

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

El Consejo de Administración en su reunión celebrada en el día de hoy ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del primer trimestre del año 2013, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Asimismo se ha acordado aceptar la dimisión de Corporación Financiera Caja de Madrid, S.A., cuya persona física representante es D. Fernando Sobrini, habiendo designado nuevo Consejero dominical, representando al grupo HNA, a D. Charles Bromwell Mobus.

El Consejo de Administración ha decidido asimismo designar a D. Xianyi Mu nuevo miembro de la Comisión Delegada, de la Comisión de Auditoría y Control, así como de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

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 26 de Abril de 2013

Pedro Ferreras Díez
Secretario del Consejo de Administración

NH HOTELES CONCLUYE CON ÉXITO LA ENTRADA EN EL ACCIONARIADO DEL GRUPO CHINO HNA Y DISEÑA SU PLAN ESTRATÉGICO A CINCO AÑOS

- **En 17 de abril ha concluido satisfactoriamente el aumento de capital de la Sociedad aprobado en Consejo de Administración, incorporándose HNA al capital social de NH Hoteles con una participación resultante del 20%, tras un desembolso de €234M**
- **Este acuerdo y la continuidad en el proceso de venta de activos permiten a la Compañía dotarse de recursos para atender sus compromisos, a fin de restablecer definitivamente el equilibrio financiero del Grupo**
- **NH Hoteles desarrolla un plan estratégico a cinco años para maximizar los recursos del Grupo mediante la puesta en valor de sus actuales fortalezas y la redefinición de la experiencia de sus productos y servicios orientados al consumidor**
- **Se incrementa la ocupación en el primer trimestre del ejercicio, si bien es cierto que las ventas se reducen, afectadas por el entorno macroeconómico particularmente desfavorable y el efecto negativo del distinto calendario festivo de este período frente al mismo del año anterior**

Madrid, 26 de abril de 2013. La pasada semana NH Hoteles ha concluido con éxito el aumento de capital de la Sociedad aprobado por el Consejo de Administración en su reunión de 27 de febrero de 2013, incorporándose el grupo empresarial chino HNA al capital social de la Sociedad con una participación del 20% tras el aumento.

El aumento de capital ha quedado íntegramente suscrito y desembolsado mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 61.654.358 acciones ordinarias, por un valor nominal de €2 por acción más una prima de emisión de €1,80 por acción, habiendo supuesto un desembolso total de más de €234M Euros.

Como consecuencia, se han hecho efectivos los nombramientos de D. Xianyi Mu, D. Daoqi Liu y D. Charles Mobes como nuevos consejeros dominicales de la Sociedad en representación del grupo HNA.

Además de la entrada en el accionariado del Grupo, el acuerdo estratégico contempla a su vez que NH Hoteles se beneficie de la capacidad de generar tráfico de pasajeros chinos de HNA hacia destinos donde opera la Compañía, deja abierta la posibilidad de gestionar hoteles del Grupo chino dentro y fuera del país asiático y facilita que la marca NH entre en China. La Compañía incluirá estos proyectos al plan de negocio que desarrolla actualmente y que prevé ultimar en los próximos meses.

Por otro lado, recientemente NH Hoteles ha anunciado que la propuesta de modificación del contrato de financiación del crédito sindicado solicitado por la Compañía a las entidades acreditantes ha sido respaldado por las 31 entidades participantes menos una, no llegándose de esta manera a formalizar el acuerdo. Como consecuencia, NH Hoteles da continuidad a su anunciado proceso de venta de activos y al estudio de nuevas operaciones de capitalización y financiación.

Construyendo el nuevo NH

El Grupo está inmerso en la definición de un plan de negocio a cinco años cuyo objetivo es convertir a NH Hoteles en la mejor opción para los consumidores a través de la puesta en valor de sus fortalezas y la redefinición de la experiencia NH. La hoja de ruta que marcará el camino para maximizar los recursos de la Compañía y lograr sus nuevos retos pasa por rediseñar la marca NH y su cartera de hoteles definiendo sus atributos y construyendo una segmentación clara del producto; reinventar la experiencia del cliente en base a cuatro valores: confianza, comodidad, capacidad de sorprender y cuidado; ofrecer soluciones para todo tipo de consumidores; impulsar los canales de venta online; implementar un plan de sistemas para ser más competitivo en la gestión del negocio; revisar el portfolio adecuándolo a las necesidades actuales y futuras; y por último, especificar dónde quiere estar la Compañía y como.

