

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. comunica el siguiente

HECHO RELEVANTE

En sesión del Consejo de Administración celebrada en el día de hoy, se ha formulado la Información Pública Periódica correspondiente al primer trimestre del año 2010, habiendo enviado dicha información a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Se acompaña nota de prensa y nota para analistas elaborada al respecto por la Sociedad en la que también se ofrece información sobre las ventas de la Compañía acumuladas a 30 de abril de 2010.

En Madrid, a 10 de mayo de 2010

Leopoldo González-Echenique Castellanos de Ubao
Secretario General

PRIMEROS SINTOMAS DE RECUPERACIÓN DE NH HOTELES

- **Los ingresos por habitación disponible (RevPar) comparables crecieron el 1,1% en el primer trimestre y un 4,9% en el acumulado a abril**
- **Fuerte incremento de la ocupación, un 10,9%, con aumentos en todos los mercados donde la Compañía opera**
- **Los gastos de explotación se mantienen constantes, absorbiendo el incremento de la actividad**
- **La venta de activos genera una plusvalía de €15,5M, que se compensa con una pérdida de €12,6M en la conversión de moneda**
- **NH Hoteles reduce sus pérdidas netas un 20% en el primer trimestre de 2010, un 31% antes de impuestos y minoritarios**

Madrid, 10 de mayo de 2010.- El entorno negativo que el sector sufrió en el ejercicio 2009 presentó un avance positivo en los primeros meses de 2010. Así, los ingresos de la actividad hotelera crecieron un 1,3%, como consecuencia de un aumento de la ocupación en todos los mercados donde opera la Compañía. El incremento de los niveles de ocupación, del 10,9% en hoteles comparables, permitió que el RevPar (ratio que mide los ingresos por habitación disponible) tuviera un crecimiento del 1,1%. A 30 de abril, una vez incluido el efecto del calendario de la Semana Santa, se puede comprobar una mejora notablemente más favorable, con un incremento del RevPar comparable del 4,9%.

Entre las iniciativas del plan de racionalización y desinversión de activos que la Compañía puso en marcha el pasado año destaca la venta de cuatro activos durante los primeros meses de 2010. Estas ventas suponen una entrada de caja para el Grupo de €17M.

Por un lado en febrero de este año, NH Hoteles ha alcanzó un acuerdo para la venta de 3 hoteles propiedad de NH que estaban siendo operados bajo contratos de franquicia con la marca Hilton. Los establecimientos objeto de la venta fueron el hotel Hilton Guadalajara de 450 habitaciones, el Hilton Garden Inn Monterrey de 150 habitaciones y el Hilton Garden Inn Ciudad Juarez de 120 habitaciones. Esta operación ha generado una plusvalía de €15,5M en la cuenta de resultados de NH Hoteles del primer trimestre, que se compensa con una pérdida de €12,6M debido a las diferencias por la conversión de moneda.

Adicionalmente a la venta de la cartera de hoteles mexicanos, NH Hoteles anunció a finales de abril el acuerdo de venta del hotel St Ermin's en Londres por €75M.

Por otro lado, NH Hoteles ha cancelado los contratos de otros 7 hoteles en el primer trimestre de 2010 dentro de su plan de gestión de activos no rentables y/o no estratégicos. (*Adjuntamos tabla de activos cancelados al final de la nota*).

El siguiente cuadro muestra las **principales cifras del Grupo NH Hoteles** a 31 de Marzo de 2010:

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 31 DE MARZO DE 2010					
	3M 2010		3M 2009		2010/2009
	M Eur.	%	M. Eur	%	Var. %
Ingresos de la Actividad Hotelera	273.0	94%	269.6	98%	1.3%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2.5	1%	6.1	2%	(58.3%)
Actividad No recurrente	15.9	5%	0.4	0%	-
TOTAL INGRESOS	291.4	100%	276.0	100%	5.6%
Coste de Ventas Inmobiliaria	0.7	0%	3.4	1%	(80.0%)
Coste de Personal	114.4	39%	112.5	41%	1.7%
Gastos Directos de Gestión	94.0	32%	93.9	34%	0.1%
Otros Gastos no Recurrentes	1.4	0%	3.6	1%	(62.1%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	80.9	28%	62.6	23%	29.2%
Arrendamientos y Contribución Urb.	66.1	23%	68.1	25%	(2.9%)
EBITDA	14.8	5%	(5.4)	(2%)	371.6%
Provisión por deterioro de activos	3.0	1%	9.0	3%	(66.7%)
Amortizaciones	30.0	10%	28.9	10%	3.9%
EBIT	(18.2)	(6%)	(43.3)	(16%)	58.0%
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	3.3	1%	7.0	3%	(53.1%)
Gastos Financieros	10.1	3%	13.4	5%	(24.3%)
Diferencias de cambio	12.6	4%	0.6	0%	-
Resultados Puesta en Equivalencia	0.0	0%	0.1	0%	(100.0%)
EBT	(44.2)	(15%)	(64.3)	(23%)	31.3%
Impuesto sobre Sociedades	(7.5)	(3%)	(16.9)	(6%)	55.6%
BENEFICIO antes de Minoritarios	(36.7)	(13%)	(47.5)	(17%)	22.7%
Intereses Minoritarios	(5.2)	(2%)	(8.3)	(3%)	37.2%
BENEFICIO NETO	(31.5)	(11%)	(39.2)	(14%)	19.7%

Actividad Hotelera por Unidades de Negocio

En España y Portugal, pese a que la caída en precios medios sigue teniendo como resultado un RevPar negativo para el trimestre, desde el mes de marzo el resultado es positivo. Cabe destacar el incremento en ventas en fines de semana. Cabe señalar el buen comportamiento que están demostrando localizaciones como Barcelona y Madrid, con incrementos en ocupación superiores al 20%.

