

**AVANCE DE VENTAS  
Y RESULTADOS 3 MESES 2014**  
6 de Mayo de 2014



**NH**  
HOTELS

  
NH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

En el mes de abril se ha alcanzado un acuerdo con Banca Intesa mediante el cual **NH Hoteles adquirirá el 44,5% del capital de NH Italia** y con ello alcanzará el 100% de dicha entidad. La adquisición se ejecutará mediante una **ampliación de capital en NH Hoteles con aportación no dineraria** del 44,5% en manos de Intesa. La operación supondrá la emisión de **42 millones de acciones nuevas con un precio de emisión de €4,70** (€2 de valor nominal y €2,70 de prima). Tanto la ampliación de capital como el nombramiento de un nuevo consejero de Intesa se someterán a la aprobación de la Junta General.

**La evolución del RevPar (LFL) a lo largo del primer trimestre del año ha sido positiva (+2,5%), continuando la tendencia de los dos trimestres anteriores**, con crecimiento del nivel de ocupación +3,05% y ligero descenso del ADR -0,6% (+1,4% a tipo de cambio constante). **Sin incluir el mes de enero**, que tuvo un comportamiento negativo en precios, **la evolución del ADR habría sido positiva en todas las unidades de negocio** (Latinoamérica en moneda constante). Destacar que **todas las unidades de negocio muestran comportamiento positivo en RevPar en el trimestre** a pesar de una evolución desfavorable de la divisa en Latinoamérica.

Los **ingresos de la actividad hotelera recurrente LFL** en el primer trimestre del año crecen un **2,5%**, mientras los gastos operativos suben un 1,2% (aun teniendo una subida de la ocupación del +3,0%), produciendo una **mejora en el GOP del 6,0%** y un **incremento del EBITDA, que alcanza €5,1M (vs. €0.3M en 2013) gracias a la renegociación de contratos de alquiler (-1,0%)**.

El **EBITDA recurrente** asciende a **€-8,2M frente a los €-7,7M del año anterior**, de los cuales **€+1,2M** corresponden a la falta de contribución de los **hoteles que han salido del perímetro de consolidación**. **En términos comparables, el EBITDA recurrente alcanzado hubiera sido de €-7,0M frente a los €-7,7M del año anterior, con una mejora del +8,3%**. Además se alcanza un ratio de absorción en la caída de ventas del +67%.

Todas las **iniciativas van de acuerdo al plan** y ya se nota su efecto en bajada de rentas y en un ligero incremento de los precios medios.

El **Resultado neto incluyendo la actividad no recurrente** aun siendo todavía negativo, presenta una mejora del 7,0% respecto al año anterior.

### Otros Hechos Significativos

- A pesar del **incremento de ocupación en el trimestre (+3,32%)**, **las ventas consolidadas se reducen en €1,7M (-0,6%)** como consecuencia de la **salida del perímetro de consolidación** de hoteles (€7,9M que son compensados en parte por hoteles que estaban en reforma en el 2013), la **ralentización de las ventas en el negocio MICE y de restauración (€2,0M o un -2,6%)** y la caída de los **precios medios (-0,72%)**.
- Los **gastos de personal se reducen un -1,2%**. El porcentaje de personal sobre ventas disminuye ligeramente a pesar de los incrementos de ocupación (+3,32%) y de los ajustes de convenio por inflación. Los **otros gastos operativos se incrementan en un 2,9%** debido a las partidas de **Marketing y Sistemas** que contempla el Plan Estratégico y que se compensan en parte por una reducción de las comisiones y la aplicación de medidas de eficiencia energética.
- La compañía **continúa logrando reducir los gastos de arrendamiento** en el año 2014 por las renegociaciones de contratos en España y por el abandono de contratos con contribución negativa, compensando los incrementos provenientes de negociaciones de años anteriores y las subidas IPC.