Evolución de resultados en el primer trimestre

El entorno macroeconómico particularmente desfavorable y el efecto negativo del distinto calendario festivo de este período frente al mismo del año anterior han afectado a la evolución de los resultados del Grupo, que obtuvo unos ingresos recurrentes de €273,6M en los tres primeros meses del año.

La actividad hotelera de la Compañía ha logrado registrar un significativo aumento de la ocupación del 4,4%, si bien es cierto que la salida del perímetro de consolidación de hoteles que dejaron de pertenecer al Grupo el año anterior y el distinto calendario de celebración de la Semana Santa de este año frente al año anterior, que se celebró en abril en vez de marzo, tuvieron un impacto directo en las ventas hoteleras que se reducen un 3,4%, especialmente afectadas por la menor contratación en los segmentos de congresos, convenciones y restauración.

En el primer trimestre del año se identificaron dos comportamientos diferenciados en términos de RevPar (ratio hotelero que mide los ingresos por habitación disponible). Por un lado, las unidades de negocio de Europa Central e Italia tuvieron un comportamiento más positivo, mientras que el resto de mercados mostró una evolución menos favorable.

Cabe resaltar que la unidad de negocio de Europa Central sigue dando signos de solidez, mientras que América refleja un deterioro de los resultados, motivado fundamentalmente por la depreciación del peso argentino. Por su parte, Benelux y España experimentaron caídas de los ingresos como consecuencia de significativos descensos en los precios medios. Italia, a pesar de la ligera caída en sus ventas, refleja considerables mejoras de su eficiencia con positivos resultados operativos.

Los esfuerzos para optimizar la compañía permitieron un crecimiento de los gastos de solo un 1,3% a pesar del incremento del porcentaje de ocupación. Así mismo, como ya anunció la Compañía, se ha enfocado tanto en los gastos de personal de España e Italia, con un coste sobre las ventas superior al resto de las unidades de negocio, como en los contratos de renta de estas mismas unidades de negocio, habiendo conseguido importantes reducciones en ambas partidas.

Resultados - Principales cifras del Grupo NH Hoteles a 31 de marzo de 2012:

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG			
(millones de €)	3 M 2013	3M 2012	2013/2012
Ingresos de la Actividad Hotelera	271.5	281.2	(3.4%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2.1	3.3	(37.7%)
TOTAL INGRESOS	273.6	284.5	(3.8%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	62.1	75.7	(17.9%)
EBITDA	(7.7)	3.5	(320.3%)
EBIT	(31.7)	(24.1)	(31.6%)
RESULTADO NETO recurrente	(39.0)	(26.6)	(46.2%)
EBITDA no recurrente	(1.6)	(3.5)	55.8%
Otros elementos no recurrentes	(1.1)	(1.9)	43.0%
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(41.6)	(32.0)	(29.8%)

Sobre NH Hoteles

NH Hoteles www.nh-hotels.com ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles opera cerca de 400 hoteles con casi 60.000 habitaciones en Europa, América y África y en destinos tales como Berlín, Madrid, Amsterdam, París, Londres, Roma, Bogotá, México DF o NY. NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid.

Departamento de Comunicación de NH Hoteles

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: comunicación@nh-hotels.com

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



Central de Reservas

Tel: 902 115 116 (Desde España)

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

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

Web: www.nh-hotels.com

Social media

Facebook | Twitter | Blog | Instagram



- En 17 de abril ha quedado ejecutado y cerrado el aumento de capital de la Sociedad aprobado por el Consejo de Administración en su reunión de 27 de febrero de 2013, **incorporándose Tangla Spain, S.L., perteneciente al grupo empresarial chino HNA, al capital social de la Sociedad con una participación del 20% del capital social tras el aumento.**
- El aumento de capital ha quedado íntegramente suscrito y desembolsado por su importe nominal de 123.308.716 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de un total de 61.654.358 acciones ordinarias, por su valor nominal de 2 euros por acción más una prima de emisión de 1,80 euros por acción, habiendo supuesto un **desembolso total de 234.286.560,40 Euros.**
- La **modificación del contrato de financiación** sindicada de fecha 29 de marzo de 2012 solicitada por NH Hoteles a las entidades acreditantes, **no ha obtenido la unanimidad requerida, al no haber prestado su consentimiento** a los términos aceptados por treinta entidades, acreedoras del 96'871% de la financiación, **una única entidad que, con una participación del 3'129%, ha exigido condiciones adicionales que comprometerían seriamente la viabilidad del plan de negocio de NH Hoteles.** En consecuencia, no será posible llevar a cabo las operaciones con el fondo americano HPT en los términos originalmente previstos. NH Hoteles atenderá el pago de sus obligaciones con los acreedores financieros de acuerdo con el calendario original del contrato de financiación sindicada, contando para ello con la inversión de capital desembolsada la semana pasada por el grupo HNA por importe de €234 millones, con la continuación del proceso de venta de activos y con nuevas operaciones de capitalización y financiación, confiando en restablecer definitivamente su equilibrio financiero y la rentabilidad del grupo a resultas de esas operaciones.