Italia muestra un incremento significativo del RevPar comparable del 6,48% y una recuperación de la ocupación especialmente en Roma (+34,9%) y Turín (+56,3%), donde crece la actividad del cliente corporativo y se incrementan las ventas sobre todo en fines de semana.

Las subidas en ocupación de Benelux junto con la ralentización de la caída en precios medios tienen como resultado un RevPar constante en el primer trimestre, positivo si incluyésemos abril. El aumento en ingresos se produce sobre todo en los días laborables, gracias al incremento de actividad generado por el cliente de negocio. Destaca la recuperación de Ámsterdam, con un crecimiento en ocupación superior al 20%.

El incremento de la ocupación y el mantenimiento de los precios en Alemania se traducen en un aumento de los ingresos por habitación disponible del 7,81%, un 15,86% si incluimos el mes de Abril. Destaca una mayor actividad del segmento de congresos y convenciones así como de eventos en ciudades como Berlín.

En Europa Central y del Este destaca la evolución positiva de Austria, gracias a una mayor demanda del cliente de ocio y a mejoras en el segmento convenciones en Viena. En Suiza a excepción de Ginebra, con unos resultados positivos, el resto del país sufre la presión de una alta competencia, unida a un cliente de empresa poco activo.

Los países del continente americano presentaron una evolución dispar. Mientras que Argentina refleja un incremento en ocupación comparable superior al 20%, países como México ceden en ocupación a pesar de que los precios medios del país se ven favorecidos por el tipo de cambio peso/euro.

Actividad Inmobiliaria

Los ingresos de la actividad inmobiliaria alcanzaron los €2,6M frente a los €6,2M del mismo periodo del año anterior. La reducción de ventas se explica porque la menor escrituración de viviendas en este periodo de 2010. A 31 de Marzo de 2010, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar, por importe de €7,6M

Satisfacción de los clientes

NH Hoteles continúa midiendo la satisfacción de sus clientes para valorar los estándares de calidad del Grupo y detectar áreas de mejora.

El propósito de la encuesta de clientes es alcanzar los siguientes objetivos:

- Mejorar la experiencia de los clientes a través de una continua mejora del servicio prestado en los hoteles y a través de los productos.
- Responder a los incidentes y comentarios de nuestros clientes ofreciendo soluciones eficaces.

La encuesta semanal mide diferentes categorías de la satisfacción de nuestros clientes: reservas, check in, limpieza en habitaciones y áreas comunes, equipamiento y mantenimiento, desayuno, check out, servicio de habitaciones y personal del hotel.

Resultados de la encuesta a clientes en el primer trimestre de 2010:

La satisfacción de los clientes de NH Hoteles continúa incrementando y alcanza una puntuación en septiembre de este año de 8,43 sobre un máximo de 10 puntos.

	3M 2010	3M 2009
Encuestas Recibidas	10.182	8.329
Total NH Hoteles	8,43	8,20

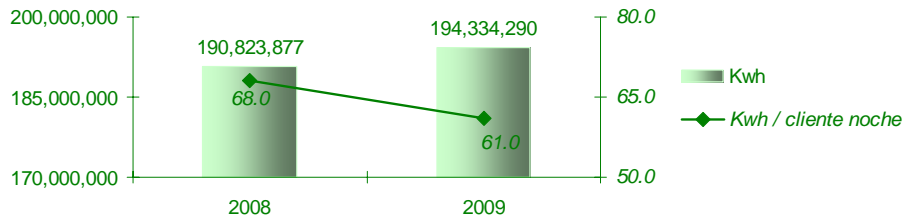
Medio Ambiente - Consumos y emisiones

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.

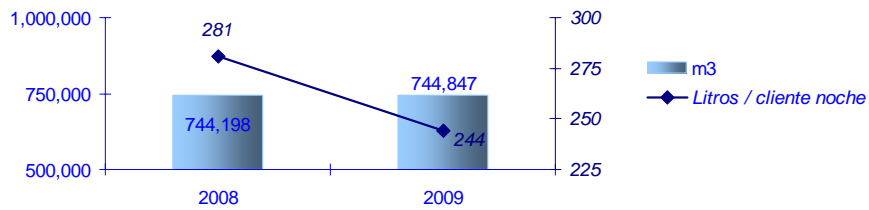
En 2008 se lanzó el Plan Estratégico de Sostenibilidad y Eficiencia Energética 2008-2012, que se fundamenta en determinar cuál es el impacto de la cadena sobre el medio ambiente y establecer objetivos de reducción de consumo de energía, de agua, emisiones de CO2 y generación de residuos. Este Plan le permite a la cadena en cuatro años anticiparse al objetivo del Plan 20-20-20 de la Unión Europea.