**Perspectivas 2014 y Status del Plan Estratégico:**

- **2014:** se mantiene el guidance para el conjunto del año, que estima un crecimiento del RevPar entre un +3% y un +5%, con un mayor peso del segundo semestre por la puesta en marcha de una serie de iniciativas de ingresos del Plan Estratégico. El EBITDA recurrente crecería entre un 5% y un 10% respecto al año anterior.
- **Plan de Reposicionamiento:** La compañía continúa manejando alrededor de 30 hoteles en fase de reforma (NH Embajada y NH Firenze ya han concluido), siendo el más importante el proyecto en el NH Eurobuilding, que verá su relanzamiento a primeros de octubre. Como ya se comentó en notas anteriores, los meses de mayor intensidad en las obras corresponderán al verano, por ser los de más baja actividad en la mayoría de los hoteles. Por otra parte se inició en abril el cambio de señalética en los primeros 20 hoteles y se espera tener el 50% del portfolio para finales del segundo trimestre.
- **Marcas:** La nueva campaña de marketing (“NH soy yo”) se lanzó en abril en España, Italia y Benelux, y se realizará durante el mes de mayo en Alemania. En Italia y España se han utilizado medios escritos y on-line, en Benelux, televisión y on-line, y Alemania será el mercado con un mayor énfasis en medios on-line.
- **Pricing & Revenue Management:** Las pruebas piloto sobre el proyecto “B2C Pricing”, que redefinen la relación entre tipo de habitación y estrategia de precio ya ha concluido. La implantación de este nuevo enfoque se llevará a cabo en todos los hoteles de mayo a septiembre. Por otro lado, el proyecto para implantar mejoras en “Pricing & Revenue Management” se va a probar durante dos meses en dos destinos en España.
- **IT:** En la BU de España se ha concluido la migración de sistemas, la siguiente BU será Benelux en el mes de julio y Europa Central en octubre. El CRM se acabó de cambiar a finales de abril. La migración del front-office comenzará en España en julio. Además y en paralelo con la campaña de marketing, se ha actualizado la página web y se han lanzado nuevas aplicaciones para móviles. Las ventas de la web muestran un crecimiento del 3,3% en Q1, primer dato positivo en los últimos trimestres.
- **Funciones de soporte:** El centro de servicios compartidos se ha implantado en España desde comienzos del año, estando en fase de estabilización del servicio durante el primer trimestre de este año. El resto de la BUs seguirán entrando en el proyecto de acuerdo al plan.
- **Venta y Optimización de Activos:** La compañía mantiene su objetivo de venta de activos de €125M para el conjunto del año, y mantiene abiertos distintos procesos que se encuentran en diferente grado de avance.
- **Rentas:** los objetivos para el año se encuentran avanzados, y entre los ahorros ya conseguidos y los proyectos que están pendientes de firma, se cubre un 45% de los objetivos de todo el año.

**Evolución del RevPar y Actividad Hotelera Recurrente**

- La evolución del RevPar en los primeros 3 meses del año consolida el cambio de tendencia apreciado en el 3Q (+1,8%) y 4Q (+2,7%) de 2013. El RevPar LFL del grupo presentó un crecimiento del 2,5%, muy por encima del RevPar registrado en el 1T del anterior (-1,5%).
- La composición del crecimiento del RevPar sigue la misma tónica que los últimos trimestres. El crecimiento se produce a través de ocupación, con un incremento del 3,1%, en línea con el trimestre anterior, y con un ligero descenso de los precios medios (-0,5%). A nivel de ocupación, en el primer trimestre todas las unidades de negocio presentan un comportamiento positivo, destacando Latinoamérica con un +16,4%. Los precios en España, Italia, Europa Central y Latinoamérica (a tipo de cambio constante) presentan un comportamiento positivo, y únicamente Benelux registra descensos

moderados de precios, por el mal comportamiento del mes de enero, aunque ya corregido en los meses de febrero y marzo.

- Los ingresos hoteleros LFL crecen para todo el grupo en línea con el crecimiento del RevPar (+2,5%), y por encima del crecimiento de los gastos directos (+1,2%), lo que permite un incremento del GOP de un +6,0%, que a su vez se traduce en un incremento del EBITDA hasta alcanzar los €5,1M frente a los €0,3M del año anterior.