Hechos Significativos

- Se ha logrado **incrementar la ocupación respecto al primer trimestre del 2012 (+3,52% LFL)**, sin embargo **las ventas se reducen un -3,8%** como consecuencia de la **ralentización de las ventas en el negocio MICE y de restauración** (con una reducción del **-5,3%**) y de la caída de los **precios medios (-4,83% LFL)**. El **EBITDA recurrente** se reduce hasta **(€-7,7M)** y el **resultado neto consolidado** del grupo se reduce hasta **(€-41,6M)**, un 30% inferior al año anterior. Sin embargo recordamos que los resultados en este trimestre están influidos por el efecto negativo de la semana santa (el año anterior se celebró en el mes de abril) y porque el mes de febrero ha tenido un día laborable menos que el año anterior.
- La compañía **continúa logrando mantener estables los gastos de arrendamiento** para el año 2013, compensando incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC.
- **Despido colectivo Italia y España:** Se ha iniciado un proceso de despido colectivo con el objetivo de llevar a cabo un cambio en el modelo organizativo y productivo de la Compañía, con la correspondiente mejora en la eficiencia. En Italia, el proceso se inició a final del año anterior y las medidas puestas en marcha supondrán un ahorro, en términos anuales, de €7,5M. En España, el proceso se ha iniciado en marzo de este año y las medidas que se pondrán en marcha en las próximas semanas supondrán un ahorro, en términos anuales, de una cantidad cercana a los 8 millones de euros.

2013

- **Perspectivas 2013:** La compañía ya anticipaba un primer trimestre débil y los resultados están en línea con el presupuesto, por lo tanto se mantienen las previsiones anunciadas en la última nota de resultados: ligero incremento de las ventas para el conjunto del año respecto al año anterior y mejoras del EBITDA recurrente respecto al año anterior entre un +5% y +10%.

- **Iniciativas Estratégicas y Operativas:** la compañía concluirá próximamente un Plan de Negocio a 5 años. Los aspectos fundamentales de este plan incluyen el rediseño de la marca NH, la segmentación del portfolio y reinventar la "experiencia NH". Además, los nuevos planes de ventas, marketing y comunicación están ya en marcha: se potenciarán los canales directos de ventas online, y se dará un nuevo enfoque a la comunicación con los clientes, todo ello acompañado de un nuevo modelo organizativo en la compañía que ya ha comenzado.
- **Venta de activos:** No hay ninguna novedad relevante respecto a la publicación de la nota de resultados de doce meses. La compañía tiene abiertos varios procesos que se encuentran en distinto grado de avance. La compañía espera concretar estas operaciones antes del verano.

Evolución del RevPar

El deterioro macroeconómico continúa lastrando la recuperación del sector, tanto en la parte de negocio de empresas y eventos como en la de ocio, aunque fundamentalmente en el segmento MICE.

- En el primer trimestre del año 2013 el RevPar LFL decreció un (-1,48%) respecto al año anterior, como consecuencia de la combinación del descenso de los precios medios (-4,83%) y del crecimiento de la ocupación (+3,52%). Todas las unidades de negocio, excepto Mercosur, presentan un comportamiento positivo en ocupación, por el contrario todas las unidades de negocio han tenido un comportamiento negativo en los precios.
- En el primer trimestre del año se identifican dos comportamientos diferenciados: por un lado las unidades de negocio de Europa Central e Italia con comportamiento positivo y por otro lado las unidades de negocio de España, Benelux y Latinoamérica con comportamiento negativo.