Los ratios por cliente y noche muestran un descenso en los consumos, debido a las iniciativas de ahorros implementadas durante este periodo. Los siguientes cuadros resultados globales obtenidos por la Compañía en sus hoteles urbanos gestionados en régimen de propiedad y alquiler durante el primer trimestre de 2010 y frente al mismo periodo de 2009:

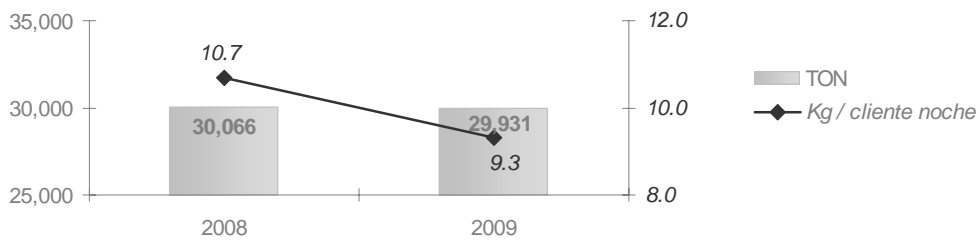
CONSUMO DE ENERGÍA (+1,8%)



CONSUMO DE AGUA (+0,1%)



EMISIONES CO2 (-0,4%)



**Hoteles urbanos consolidados*

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

Cancelación de contratos

Los contratos cancelados durante el primer trimestre de 2010 son:

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
Framon Gran hotel Timeo	Taormina, Italia	Gestión	83
Framon Villa Sant Andrea	Taormina, Italia	Gestión	79
NH Riviera Cancun	Cancún, México	Gestión	550
Hilton Guadalajara	Guadalajara, México	Propiedad	450
Hilton Garden Inn Monterrey	Monterrey, México	Propiedad	150
Hilton Garden Inn Ciudad Juarez	Ciudad Juarez, México	Propiedad	120
NH Krystal Ixtapa	Ixtapa, México	Gestión	255
NH Krystal Puerto Vallarta	Puerto Vallarta, México	Gestión	680
NH Krystal Cancun	Cancún, México	Gestión	453
NH Carlton	Salzburgo, Austria	Arrendamiento	40
Total Salidas			2.860

SOBRE NH HOTELES

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles tiene 394 hoteles con 58.982 habitaciones en 25 países de Europa, América y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 35 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán 6.000 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”, “Fast Good” y “Estado Puro”.

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

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, 10 de Mayo de 2010

VENTAS Y RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2010

Hechos Significativos

- En el **primer trimestre de 2010** se acentúa la tendencia vista en los últimos meses de 2009 con un entorno operativo más favorable. Todos los mercados presentan **incrementos de ocupación**, que comienzan a compensar en algunos casos la caída en precios medios.
- El **RevPar LFL en Europa creció un 1,74%**. Destacan Italia y Alemania con crecimientos LFL superiores al 6%. Como resultado, **el RevPar LFL del grupo aumentó en un 1,18%** (0,54% consolidado). Incluyendo el mes de Abril, y por tanto absorbiendo y haciendo plenamente comparable el efecto Semana Santa, el incremento en RevPar Europa LFL fue de 5,28% (4,92% para el grupo).
- Esta mejora en el entorno operativo junto con un aumento de productividad tiene como resultado un **EBITDA recurrente positivo para el primer trimestre de 2010** (€0,68M) frente a los €-2,21M registrados en el primer trimestre de 2009.
- **Los ingresos de la actividad inmobiliaria alcanzaron los €2,65M** frente a los €6,20M del mismo periodo del año anterior. El descenso de la cifra de venta de apartamentos responde a un menor número de viviendas escrituradas en el primer trimestre de 2010.
- En **Febrero de 2010** NH Hoteles firmó un acuerdo de **venta de activos en México**, reforzando su liquidez con **\$57M**. La operación consistió en la venta de **3 hoteles en propiedad**, operados bajo contratos de franquicia con la marca Hilton, **y la cesión de los contratos de gestión** de los hoteles vacacionales Krystal, que operaba en Cancún, Puerto Vallarta e Ixtapa.
- Adicionalmente a la venta de la cartera de hoteles mexicanos, NH Hoteles anunció a finales de abril el acuerdo de venta del hotel St Ermin's en **Londres** por **£65M**. Esta operación contribuye en unos €75M al plan estratégico de venta de activos de €300M.

Actividad hotelera

Actividad hotelera Recurrente

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE HASTA EL 31 DE MARZO DE 2010 VS 2009				
(millones €)	3M 2010	3M 2009	DIF.10/09	%DIF
INGRESOS HOTELES	272,98	269,60	3,38	1,3%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES	206,20	203,74	2,46	1,2%
GOP HOTELES	66,78	65,86	0,92	1,4%
EBITDA HOTELES	0,68	-2,21	2,89	-

RevPar Like- for-Like

En el primer trimestre de 2010, la caída en precios empieza a ser compensada por una subida mayor en ocupación en todos los mercados salvo España, Europa Central y del Este y Las Américas. Como resultado de ello, el RevPar LFL del grupo tuvo un incremento de 1,18%.

Cabe señalar que los resultados de Q1'10 se ven perjudicados por el efecto en el calendario de la Semana Santa, por lo que adicionalmente se facilita la evolución de Ratios a 4 meses de 2010 vs 4 meses de 2009. Como se puede comprobar, una mejora muy significativa en el mes de abril hace que los resultados a 4 meses presenten una evolución notablemente más favorable, con un incremento en Europa LFL de 5,28%:

- **España y Portugal:** Pese a que la caída en precios medios sigue teniendo como resultado un RevPar negativo para el trimestre, desde el mes de marzo el resultado es positivo. Cabe destacar el incremento en ventas en fines de semana, si bien el cliente corporativo sigue resintiéndose. Barcelona y Madrid muestran un comportamiento más positivo (con incrementos en ocupación superiores al 20%).