## B.U. España

- La evolución de estos tres meses confirma las previsiones apuntadas en la última nota, con crecimientos tanto de ocupación como de precios medios. El 1Q de 2014 ha registrado un comportamiento en RevPar mucho mayor (+2,5%) que los últimos cuatro trimestres de 2013 (Q1 -4,7%; Q2 -3,5%; Q3 +0,4%; Q4 +1,34%), mostrando un cambio de tendencia en la actividad nacional que esperamos confirmar durante el próximo trimestre.
- La ocupación LFL se ha incrementado un +1,5% continuando con la tendencia positiva del pasado trimestre (Q4 +1,3%), y los precios medios han crecido en torno a un +1,0% tras un Q4 de caída (-2,6%), lo que confirma una reacción positiva a las políticas de *pricing* puestas en marcha a finales del pasado año.
- A pesar del impacto del cambio de fecha de Semana Santa en destinos importantes como Sevilla, el conjunto de la BU se ha beneficiado de disponer de más días laborales, registrando en términos globales un buen mes de marzo. Este efecto se ha notado especialmente en destinos como Madrid (crecimiento del RevPar del +6,6%, vía incremento de la ocupación +6,1% y de los precios medios +0,5%) y Valencia (con un crecimiento del RevPar del +6,0%, vía incremento de la ocupación +5,2% y de los precios medios +0,8%), que empiezan a mostrar claros signos de recuperación. Los ingresos totales de la BU crecen en el trimestre un +3,5% por el buen comportamiento de los otros ingresos, mientras que los gastos operativos se mantienen estables (+0,5%), lo que deriva en una mejora del +14,4% del GOP. En términos de EBITDA, la BU ha registrado un crecimiento del 41%, fruto de la importante reducción de gastos de arrendamiento (-3,8%).

## B.U. Italia

- Los datos del 1Q de 2014 continúan en la senda positiva marcada a lo largo de 2013, con un crecimiento del RevPar del +2,8% (Q2 +2,67%, Q3 +1,16% y Q4 +3,80%). Este crecimiento viene determinado principalmente por incrementos del nivel de ocupación (+2,19%) y ligeros incrementos del precio (+0,6%).
- Destacamos el mes de enero para toda la BU, con un crecimiento del RevPar del +8,6% y un excelente comportamiento de la ciudades de Milán y Roma, y un mes de marzo con resultados no comparables por la diferencia de fechas de Semana Santa y por la elección del Papa que tuvo lugar el mes de marzo del pasado año.
- La BU alcanza este primer trimestre un nivel de ingresos superior al trimestre anterior (+1,2%), aunque el incremento de sus gastos operativos directos (+5,3%) y de los gastos de arrendamiento (+1,1%) provocan un caída del EBITDA, que pasa de €0,5M a €-0,7M. Si consideramos que en este trimestre se ha incurrido en una serie de gastos extraordinarios relacionados principalmente con marketing, los gastos operativos hubieran crecido un +3,1% y el EBITDA hubiera estado en breakeven.

### B.U. Benelux

- Como se anticipaba en la última nota, Benelux presenta un crecimiento del RevPar del +2,77%, superior al del trimestre anterior (+0,6%), con comportamientos dispares entre ocupación y precio. La positiva evolución de la ocupación (+4,3%) que continúa la línea ascendente de los últimos dos trimestres de 2013 (Q3' +2,0% y Q4 +3,3%), permite compensar el descenso registrado en precio medio (-1,5%) y que ha sido inferior al registrado en el trimestre anterior (-2,6%). Este descenso es consecuencia del mal comportamiento del mes de enero, pero la evolución en el mes de febrero y marzo ha sido positiva.
- Como consecuencia de lo anterior, en el primer trimestre del año se ha registrado un alza en la cifra de ingresos LFL del +3,0%, con un excelente comportamiento de ciudades como Ámsterdam y Londres, con crecimientos de ventas del +7,5%.
- La mejora en la línea de ventas y unos costes operativos que se reducen un -2,6% a pesar del importante incremento de ocupación, han producido un incremento del GOP del +20,8%. Adicionalmente, la estabilización de los gastos de arrendamiento (-0,3%), se traduce en el mayor crecimiento de EBITDA de la compañía en términos relativos (+114,5%) y absolutos (+2,93M).