B.U. España

- El RevPar acumulado a 3 meses LFL ha decrecido un (-4,71%), como consecuencia de la combinación de descensos en los precios medios (-6,59%) e incrementos en los niveles de ocupación (+2,02%). La ciudad de Barcelona se está comportando mejor que el resto de las ciudades, manteniendo el RevPar en los niveles del año anterior. En el segundo trimestre prevemos que la tendencia continúe con demanda corporativa doméstica débil y reducción de los precios, con un impacto negativo en Madrid y destinos secundarios, mientras que esperamos comportamiento similar al del 2012 en Barcelona.

B.U. Italia

- El dato a 3 meses de RevPar LFL muestra un ligero incremento respecto al año anterior (+0,69%), explicado por el fuerte incremento del nivel de ocupación (+6,41%) y por una reducción de los precios medios (-5,37%), siendo el segmento más afectado el de negocios. Desde finales del mes de febrero la ciudad de Roma se ha visto positivamente influenciada por la elección del nuevo Papa tanto en ocupación como en precios. En el segundo trimestre la tendencia se prevé ligeramente inferior a la del primer trimestre.

B.U. Benelux

- Acumulado a 3 meses esta unidad de negocio presenta una reducción del RevPar LFL de (-4,82%), con niveles de ocupación por encima del año anterior (+2,78%) pero con una fuerte caída de los precios medios del (-7,39%). La evolución negativa de esta unidad de negocio está en línea con la producida por el resto del mercado. Para el segundo trimestre del año se espera que continúe la tendencia negativa.

B.U. Europa Central

- Esta unidad de negocio ha seguido mostrando un comportamiento muy positivo, logrando alcanzar en el primer trimestre el mayor crecimiento del grupo, con un incremento del RevPar LFL de (+4,81%), motivado principalmente por un fuerte crecimiento en la ocupación (+5,99%) y un ligero descenso en los precios del (-1,12%). En general, todas las ciudades alemanas han tenido aumento de la ocupación, siendo destacable el incremento del RevPar en las ciudades de Múnich y Frankfurt, superiores al 13%. Sin embargo, Suiza ha tenido descenso del RevPar respecto al año anterior, por la caída de los precios (con un franco suizo encarecido) no compensada por el aumento en los niveles de ocupación. Se espera que la tendencia positiva de esta unidad de negocio continúe en el segundo trimestre del 2013.

B.U. Las Américas

- Acumulado a 3 meses presenta la mayor caída del grupo. El RevPar LFL ha decrecido un (-12,30%), con caídas en el nivel de ocupación (-4,31%) y fuerte descenso de los precios medios (-8,35%), muy lastrados por la desfavorable evolución del tipo de cambio. Con tipos de cambios constantes la reducción de los precios medios habría sido del (-3,78%) y la reducción del RevPar del (-7,93%). Latinoamérica presenta comportamientos muy diferentes en sus mercados principales. México destaca positivamente con incrementos de RevPar superiores al 6%, impulsado por un fuerte crecimiento en la ocupación en los hoteles. Argentina, sin embargo, muestra un comportamiento muy débil, tanto en precios como en ocupación, habiéndose reducido la demanda de sus dos principales mercados emisores (Brasil y España). Las expectativas para el segundo trimestre del año son negativas para Argentina y de sostenimiento de la buena marcha del negocio en México.

NH HOTELES REVPAR 3 MESES 2013

	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2.013	2.012	2.013	2.012	% Var	2.013	2.012	% Var	2.013	2.012	% Var
España y Portugal "Like for like"	12.379	12.380	56,37%	55,25%	2,02%	64,29	68,83	-6,59%	36,24	38,03	-4,71%
B.U. ESPAÑA	13.110	13.507	55,32%	53,76%	2,90%	64,07	68,03	-5,82%	35,45	36,57	-3,08%
Italia "Like for like"	6.603	6.558	54,86%	51,55%	6,41%	83,94	88,71	-5,37%	46,05	45,73	0,69%
B.U. ITALIA	7.575	7.519	53,01%	49,15%	7,84%	87,23	90,74	-3,87%	46,24	44,60	3,66%
Benelux "Like for like"	8.896	8.896	56,26%	54,74%	2,78%	84,86	91,63	-7,39%	47,74	50,16	-4,82%
B.U. BENELUX	8.896	8.896	56,26%	54,87%	2,53%	84,86	91,57	-7,33%	47,74	50,24	-4,99%
Europa Central "like for like"	12.627	12.628	63,20%	59,63%	5,99%	77,66	78,54	-1,12%	49,08	46,83	4,81%
B.U. EUROPA CENTRAL	12.627	12.843	63,20%	59,16%	6,83%	77,66	78,16	-0,65%	49,08	46,24	6,14%
TOTAL EUROPA "LIKE FOR LIKE"	40.505	40.462	58,23%	55,90%	4,15%	76,20	79,94	-4,68%	44,37	44,69	-0,72%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	42.208	42.765	57,46%	54,80%	4,85%	76,67	79,80	-3,92%	44,05	43,73	0,73%
Latinoamerica "Like for like"	3.151	3.151	55,37%	57,86%	-4,31%	63,94	69,76	-8,35%	35,40	40,36	-12,30%
LATINOAMERICA CONSOLIDADO	3.288	3.288	55,81%	56,52%	-1,26%	64,68	70,40	-8,12%	36,10	39,79	-9,28%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	43.656	43.613	58,02%	56,05%	3,52%	75,35	79,18	-4,83%	43,72	44,38	-1,48%
TOTAL CONSOLIDADO	45.496	46.053	57,34%	54,93%	4,40%	75,82	79,11	-4,15%	43,48	43,45	0,06%