- **Italia:** A pesar de seguir sufriendo presión en ADR, la recuperación de la ocupación es la mayor de todos los mercados. Destacan especialmente en Roma (+34,9% ocupación) y Turín (+56,3%) donde crece la actividad del cliente corporativo. El resultado es un incremento en RevPar de 6,48% en Q1'10.
- **Benelux y otros:** Las subidas en ocupación junto con la ralentización de la caída en precios medios tienen como resultado un RevPar constante en Q1 (positivo si incluyésemos abril). El aumento en ingresos se produce sobre todo en los días laborables, gracias al incremento de actividad generado por el cliente de negocio. Destaca la recuperación de Amsterdam, con un crecimiento en ocupación superior al 20% que permite llegar a un incremento de RevPar LFL para la ciudad de 6,4%.
- **Alemania:** Incrementos en ocupación con unos precios medios similares se traducen en un aumento en RevPar de 7,81% en Q1'10 (15,86% para 4 meses). Destaca una mayor actividad del segmento MICE así como de eventos en Berlín, mientras que el cliente corporativo se muestra más cauto.
- **Europa Central y del Este:** Destaca el comportamiento positivo de Austria, gracias a una mayor demanda del cliente de ocio y a mejoras en el segmento MICE en Viena. En Suiza a excepción de Ginebra (con unos resultados positivos), el resto del país sufre la presión de una alta competencia, unida a un cliente de empresa poco activo. La evolución del RevPar a 4 meses es positiva.
- **Las Américas:** Incremento en ocupación para Argentina comparable superior al 20% que se traduce en RevPar positivo en moneda constante (3,8%) pero de -9,7% en euros. El resto de MERCOSUR sin embargo presenta un comportamiento menos favorable, fundamentalmente debido a los efectos del terremoto en Santiago de Chile. En cuanto a México, se producen caídas en ocupación debido al aumento del nivel de inseguridad. No obstante, los precios medios en el país se ven favorecidos por el tipo de cambio peso/euro.

NH HOTELES: REVPAR ACUMULADO A MARZO 2010

	HAB. MEDIAS		OCUPACIÓN %			ADR			REVPAR		
	2010	2009	2010	2009	% Var	2010	2009	% Var	2010	2009	% Var
España y Portugal "Like for like"	12.142	12.145	54,39%	47,24%	15,13%	71,00	84,81	-16,29%	38,62	40,07	-3,62%
TOTAL B.U. ESPAÑA	13.058	13.005	52,23%	46,12%	13,24%	70,92	84,45	-16,02%	37,04	38,95	-4,90%
Italia "Like for like"	5.820	5.920	56,01%	48,12%	16,40%	84,69	92,59	-8,53%	47,44	44,55	6,48%
TOTAL B.U. ITALIA	7.364	7.054	55,36%	48,05%	15,21%	86,28	94,36	-8,57%	47,76	45,35	5,34%
Benelux y Otros "Like for like"	8.605	8.583	55,97%	51,29%	9,12%	85,41	92,87	-8,03%	47,81	47,64	0,36%
TOTAL B.U. BENELUX	9.222	9.035	55,41%	51,42%	7,77%	87,58	94,57	-7,40%	48,53	48,62	-0,19%
Europa Central y del Este "Like for like"	2.096	2.095	61,93%	59,79%	3,58%	78,21	81,82	-4,42%	48,44	48,93	-1,00%
TOTAL B.U. EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	2.096	2.095	61,93%	59,79%	3,58%	78,21	81,82	-4,42%	48,44	48,93	-1,00%
Alemania "Like for like"	10.031	10.033	54,58%	50,92%	7,20%	72,59	72,17	0,57%	39,62	36,75	7,81%
TOTAL B.U. ALEMANIA	10.174	10.033	54,18%	50,92%	6,41%	72,69	72,17	0,71%	39,38	36,75	7,16%
EUROPA "LIKE FOR LIKE"	38.694	38.776	55,45%	49,90%	11,11%	77,16	84,26	-8,43%	42,78	42,05	1,74%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	41.913	41.222	54,44%	49,47%	10,03%	78,24	85,17	-8,15%	42,59	42,13	1,09%
Las Américas "Like for like"	2.840	2.840	58,52%	53,82%	8,73%	60,76	71,19	-14,65%	35,56	38,31	-7,20%
LAS AMÉRICAS CONSOLIDADO	3.844	3.680	57,45%	54,17%	6,06%	60,63	68,30	-11,23%	34,83	37,00	-5,85%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	41.534	41.616	55,66%	50,17%	10,93%	75,98	83,30	-8,79%	42,29	41,79	1,18%
TOTAL CONSOLIDADO	45.757	44.902	54,69%	49,86%	9,69%	76,68	83,66	-8,34%	41,94	41,71	0,54%

ANEXO: REVPAR EX EFECTO SEMANA SANTA

	REVPAR ACC.MARZO		REVPAR ACC.ABRIL	
	2010	% Var	2010	% Var
España y Portugal "Like for like"	38,62	-3,62%	41,51	1,42%
Italia "Like for like"	47,44	6,48%	51,87	6,96%
Benelux y Otros "Like for like"	47,81	0,36%	51,42	1,15%
Europa Central y del Este "Like for like"	48,44	-1,00%	50,27	0,66%
Alemania "Like for like"	39,62	7,81%	40,89	15,86%
EUROPA "LIKE FOR LIKE"	42,78	1,74%	45,59	5,28%
Las Américas "Like for like"	35,56	-7,20%	37,47	-0,63%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	42,29	1,18%	45,04	4,92%