### B.U. Europa Central

- Esta unidad de negocio continúa registrando variaciones de RevPar positivas desde el segundo trimestre del año pasado (Q2 +3,3%; Q3 +0,1%; Q4 +6,4% y Q1 +1,2%). Al igual que sucedía en el trimestre anterior, la variación del Q1 viene marcada por incrementos tanto de ocupación (+0,9%), como en precio (0,25%).
- Las principales ciudades alemanas han tenido un comportamiento dispar debido al calendario de ferias. Ciudades como Colonia, Dusseldorf y Nuremberg han tenido una evolución positiva principalmente debido al empuje de varias ferias y congresos, mientras que otras como Berlín, Frankfurt y Munich han registrado un comportamiento más débil marcado por el mes de enero. Asimismo, países como Suiza, Hungría y Rumanía han registrado variaciones positivas con respecto al Q4 del año pasado.
- El incremento del +0,5% en la cifra de ingresos respecto al Q1 no ha logrado compensar el incremento de gastos operativos del +1,9%, provocando un descenso del GOP del -2,5%. Este descenso se ve compensado en parte por un descenso en la cifra de arrendamientos del -0,6%, provocando una caída de €0,6M en el EBITDA (de €0,1M a €-0,7M).

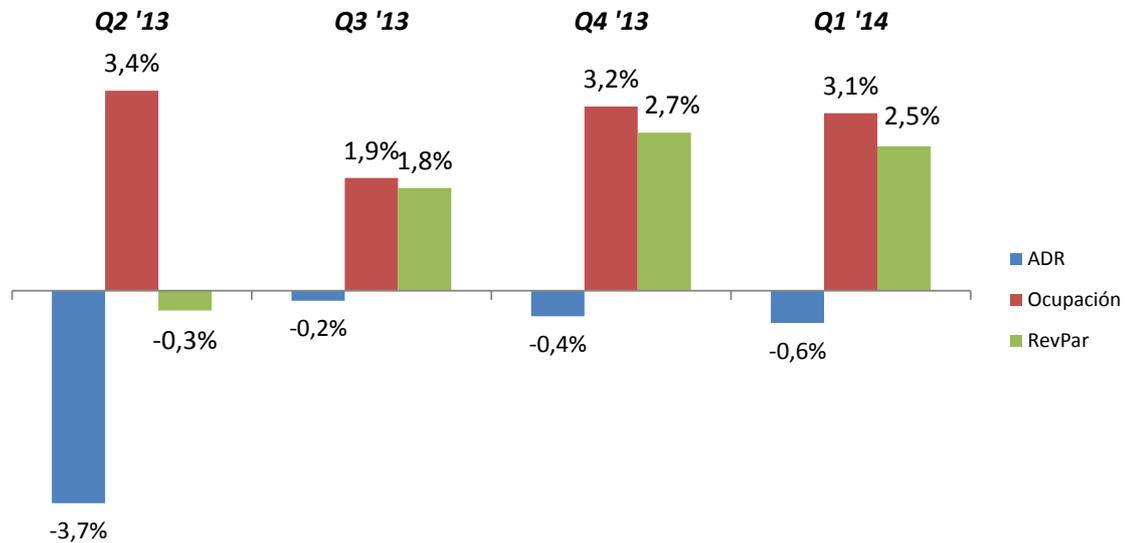
### B.U. Las Américas

- Latinoamérica LFL presenta un incremento del RevPar para toda la región de un 38,39%, tras registrar un alza de la tasa de ocupación del 16,08% y de los precios medios del 19,22% a tipos de cambios constantes.
- Distinguiendo por regiones, México ha experimentado un crecimiento de la ocupación del +6,24% y de los precios medios de un +11,9% gracias a la estrategia de re-segmentación llevada a cabo los últimos meses y al importante crecimiento de la economía doméstica. Descartando el efecto de la Semana Santa se prevé un segundo trimestre también positivo, principalmente por mejoras en los precios.
- Argentina presenta el incremento de RevPar más alto de la compañía, un +70% en moneda constante, tras un incremento de precios medios del +30% y un alza de la ocupación del +30%, especialmente llamativa al tratarse de un período de vacaciones en el que apenas hay ferias o congresos relevantes.