Resultados Recurrentes

Los ingresos se reducen en el primer trimestre del 2013 €-10,91M (-3,8%) como consecuencia de:

- Caída de la actividad hotelera en un -3,4% (€-9,65), como consecuencia de la salida del perímetro de consolidación de hoteles que dejan de pertenecer al Grupo el año anterior (cierres más significativos: NH Condor (1 abril), NH Mercader (16 de abril) y NH Trier (2 de julio), así como el hotel NH Villa de Coslada que con efectos 1 de enero 2013 pasa a ser un contrato de franquicia) que representan un 13% de la caída de las ventas (€-1,2M), de la caída de la venta de F&B (-5,3%) y por el descenso del RevPar.
- Es importante considerar el efecto negativo de la Semana Santa en los ingresos hasta marzo 2013 comparados con el año anterior (la Semana Santa en 2012 se celebró en el mes de abril) así como que el mes de febrero de este año ha tenido un día menos laborable que el año anterior.
- Disminución de los ingresos de la actividad inmobiliaria un -38% (€-1,26M). Ver explicación de la Actividad inmobiliaria más adelante.

El deterioro en la venta de F&B tiene sin embargo un menor margen que la venta de habitaciones, por lo que el impacto en GOP es menor. España, Italia y Europa Central han sufrido una reducción más intensa en estos negocios, con caídas superiores al 6% mientras que Benelux registra ventas ligeramente inferiores al año anterior. Latinoamérica destaca positivamente, con incremento en Restauración de +4,1%, a pesar del decremento en la venta de habitaciones.

En cuanto a los gastos operativos, los esfuerzos por dotar de una mayor eficiencia a la compañía, permitieron un crecimiento de los mismos en solo un +1,3% en términos absolutos a pesar del incremento del porcentaje de ocupación (+3,52% en términos LFL) pasando de un porcentaje de ocupación del 56,05% en 2012 al 58,02% en 2013, además del efecto de la absorción de la inflación.

- Los gastos de personal, gracias a los planes de contención lanzados durante 2012, se reducen un -0,5% a pesar de tener niveles de actividad superiores al año anterior, de haber reforzado los equipos comerciales y del efecto de la inflación.
- Los otros gastos directos de gestión aumentan un +4,3% como consecuencia del incremento del gasto por comisiones (debido al incremento de las ventas intermediadas), de los aumentos de los gastos extraordinarios de sistemas (en línea con el nuevo plan de sistemas que se está realizando en la compañía) y del aumento de los gastos de energía.
- Los costes de la actividad inmobiliaria se reducen un 98,9% por el cambio de normativa explicado en el primer párrafo del apartado de la actividad inmobiliaria.

Tal y como se anunció en la última publicación, el grupo está centrando su atención tanto en los gastos de personal de España e Italia (con un coste de personal sobre las ventas superior al resto de las unidades de negocio) como en las rentas de estas mismas unidades de negocio, habiendo conseguido importantes reducciones en ambas partidas.

Por mercados (actividad hotelera LFL):

- **Europa Central** es la única unidad de negocio que consigue un ligero incremento de las ventas respecto al año pasado (+0,5%), sin embargo no ha conseguido reducir sus gastos operativos (+8,7%), como consecuencia del incremento del gasto de personal (motivado por la nueva oficina de reservas de grupos que se instaló el año pasado en Berlín en el mes de octubre), por el aumento del gasto de energía (por haber sido un invierno especialmente frío, con una temperatura media muy inferior al año

pasado) y por el aumento de las comisiones. Por lo tanto presenta peores resultados, tanto a nivel de GOP como de EBITDA, respecto al año anterior.