Resultados

ACTIVIDAD HOTELERA HASTA EL 31 DE MARZO DE 2010 VS 2009

(millones €)	3M 2010	3M 2009	DIF.10/09	%DIF
ESPAÑA Y PORTUGAL	69,52	70,32	-0,81	-1,1%
ITALIA	37,80	36,81	0,99	2,7%
BENELUX	63,15	64,06	-0,91	-1,4%
EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	13,56	13,50	0,06	0,4%
ALEMANIA	55,64	53,11	2,53	4,8%
AMERICA	11,36	13,95	-2,59	-18,6%
INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	251,03	251,76	-0,73	-0,3%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 10/09	21,95	17,84	4,11	23,0%
TOTAL INGRESOS RECURRENTE	272,98	269,60	3,38	1,25%
INGRESOS NO RECURRENTE	15,74	0,22	15,52	7054,55%
TOTAL INGRESOS	288,72	269,82	18,90	7,0%
ESPAÑA Y PORTUGAL	53,41	54,00	-0,58	-1,1%
ITALIA	32,09	32,45	-0,37	-1,1%
BENELUX	46,27	46,21	0,06	0,1%
EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	10,32	10,04	0,28	2,8%
ALEMANIA	39,00	37,46	1,55	4,1%
AMERICA	9,04	10,11	-1,07	-10,6%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	190,14	190,27	-0,13	-0,1%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 10/09	16,06	13,47	2,59	19,2%
TOTAL GASTOS OPERATIVOS RECURRENTE	206,20	203,74	2,46	1,21%
GASTOS NO RECURRENTE	1,35	3,59	-2,24	-62,40%
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	207,55	207,33	0,22	0,1%
ESPAÑA Y PORTUGAL	16,10	16,33	-0,23	-1,4%
ITALIA	5,71	4,36	1,35	31,1%
BENELUX	16,88	17,85	-0,97	-5,4%
EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	3,24	3,46	-0,22	-6,4%
ALEMANIA	16,63	15,65	0,98	6,3%
AMERICA	2,32	3,84	-1,52	-39,6%
GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"	60,89	61,49	-0,60	-1,0%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 10/09	5,89	4,37	1,52	34,8%
TOTAL GOP RECURRENTE	66,78	65,86	0,92	1,40%
GOP NO RECURRENTE	14,39	-3,37	17,76	527,00%
TOTAL GOP	81,17	62,49	18,68	29,9%
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"	61,05	63,46	-2,41	-3,8%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 10/09	5,05	4,61	0,44	9,5%
TOTAL RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD	66,10	68,07	-1,97	-2,9%
ESPAÑA Y PORTUGAL	-4,54	-4,33	-0,21	-4,8%
ITALIA	-2,33	-4,28	1,94	45,4%
BENELUX	8,24	8,89	-0,64	-7,3%
EUROPA CENTRAL Y DEL ESTE	-1,60	-1,38	-0,22	-16,2%
ALEMANIA	-1,19	-3,68	2,48	67,5%
AMERICA	1,26	2,80	-1,54	-55,1%
EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"	-0,17	-1,97	1,81	91,5%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 10/09	0,85	-0,24	1,08	458,7%
TOTAL EBITDA RECURRENTE	0,68	-2,21	2,89	130,77%
EBITDA NO RECURRENTE	14,39	-3,37	17,76	527,00%
TOTAL EBITDA	15,07	-5,58	20,65	370,1%

En el primer trimestre de 2010 se acentúa la tendencia vista en los últimos meses de 2009 con un entorno operativo más favorable. Todos los mercados presentan incrementos de ocupación, que comienzan a compensar en algunos casos la caída en precios medios.

Los ingresos hoteleros recurrentes aumentaron €3,38M (ó 1,25%). A nivel de gastos cabe decir que estos aumentaron ligeramente pese al aumento considerable de la actividad (+11% ocupación LFL).

Esta mejora en productividad tuvo como resultado un aumento en GOP recurrente de €0,92M (ó 1,40%).

NH Hoteles sigue manteniendo el plan de **racionalización y reducción de costes** que se implantó a finales de 2008 y cuyas **principales medidas** se recuerdan a continuación:

- Congelación de las inversiones: CAPEX limitado a compromisos firmados en años pasados. Se limitan los nuevos proyectos de expansión a aquellos bajo fórmula de renta variable o gestión que minimizan el compromiso de inversión por parte de NH Hoteles.
- Venta de activos no estratégicos. NH Hoteles mantiene su compromiso de venta de activos no estratégicos por importe de €300 millones (entre los que se incluye la venta de activos en México y el hotel de Londres sumando un total de €117M). Durante las primeras semanas del año NH Hoteles firmó un acuerdo de venta de activos en México, reforzando su liquidez con \$57M, contemplando la venta de 3 hoteles en propiedad operados bajo contratos de franquicia con la marca Hilton, y la cesión de los contratos de gestión de los hoteles vacacionales Krystal, que operaba en Cancún, Puerto Vallarta e Ixtapa. Adicionalmente, NH Hoteles anunció a finales de abril la venta del hotel St Ermin's en Londres por £65M.
- Salida de los hoteles no rentables (ver <<Gestión de activos>> más abajo).
- Flexibilidad de la plantilla.
- Optimización de costes: central de reservas, costes energéticos y consumos.
- Concienciación de los empleados a través del programa "Todos Somos Ventas".