- En moneda corriente, la BU presentó un incremento de RevPar del +8,25%, por una caída de los precios medios (-7,0%) condicionada por la fuerte depreciación de las monedas locales. Aun así, el incremento registrado en RevPar ha sido el mayor de los últimos 4 trimestres (Q2 +0,7%; Q3 +6,7%; Q4 +3,9%).

- Con todo esto y gracias al buen comportamiento del resto de ingresos, las ventas totales de la BU se incrementaron en un +10,8%. Este crecimiento se traduce en un incremento de GOP de +29,1% debido a una importante contención de costes directos (+3,5%) y del EBITDA de un +38,5% por el crecimiento moderado de los gastos de arrendamiento.

NH HOTELES REVPAR 3 MESES 2014											
	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2.014	2.013	2.014	2.013	% Var	2.014	2.013	% Var	2.014	2.013	% Var
España y Portugal "Like for like"	11.001	10.946	58,04%	57,17%	1,51%	64,70	64,06	1,01%	37,55	36,62	2,53%
B.U. ESPAÑA	12.391	13.110	56,90%	55,32%	2,85%	65,44	64,07	2,14%	37,23	35,45	5,04%
Italia "Like for like"	6.806	6.920	55,77%	54,58%	2,19%	88,82	88,27	0,63%	49,53	48,17	2,83%
B.U. ITALIA	7.302	7.575	54,73%	53,01%	3,26%	87,34	87,24	0,12%	47,80	46,24	3,38%
Benelux "Like for like"	8.428	8.428	57,74%	55,33%	4,35%	81,62	82,87	-1,51%	47,13	45,86	2,77%
B.U. BENELUX	8.428	8.896	57,74%	56,26%	2,63%	81,62	84,86	-3,82%	47,13	47,74	-1,28%
Europa Central "like for like"	12.628	12.627	63,78%	63,20%	0,91%	77,86	77,66	0,25%	49,66	49,08	1,17%
B.U. EUROPA CENTRAL	12.628	12.627	63,78%	63,20%	0,91%	77,86	77,66	0,25%	49,66	49,08	1,17%
TOTAL EUROPA "LIKE FOR LIKE"	38.863	38.921	59,44%	58,27%	2,01%	76,82	76,75	0,09%	45,66	44,72	2,11%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	40.749	42.208	58,82%	57,46%	2,36%	76,55	76,67	-0,15%	45,02	44,05	2,20%
Latinoamerica "Like for like"	3.180	3.180	64,79%	55,65%	16,41%	60,49	65,04	-7,01%	39,19	36,20	8,25%
LATINOAMERICA CONSOLIDADO	3.180	3.288	64,79%	55,81%	16,08%	60,49	64,68	-6,49%	39,19	36,10	8,55%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	42.043	42.101	59,84%	58,07%	3,05%	75,48	75,90	-0,55%	45,17	44,07	2,49%
TOTAL CONSOLIDADO	43.929	45.496	59,25%	57,34%	3,32%	75,28	75,82	-0,72%	44,60	43,48	2,58%