- **Las Américas** es la unidad de negocio que presenta un deterioro mayor de los ingresos (-8,8%), debido fundamentalmente a la depreciación del peso argentino (la depreciación del peso argentino respecto al año anterior ha sido de un 13%). La espiral inflacionista en Argentina sigue incrementando los costes (+0,7%) a pesar del descenso de los ingresos, lo que ha llevado a un descenso tanto del GOP como del EBITDA.
- **Benelux** experimentó una caída en ventas a 3 meses de (-4,7%) debido fundamentalmente al descenso de los precios medios. Los gastos operativos aumentan un (+5,5%) produciendo un deterioro de los resultados, como consecuencia del incremento del gasto de personal por el incremento de los cargas sociales y aumento del número de FTE, por la degradación de ciertos créditos comerciales y su necesaria provisión, por el aumento del gasto de reparaciones por normativa legal así como por el aumento de los gastos de sistemas y comisiones. Es la unidad de negocio que aporta más EBITDA al grupo por el componente de propiedad.
- **España** es la unidad de negocio que presenta la segunda mayor caída de ingresos (-7,0%). La evolución del mercado español aglutina la mayor parte de la caída en ingresos del grupo. A pesar de la reducción de los gastos operativos (-1,2%), principalmente vía reducción de los gastos de personal (-4,1%) y de la reducción de los gastos de arrendamiento (-11,9%), la fuerte caída de los ingresos hace que la unidad de negocio no consiga obtener EBITDA positivo.
- En **Italia** a pesar de tener una caída de los ingresos del (-2,2%), es la única unidad de negocio que consigue aumentar el GOP frente al año pasado (+21,2%) así como el EBITDA (+100,9%). Resaltamos la mejora de eficiencia de la unidad de negocio, que presenta una reducción de sus gastos operativos del (-7,7%), destacando la reducción de los gastos de personal en un (-14,1%). También ha conseguido reducir los gastos de arrendamiento un (-5,1%).

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2013 VS 2012			
<i>(€ millones)</i>	2013	2012	%DIF
	3 meses	3 meses	
ESPAÑA	63,87	68,71	(7,0%)
ITALIA	39,77	40,68	(2,2%)
BENELUX	63,33	66,45	(4,7%)
EUROPA CENTRAL	80,76	80,38	0,5%
AMERICA	14,93	16,37	(8,8%)
INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	262,65	272,58	(3,6%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	8,84	8,58	3,0%
INGRESOS	271,49	281,16	(3,4%)
ESPAÑA	51,86	52,49	(1,2%)
ITALIA	30,50	33,03	(7,7%)
BENELUX	49,27	46,70	5,5%
EUROPA CENTRAL	56,97	52,40	8,7%
AMERICA	11,47	11,40	0,7%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	200,08	196,02	2,1%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	8,93	9,32	(4,1%)
GASTOS OPERATIVOS	209,01	205,34	1,8%
ESPAÑA	12,01	16,22	(25,9%)
ITALIA	9,26	7,64	21,2%
BENELUX	14,06	19,75	(28,8%)
EUROPA CENTRAL	23,79	27,99	(15,0%)
AMERICA	3,46	4,97	(30,4%)
GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"	62,58	76,57	(18,3%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	(0,10)	(0,75)	86,7%
GOP	62,48	75,82	(17,6%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"	66,89	69,06	(3,1%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	2,77	2,90	(4,5%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD	69,66	71,96	(3,2%)
ESPAÑA	(7,15)	(5,54)	(29,2%)
ITALIA	0,02	(2,09)	100,9%
BENELUX	2,53	8,91	(71,6%)
EUROPA CENTRAL	(1,84)	2,43	(175,9%)
AMERICA	2,14	3,80	(43,8%)
EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"	(4,31)	7,51	(157,4%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	(2,87)	(3,65)	21,3%
EBITDA	(7,18)	3,86	(286,0%)