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG A 31 DE MARZO DE 2010

	3M 2010		3M 2009		2010/2009
	M Eur.	%	M. Eur	%	Var. %
Ingresos de la Actividad Hotelera	273,0	94%	269,6	98%	1,3%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	2,5	1%	6,1	2%	(58,3%)
Actividad No recurrente	15,9	5%	0,4	0%	-
TOTAL INGRESOS	291,4	100%	276,0	100%	5,6%
Coste de Ventas Inmobiliaria	0,7	0%	3,4	1%	(80,0%)
Coste de Personal	114,4	39%	112,5	41%	1,7%
Gastos Directos de Gestión	94,0	32%	93,9	34%	0,1%
Otros Gastos no Recurrentes	1,4	0%	3,6	1%	(62,1%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	80,9	28%	62,6	23%	29,2%
Arrendamientos y Contribución Urb.	66,1	23%	68,1	25%	(2,9%)
EBITDA	14,8	5%	(5,4)	(2%)	371,6%
Impairment	3,0	1%	9,0	3%	(66,7%)
Amortizaciones	30,0	10%	28,9	10%	3,9%
EBIT	(18,2)	(6%)	(43,3)	(16%)	58,0%
Variación de valor razonable en instrumentos financieros	3,3	1%	7,0	3%	(53,1%)
Gastos Financieros	10,1	3%	13,4	5%	(24,3%)
Diferencias de cambio	12,6	4%	0,6	0%	-
Resultados Puesta en Equivalencia	0,0	0%	0,1	0%	(100,0%)
EBT	(44,2)	(15%)	(64,3)	(23%)	31,3%
Impuesto sobre Sociedades	(7,5)	(3%)	(16,9)	(6%)	55,6%
BENEFICIO antes de Minoritarios	(36,7)	(13%)	(47,5)	(17%)	22,7%
Intereses Minoritarios	(5,2)	(2%)	(8,3)	(3%)	37,2%
BENEFICIO NETO	(31,5)	(11%)	(39,2)	(14%)	19,7%

Evolución financiera y otros hechos relevantes

- **Actividad no recurrente:** Fundamentalmente compuesto por la venta de tres hoteles en Mexico. Dicha transacción tiene un impacto de €16M de ingresos por plusvalías y de €13M por diferencias netas de conversión.
- **Arrendamientos:** reducción de -2,9% gracias a la renegociación de algunos contratos de arrendamiento.
- **Deuda Neta:** ascendió hasta €1.154,5M a 31 de marzo de 2010 desde los €1.118,7M a 31 de diciembre de 2009. Este aumento se explica fundamentalmente por el incremento en el capital circulante que suele darse en el primer trimestre del año. En el primer trimestre de 2010 la tasa de renovación de líneas de crédito fue superior al 90%.
- **Impairment:** La compañía ha decidido realizar una provisión por lento movimiento de sus existencias en Sotogrande a razón de €1M por mes. Como es sabido, es un ajuste contable reversible que no representa salida de caja alguna.
- **Variación del valor razonable de instrumentos financieros:** principalmente obedece a la provisión del Equity Swap 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 2009 tiene signo negativo. La provisión es también reversible hasta el año de vencimiento del plan en 2013 y tampoco representa salida de caja alguna. Además esta línea incluye también el valor de mercado de los derivados de tipo de interés del grupo.
- **Gastos Financieros:** reducción del gasto financiero fundamentalmente debido a la disminución de la deuda financiera neta como consecuencia de la ampliación de capital llevada a cabo en 2009, y a la disminución de los tipos de interés.

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

Actividad Inmobiliaria

Actividad Inmobiliaria - Desglose Ingresos	3 MESES 2010		3 MESES 2009	
	Mn Euros	% total	Mn Euros	% total
Apartamentos	0,94	35%	4,61	74%
Amarres	-	0%	0,27	4%
Agua y Servicios	1,43	54%	0,89	14%
Parcelas	-	0%	-	0%
Otros Ingresos	0,28	11%	0,43	7%
Total Ventas	2,65	100%	6,20	100%
Ventas comprometidas	7,67		36,33	

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €2,65M; frente a los €6,20M alcanzados en el mismo periodo del año anterior.
 - El descenso de la cifra de venta de apartamentos responde a un menor número de viviendas escrituradas en el primer trimestre de 2010. En los tres primeros meses del año se han escriturado un total de 3 viviendas por un importe de €0,94M frente a 9 viviendas en el mismo periodo del ejercicio 2009 por un total de €4,61M.
- El EBITDA fue de €-0,27M, comparados con los €0,13M reportados en el mismo periodo del año pasado. El Beneficio Neto es de €-2,58M, comparado con los €-0,39M del año anterior.
- A 31 de Marzo de 2010, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar, por importe de €7,67M, correspondiendo fundamentalmente al producto Ribera del Marlin pendiente de escriturar por parte de los compradores (€3,50M) y el resto a los atraques de La Marina por importe de €4,17M. El descenso en la cifra de ventas comprometidas responde fundamentalmente a las ventas contabilizadas de la Promoción Residencial Marlin desde el momento de su entrega a finales del 2008 hasta finales de Marzo de 2010.

Firmas y Aperturas

Desde el 1 de enero de 2010 hasta 31 de marzo 2010, NH ha firmado 1 hotel con 210 habitaciones. Se trata de un hotel en funcionamiento situado en la ciudad de Taormina (Sicilia) que pasa a tener un contrato de gestión con NH Hoteles.

