminuir por tanto dichas pérdidas en el mismo período del año anterior.
- La **estructura organizativa** se ha modificado **reforzando el área de ventas** y creando una dirección de Estrategia y Desarrollo Comercial, en las que se han incorporado nuevos miembros con una dilatada experiencia internacional en el sector hotelero.
- Como consecuencia del **plan de eficiencia**, **Sotogrande ha sufrido una reestructuración**, pasando a estar más integrado en el grupo y eliminando duplicidades en la gestión.

Actividad Inmobiliaria

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €11,60M; frente a los €9,56M alcanzados en el mismo periodo del año anterior.
 - En los nueve primeros meses del año se han escriturado un total de 2 viviendas por un importe de €0,67M frente a 6 viviendas en el mismo periodo del ejercicio 2010 por un total de €2,28M.
 - Hasta el 30 de septiembre de 2011 se han escriturado un total de 7 parcelas por un importe total de €2,57M. En el ejercicio 2010 no se produjeron ventas de parcelas.
- El EBITDA fue de €1,42M, comparados con los €-2,46M en el mismo periodo del año pasado. El mejor EBITDA del ejercicio 2011 corresponde fundamentalmente al margen aportado por la venta de parcelas y derechos de juego del Club de Golf La Reserva. El Resultado Neto de esta actividad es de €-4,76M, comparado con los €-11,00M del año anterior. La menor pérdida se debe a que a septiembre de 2010 la sociedad había dotado €-9,00M de provisión de depreciación de las existencias inmobiliarias, frente a €-5,10M dotados en 2011.
- A 30 de septiembre de 2011, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar, por importe de €6,67M, correspondiendo fundamentalmente al producto Ribera del Marlin pendiente de escriturar por parte de los compradores (€3,90M) y el resto a parcelas y atraques de la Marina (€2,77M).

Firmas y Aperturas

Desde el 1 de enero de 2011 hasta el 30 de septiembre 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 30 de septiembre de 2011

Ciudad	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Cádiz, España	Gestión	74	2011
Teruel, España	Gestión	56	2013
130			

Nuevas Incorporaciones

Durante los primeros nueve meses del año 2011 se han abierto 6 nuevos hoteles con 816 habitaciones y una extensión de un hotel existente de 124 habitaciones adicionales.

Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 30 de septiembre 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	124
NH Castellar	Cádiz, España	Gestión	74
NH Algeciras Suites	Algeciras, España	Gestión	73
NH Frankfurt Messe	Frankfurt, Alemania	Arrendamiento	65
Total Nuevas Aperturas			940

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, abrió 48 habitaciones más en enero y 76 habitaciones más en septiembre (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.

En el mes de mayo se ha abierto un segundo hotel en Algeciras y en el mes de junio se ha abierto un hotel en Frankfurt en régimen de arrendamiento con una renta variable.

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.

En Octubre 2011 NH Hoteles ha anunciado la venta del 67% restante del Hotel Lotti por 71 millones de euros. Con esta venta el importe total de las desinversiones materializadas por la Compañía desde el año 2009 ha alcanzado los 345 millones de euros, superando así en un 15% los objetivos inicialmente marcados de 300 millones de euros.

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

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
Hesperia Centurión	Cambrils, España	Gestión	211
Hesperia Chalet del Golf	Gerona, España	Gestión	33
NH Capo dei Greci	Sicilia, Italia	Gestión	200
NH Gottingen	Gottingen, Alemania	Renta	114
Total Salidas			558

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

Se ha cancelado un proyecto en arrendamiento en Roma de 182 habitaciones.

Desde el mes de agosto el hotel NH Gottingen, con EBITDA negativo, ha dejado de pertenecer al grupo NH.

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 55% mientras que la calificación global bajó ligeramente frente al periodo anterior.

	9M 2011	9M 2010
Encuestas Recibidas	164.616	106.011
Total puntuación NH Hoteles	8,1	8,2

Medidas Medioambientales

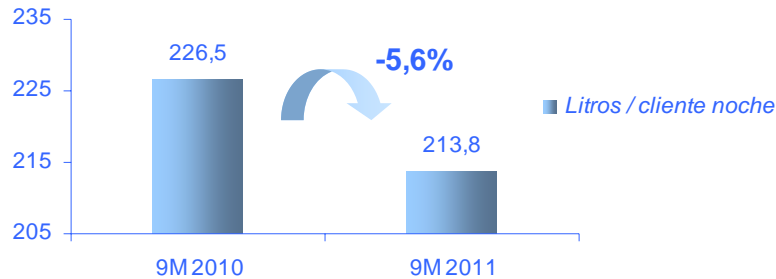
El Plan Estratégico Medioambiental de NH Hoteles lanzado en 2009 tiene como prioridades la eficiencia energética, el eco-diseño y la gestión de residuos, y llevará a la Compañía a **reducir un 20% sus emisiones de CO2, su producción de residuos y sus consumos de agua y energía.**

CONSUMOS Y EMISIONES*

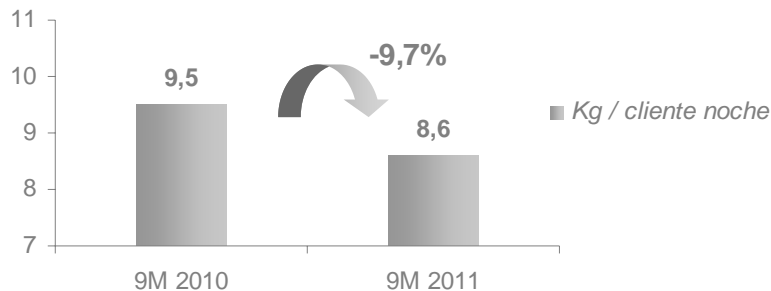
CONSUMO DE ENERGIA



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. El consumo de energía baja un 10% y el de agua un 5,6% respecto al 2010.

HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELEROS POR PAÍSES A 30 DE SEPTIEMBRE 2011

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	176	21.103	3	96	10.989	15	2.219	65	7.895	-	-
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	54	8.456	1	32	5.289	16	2.449	5	659	1	59
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	10.655	10	55	9.651	5	1.004	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.183	1	6	1.183	-	-	-	-	-	-
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. 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	1.048	-	-	-	-	-	3	1.048	-	-
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	-	-	-	-
HOTELES ABIERTOS		399	59.071	20	226	32.592	84	13.888	88	12.532	1	59

PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 30 DE SEPTIEMBRE 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	9	774	-	5	432	-	-	4	342
B.U. ITALIA	ITALIA	5	760	-	3	515	-	-	2	245
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRÍA	3	244	-	2	192	-	-	1	52
B.U. EUROPA CENTRAL	REPÚBLICA CHECA	1	236	-	1	236	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	-	167	-	-	-	-	-	-	167
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
PROYECTOS FIRMADOS		20	2.601	-	11	1.375	2	320	7	906

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

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