Cuenta de Pérdidas y Ganancias

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG			
<i>(millones de €)</i>	3 M 2013	3M 2012	2013/2012
Ingresos de la Actividad Hotelera	271,5	281,2	(3,4%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2,1	3,3	(37,7%)
TOTAL INGRESOS	273,6	284,5	(3,8%)
Coste de Ventas Inmobiliaria	(0,0)	(0,9)	(98,9%)
Coste de Personal	(113,1)	(113,7)	(0,5%)
Gastos Directos de Gestión	(98,3)	(94,2)	4,3%
BENEFICIO DE GESTIÓN	62,1	75,7	(17,9%)
Reversion Provisión Contratos Onerosos	3,1	0,2	1381,0%
Arrendamientos y Contribución Urb.	(72,9)	(72,4)	0,7%
EBITDA	(7,7)	3,5	(320,3%)
Amortizaciones	(24,0)	(27,6)	(13,0%)
EBIT	(31,7)	(24,1)	(31,6%)
Gastos Financieros	(17,2)	(12,8)	34,9%
Resultados Puesta en Equivalencia	(0,9)	0,1	(1666,7%)
EBT	(49,9)	(36,8)	(35,5%)
Impuesto sobre Sociedades	6,3	5,1	23,2%
Resultado antes de Minoritarios	(43,5)	(31,7)	(37,5%)
Intereses Minoritarios	4,6	5,0	(8,8%)
RESULTADO NETO recurrente	(39,0)	(26,6)	(46,2%)

EBITDA no recurrente	(1,6)	(3,5)	55,8%
Otros elementos no recurrentes	(1,1)	(1,9)	43,0%
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(41,6)	(32,0)	(29,8%)

Evolución financiera y otros hechos relevantes

- **Arrendamientos:** La compañía ha logrado mantener los gastos de arrendamiento en el primer trimestre 2013 en niveles semejantes al año anterior (aumento del +0,7%), compensando incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC. En el primer trimestre del año se han realizado 36 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento con EBITDA negativo, logrando asimismo la cancelación de 3 contratos de arrendamiento. En el año 2013 se prevén reducciones de rentas adicionales a las ya obtenidas.
- **Amortizaciones:** El gasto por amortizaciones se ha reducido un (-13%) como consecuencia de la provisión de impairment registrada en el año 2012.
- **Deuda Neta y Gastos Financieros:** La Deuda Financiera Neta se mantiene en los mismos niveles que a final del año pasado alcanzando los €990,6 millones a 31 de marzo de 2013. El incremento del gasto

financiero responde a los términos de la nueva financiación, tanto del crédito sindicado a partir de abril 2012 como de la correspondiente a NH Italia acordada en julio 2012, con incremento en márgenes, sólo parcialmente compensados por la bajada del Euribor, lo que implica un mayor coste de la deuda.

- **Intereses Minoritarios:** muestran principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana.

EBITDA no recurrente

En el primer trimestre del año 2012, a nivel de EBITDA €-3,5M, se incluían gastos no recurrentes que incorporaban mayoritariamente indemnizaciones por reestructuración de plantillas

En el año 2013 se incluye a nivel de EBITDA €-1,6M de gastos que al igual que el año anterior incorporan mayoritariamente indemnizaciones por reestructuración de plantillas.

Otros elementos no recurrentes

- **Impairment:** En el primer trimestre del año 2012 se registró una provisión de impairment por €4,5 millones. Este año tras la elevada provisión registrada en el año 2012 no ha sido necesario dotar ningún importe adicional.
- **Variación valor razonable en instrumentos financieros:** incluye el aumento de provisión (€-1,61 millones) en referencia al Equity Swap que cubre el Plan de Opciones aprobado en 2007 y que como consecuencia de la bajada del precio de la acción desde el cierre de 2012 (de €2,61 a €2,46) tiene signo negativo. Dicha provisión es reversible, en la medida que se recupere el precio de la acción hasta el momento del vencimiento final del plan en el segundo semestre del 2013 y no representa, hasta dicho momento, salida de caja.

Actividad Inmobiliaria

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

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €2,07M frente a los €3,34M alcanzados en el mismo periodo del año anterior. En el primer trimestre de 2013 se han escriturado 2 apartamentos de Residencial Marlin por importe de €0,46M*, frente a un total de 4 viviendas por un importe de €1,07M en el mismo periodo del ejercicio 2012.