Firmas de Hoteles desde el 1 de enero al 31 de marzo de 2010

Ciudad	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Taormina (Sicilia), Italia	Gestión	210	2010

Nuevas Incorporaciones

En los primeros 3 meses del año 2010 se han abierto 3 nuevos hoteles con 412 habitaciones y una extensión de un hotel existente de 20 habitaciones adicionales.

Hoteles Abiertos desde el 1 de Enero al 31 de Marzo de 2010

Hoteles	Ciudad	Contrato	# Habitaciones
NH Porta Rossa	Florenia, Italia	Arrendamiento	72
NH Central Station (Ext.)	Amsterdam, Holanda	Arrendamiento	20
NH Ludwigsburg	Ludwigsburg, Alemania	Arrendamiento	130
NH Capo dei Greci	Taormina (Sicilia), Italia	Gestión	210
Total Nuevas Aperturas			432

Destacamos la apertura del tercer hotel de NH en Florenia y la incorporación del hotel-resort NH Capo dei Greci en Taormina, que viene a sustituir las cancelaciones de los dos contratos que NH tenía anteriormente en la ciudad.

Gestión de Activos

Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero de 2010

Se han cancelado diez contratos dentro de la política de racionalización de activos que está siguiendo la compañía.

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
Framon Gran hotel Timeo	Taormina, Italia	Gestión	83
Framon Villa Sant Andrea	Taormina, Italia	Gestión	79
NH Riviera Cancun	Cancún, México	Gestión	550
Hilton Guadalajara	Guadalajara, México	Propiedad	450
Hilton Garden Inn Monterrey	Monterrey, México	Propiedad	150
Hilton Garden Inn Ciudad Juarez	Ciudad Juarez, México	Propiedad	120
NH Krystal Ixtapa	Ixtapa, México	Gestión	255
NH Krystal Puerto Vallarta	Puerto Vallarta, México	Gestión	680
NH Krystal Cancun	Cancún, México	Gestión	453
NH Carlton	Salzburgo, Austria	Arrendamiento	40
Total Salidas			2.860

En el mes de enero de 2010 se cancelaron tres hoteles: dos hoteles con contrato de gestión en Sicilia, Italia, con un total de 162 habitaciones y un hotel también en régimen de gestión en México con 550 habitaciones.

En Febrero de 2010 NH Hoteles firmó un acuerdo de venta de activos en México contemplando la venta de 3 hoteles en propiedad operados bajo contratos de franquicia con la marca Hilton (Hilton Guadalajara 450 habitaciones, Hilton Garden Inn Monterrey 150 habitaciones y Hilton Garden Inn Ciudad Juarez 120 habitaciones), y la cesión de los contratos de gestión de los hoteles vacacionales Krystal, que operaba en Cancún (453 habitaciones), Puerto Vallarta (680 habitaciones) e Ixtapa (255 habitaciones).

Por último, en marzo se canceló un contrato de arrendamiento con opción de compra en Salzburgo, Austria. Dicho contrato de arrendamiento aportaba EBITDA negativo.

Satisfacción de clientes

NH Hoteles cuenta con un sistema de Gestión Integral de la Calidad de Servicio denominado Quality Focus, sistema diseñado y desarrollado internamente para responder a la cultura de calidad marcada por NH Hoteles.

El propósito de la encuesta de clientes es alcanzar los siguientes objetivos:

- Mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de una continua mejora del servicio prestado en los hoteles y a través de nuestros productos.
- Responder a los incidentes y comentarios de nuestros clientes ofreciendo soluciones eficaces.

La encuesta (puntuación 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.

Resultados de la encuesta a clientes para el primer trimestre de 2010:

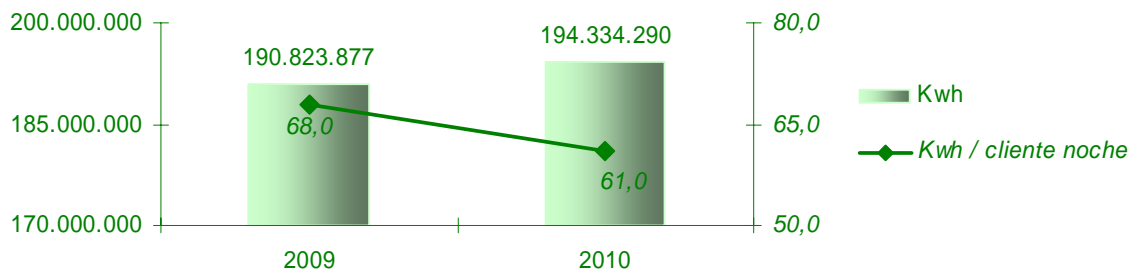
	3M 2010	3M 2009
Encuestas Recibidas	10.182	8.329
Total NH Hoteles	8,43	8,20

Medidas Medioambientales

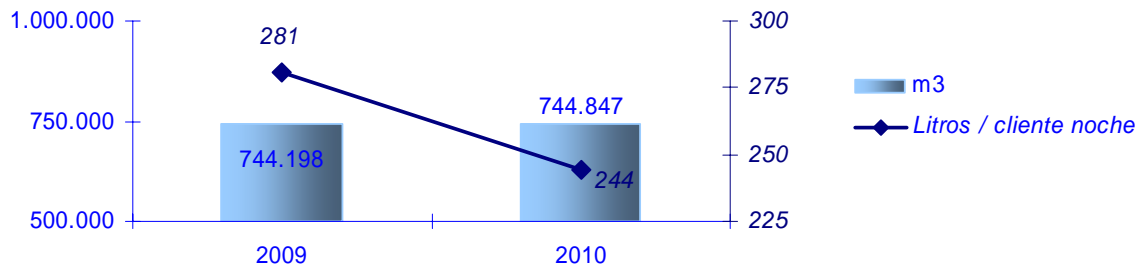
El Plan Medioambiental de NH Hoteles, que contempla como prioridades la eficiencia energética, el eco-diseño y la gestión de residuos, llevará a la Compañía a reducir un 20% sus emisiones de CO2, su producción de residuos y sus consumos de agua y energía.

CONSUMOS Y EMISIONES*

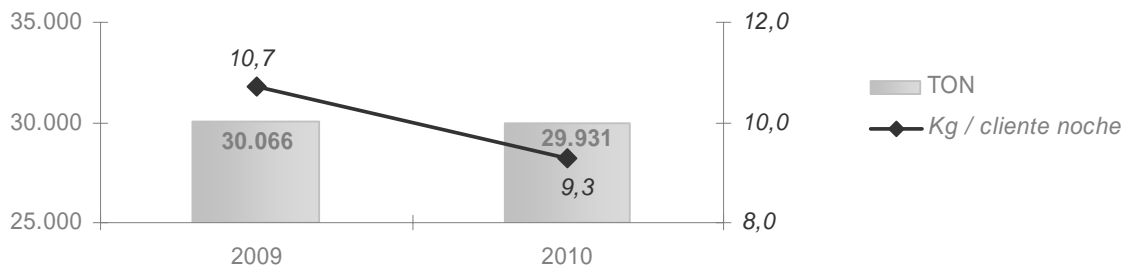
CONSUMO DE ENERGÍA (+1,8%)



CONSUMO DE AGUA (+0,1%)



EMISIONES CO2 (-0,4%)



*Hoteles urbanos comparables

Los resultados globales de los consumos aumentan muy por debajo del crecimiento en el ocupación (11%) y las emisiones de CO2 se reducen. Por otro lado, los ratios por cliente y noche muestran un descenso tanto en los consumos como en las emisiones, debido a las iniciativas de ahorros implementadas durante el 2009.

HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELES POR PAÍSES A 15 DE ABRIL DE 2010

R= HABITACIONES; H= HOTELES; CO= CALL OPTION;
L= (LEASED) ARRENDAMIENTO; O= (OWNED) PROPIEDAD; M= (MANAGED) GESTIÓN

	H	R	CO	L	R	O	R	M	R
ARGENTINA	12	1.822	0	0	0	11	1.524	1	298
URUGUAY	1	136	0	0	0	1	136	0	0
MEXICO	11	1.770	0	4	559	3	541	4	670
CHILE	1	122	0	0	0	1	122	0	0
CUBA	2	968	0	0	0	0	0	2	968
PORTUGAL	2	165	0	2	165	0	0	0	0
ESPAÑA	175	20.975	3	91	10.365	15	2.219	69	8.391
ITALIA	53	8.286	1	33	5.349	16	2.449	4	488
INGLATERRA	4	808	0	1	121	1	275	2	412
HOLANDA	35	6.504	4	16	2.441	18	3.983	1	80
BÉLGICA	11	1.632	0	2	434	9	1.198	0	0
ALEMANIA	59	10.278	18	59	10.278	0	0	0	0
SUIZA	5	632	0	3	400	2	232	0	0
AUSTRIA	6	1.180	3	6	1.180	0	0	0	0
HUNGRÍA	1	160	0	1	160	0	0	0	0
RUMANIA	2	161	0	1	83	0	0	1	78
POLONIA	1	93	0	0	0	0	0	1	93
LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	0	0	0	0
SUDAFRICA	2	240	0	1	198	1	42	0	0
REPUBLICA DOMINICANA	2	1.015	0	0	0	0	0	2	1.015
ESTADOS UNIDOS	1	242	0	0	0	1	242	0	0
ANDORRA	1	60	0	0	0	0	0	1	60
VENEZUELA	2	892	0	0	0	0	0	2	892
FRANCIA	3	559	0	2	397	1	162	0	0
HOTELES ABIERTOS	393	58.848	30	223	32.278	80	13.125	90	13.445

PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 15 DE ABRIL DE 2010

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.

R= ROOMS; H= HOTELES; CO= CALL OPTION;
L= (LEASED) ARRENDAMIENTO; O= (OWNED) PROPIEDAD; M= (MANAGED) GESTIÓN

	H	R	CO	L	R	O	R	M	R
ARGENTINA	0	275	0	0	0	0	0	0	275
MEXICO	2	272	0	1	130	1	142	0	0
CUBA	0	150	0	0	0	0	0	0	150
ESPAÑA	11	1.187	0	8	901	0	0	3	286
ITALIA	5	876	0	3	504	1	202	1	170
ALEMANIA	3	610	0	3	610	0	0	0	0
HUNGRÍA	2	213	0	2	213	0	0	0	0
PANAMA	1	180	0	0	0	1	180	0	0
POLONIA	1	187	0	0	0	0	0	1	187
REPÚBLICA CHECA	3	507	0	2	370	0	0	1	137
COLOMBIA	1	140	0	0	0	1	140	0	0
VENEZUELA	1	323	0	0	0	0	0	1	323
PROYECTOS FIRMADOS	30	4.920	0	19	2.728	4	664	7	1.528

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

	2010	2011	2012	2013
Inversión esperada (€ millones)	33,4	7,9	5,8	5,5