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

- El EBITDA fue de €-0,51M, comparados con los €-0,36M en el mismo periodo del año pasado. El peor EBITDA del ejercicio 2013 corresponde fundamentalmente al descenso en las ventas contables de apartamentos (por el motivo explicado en el apartado anterior) así como la finalización de la actividad de servicios de asesoramiento de construcción de campos de golf, Sotogrande Golf Services. Si en el resultado del año anterior hacemos un restatement aplicando la misma normativa, el EBITDA habría sido de €-0,41M. El Resultado Neto es de €-1,52M, comparado con los €-2,63M del año anterior. El resultado neto de la sociedad ha mejorado porque a marzo de 2012 la sociedad había dotado una provisión por depreciación de existencias por €-1,5M y había incurrido en un gasto de indemnizaciones por despidos de €-0,56M. Además,

a marzo de 2013 la Sociedad ha tenido una perdida procedente de las entidades valoradas por el método de la participación de €-0,52M.

- A 31 de Marzo de 2013, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar, por importe de €2,68M, correspondientes al producto Ribera del Marlin pendiente de escriturar por parte de los compradores (€2,13M), atraques de La Marina (€0,34M) y una parcela (€0,21M).

Firmas y Aperturas

Desde el 1 de enero de 2013 hasta el 31 de marzo de 2013, NH Hoteles no ha firmado ningún nuevo contrato.

Nuevas Incorporaciones

Durante los primeros tres meses del año 2013 el hotel Hesperia WTC Valencia de Venezuela ha ampliado su número de habitaciones en 18, hasta alcanzar las 294 habitaciones.

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

Hoteles	Ciudad	Contrato	# Habitaciones
Ext Hesperia WTC Valencia	Valencia, Venezuela	Gestión	18
Total Nuevas Aperturas			18

Gestión de Activos

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

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
NH Abashiri	Valencia, España	Renta	168
NH Girona	Gerona, España	Renta	115
Hesperia Park Hotel Troya	Tenerife, España	Gestion	318
Total Salidas			601

En febrero se ha firmado la cancelación del contrato de arrendamiento del hotel NH Abashiri, de Valencia, España, que tenía resultado negativo.

En marzo se ha firmado la cancelación del contrato de arrendamiento del hotel NH Girona, de España, que tenía resultado negativo.

El 1 de marzo el hotel NH Califa de Córdoba, España, con 65 habitaciones, pasa de ser un contrato en arrendamiento a un contrato en franquicia.

El Hotel Hesperia Park Hotel Troya, de Adeje, Tenerife, deja de ser gestionado por el grupo.

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

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPANA	ESPANA	168	20.076	3	90	10.364	16	2.428	55	6.790	7	494
B.U. ESPANA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPANA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	52	8.239	1	32	5.300	15	2.280	5	659	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.509	4	16	2.441	18	3.988	1	80	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	10	1.550	-	2	434	8	1.116	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	3	556	-	2	397	-	-	1	159	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	2	321	-	1	121	-	-	1	200	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	2	242	-	1	198	1	44	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	59	10.438	10	54	9.438	5	1.000	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.183	1	6	1.183	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	SUIZA	4	521	-	3	399	1	122	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	2	579	-	-	-	-	-	2	579	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	RUMANIA	2	161	-	1	83	-	-	1	78	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	1	160	-	1	160	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ESLOVAQUIA	1	117	-	-	-	-	-	1	117	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	POLONIA	1	93	-	-	-	-	-	-	-	1	93
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	13	2.040	-	5	689	4	681	4	670	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	13	2.049	-	-	-	11	1.524	2	525	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	3	1.261	-	-	-	-	-	3	1.261	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	3	1.165	-	-	-	-	-	3	1.165	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	1	137	-	-	-	1	137	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	122	-	-	-	1	122	-	-	-	-
HOTELES ABIERTOS		388	58.270	20	217	31.520	83	13.820	80	12.343	8	587

PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE MARZO 2013

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

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO		PROPIEDAD		GESTIÓN		
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	7	564	-	3	222	-	-	4	342
B.U. ITALIA	ITALIA	6	919	-	3	515	-	-	3	404
B.U. BENELUX, UK, AF, F	PAISES BAJOS	1	278	-	-	-	-	-	1	278
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	2	145	-	1	93	-	-	1	52
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	1	236	-	1	236	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	-	29	-	-	-	-	-	-	29
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	1	200	-	-	-	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	1	187	-	-	-	-	-	1	187
PROYECTOS FIRMADOS		20	2.630	-	8	1.066	1	200	11	1.364

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

	2013	2014	2015
Inversión esperada (€ millones)	3,4	5,7	1,8