**Evolución por trimestres**



"Like For Like" % Var	Evolución por Unidad de Negocio											
	Ocupación				ADR				RevPar			
	Q2 '13	Q3 '13	Q4 '13	Q1 '14	Q2 '13	Q3 '13	Q4 '13	Q1 '14	Q2 '13	Q3 '13	Q4 '13	Q1 '14
España	1,0%	-1,2%	1,3%	1,5%	-4,5%	1,7%	-2,6%	1,0%	-3,5%	0,4%	-1,3%	2,5%
Italia	3,7%	1,4%	2,0%	2,2%	-1,0%	-0,2%	1,7%	0,6%	2,7%	1,2%	3,8%	2,8%
Benelux	-0,4%	2,0%	3,3%	4,3%	-3,6%	2,7%	-2,6%	-1,5%	-3,9%	4,8%	0,6%	2,8%
Europa Central	7,3%	2,4%	3,2%	0,9%	-3,8%	-2,3%	3,1%	0,3%	3,3%	0,1%	6,4%	1,2%
TOTAL EUROPA	3,1%	1,1%	2,5%	2,0%	-3,4%	0,3%	0,2%	0,1%	-0,4%	1,5%	2,6%	2,1%
Latinamerica moneda constante	8,1%	13,5%	11,7%	16,4%	-1,3%	2,7%	4,6%	18,6%	6,7%	16,6%	16,8%	38,0%

<b>ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2014 VS 2013</b>			
<i>(€ millones)</i>	<b>2014 3 meses</b>	<b>2013 3 meses</b>	<b>%DIF</b>
ESPAÑA	58,67	56,68	3,5%
ITALIA	43,79	43,25	1,2%
BENELUX	59,28	57,54	3,0%
EUROPA CENTRAL	81,23	80,83	0,5%
AMERICA	16,77	15,13	10,8%
<b>INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>259,75</b>	<b>253,43</b>	<b>2,5%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS</b>	<b>8,95</b>	<b>18,08</b>	<b>(50,5%)</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>268,70</b>	<b>271,51</b>	<b>(1,0%)</b>
ESPAÑA	44,67	44,45	0,5%
ITALIA	34,41	32,67	5,3%
BENELUX	42,50	43,65	(2,6%)
EUROPA CENTRAL	55,69	54,63	1,9%
AMERICA	11,15	10,78	3,5%
<b>GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>188,42</b>	<b>186,17</b>	<b>1,2%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS</b>	<b>21,55</b>	<b>22,84</b>	<b>(5,6%)</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>	<b>209,97</b>	<b>209,01</b>	<b>0,5%</b>
ESPAÑA	14,00	12,23	14,4%
ITALIA	9,38	10,58	(11,4%)
BENELUX	16,78	13,89	20,8%
EUROPA CENTRAL	25,55	26,20	(2,5%)
AMERICA	5,62	4,36	29,1%
<b>GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>71,32</b>	<b>67,26</b>	<b>6,0%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS</b>	<b>(12,60)</b>	<b>(4,76)</b>	<b>(164,7%)</b>
<b>GOP</b>	<b>58,73</b>	<b>62,50</b>	<b>(6,0%)</b>
ESPAÑA	17,53	18,22	(3,8%)
ITALIA	10,14	10,03	1,1%
BENELUX	11,29	11,33	(0,3%)
EUROPA CENTRAL	26,04	26,13	(0,4%)
AMERICA	1,27	1,22	4,8%
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>66,27</b>	<b>66,92</b>	<b>(1,0%)</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS</b>	<b>(0,17)</b>	<b>2,76</b>	<b>(106,2%)</b>
<b>RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD</b>	<b>66,10</b>	<b>69,68</b>	<b>(5,1%)</b>
ESPAÑA	(3,53)	(5,99)	41,0%
ITALIA	(0,76)	0,56	(235,9%)
BENELUX	5,49	2,56	114,5%
EUROPA CENTRAL	(0,49)	0,07	(841,3%)
AMERICA	4,35	3,14	38,5%
<b>EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"</b>	<b>5,05</b>	<b>0,33</b>	<b>1413,9%</b>
<b>APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS</b>	<b>(12,42)</b>	<b>(7,51)</b>	<b>(65,4%)</b>
<b>EBITDA</b>	<b>(7,37)</b>	<b>(7,18)</b>	<b>(2,6%)</b>

### Resultados Recurrentes Consolidados

En el primer trimestre del año los ingresos se reducen €-1,7M (-0,6%) fundamentalmente debido a:

- Caída de las ventas hoteleras en un -1,0% (€-2,8M), motivado principalmente por:
  - Salida del perímetro de consolidación del NH Gran Hotel Krasnapolsky (que pasa a gestión y tiene unos ingresos no consolidados de €5,8M) y de otros hoteles que salen del grupo detallados a continuación (con unos ingresos no consolidados de €2,1M), compensados en parte por los hoteles que estaban en reforma en el 2013.
    - Los cierres más significativos del año 2013 fueron: NH Abashiri, NH Girona, NH La Perdiz, NH Veracruz y NH Vicenza. Por otro lado, en el año 2013 se cambió a franquicia los hoteles NH Villa de Coslada, NH Califa, NH Puerto de Sagunto y NH Campo Cartagena, que eran contratos de arrendamiento, y el hotel NH Krasnapolsky que pasó a ser un hotel en gestión desde el 26 de junio.
    - El cambio en el perímetro en el 2014 corresponde a la cancelación del contrato de alquiler del NH Santander Parayas
  - Caída de la venta de F&B en €2,0M (-2,6%). El deterioro en la venta de F&B tiene un menor impacto en GOP que la venta de habitaciones, y por regiones las tendencias son distintas: Benelux ha sufrido la reducción más intensa con una caída cercana al -10% (que se vuelve a explicar por el efecto de la venta del NH Gran Hotel Krasnapolsky, en comparables las ventas de F&B hubieran crecido un 0.4%) y Europa Central ha mostrado una reducción del -4%. Latinoamérica sigue destacando positivamente, con incrementos de ingresos por restauración cercanos al 15%, seguida de Italia con crecimientos del 5%.
  - Descenso de los precios medios (-0,72%)
- Incremento de los ingresos de la actividad inmobiliaria € +1,1M

En cuanto a los gastos operativos, resaltar que los gastos de personal se reducen en un -1,2%, reduciéndose también el porcentaje sobre ventas a pesar de los incrementos de ocupación (+3,32%) y de absorber el efecto de la inflación, poniendo de manifiesto los ajustes de plantillas que se han ido adoptando principalmente en España y Holanda desde mediados desde 2013

Por otro lado, los otros gastos operativos se incrementan en un 2,9% debido a las partidas de Marketing y Sistemas que contempla el Plan Estratégico y en parte compensadas por reducciones de las comisiones y medidas de eficiencia energética.

En el primer trimestre del 2014 y como consecuencia de todo lo anterior, el EBITDA recurrente se sitúa en €-8,2M frente a los €-7,7M del año anterior, de los cuales €+1,2M corresponden a la falta de contribución de los hoteles que han salido del perímetro de consolidación. Si no hubiésemos sacado estos hoteles del perímetro, el EBITDA recurrente alcanzado hubiera sido de €-7,0M frente a los €-7,7M del año anterior, con una mejora del +8,3%. Además se alcanza un ratio de absorción en la caída de ventas del +67%.

**Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada**

<b>NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG</b>			
<i>(millones de €)</i>	<b>3M 2014</b>	<b>3M 2013</b>	<b>2014/2013</b>
Ingresos de la Actividad Hotelera	268,7	271,5	(1,0%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	3,2	2,1	54,3%
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>271,9</b>	<b>273,6</b>	<b>(0,6%)</b>
Coste de Ventas Inmobiliaria	(0,9)	0,0	N/A
Coste de Personal	(111,8)	(113,1)	(1,2%)
Gastos Directos de Gestión	(101,2)	(98,3)	2,9%
<b>BENEFICIO DE GESTIÓN</b>	<b>58,1</b>	<b>62,2</b>	<b>(6,6%)</b>
Reversion Provision Contratos Onerosos	4,5	3,1	(43,4%)
Arrendamientos y Contribución Urb.	(70,8)	(73,0)	(3,0%)
<b>EBITDA</b>	<b>(8,2)</b>	<b>(7,7)</b>	<b>(7,3%)</b>
Amortizaciones	(23,7)	(24,0)	(1,0%)
<b>EBIT</b>	<b>(32,0)</b>	<b>(31,7)</b>	<b>(1,0%)</b>
Gastos Financieros	(13,7)	(17,2)	(20,0%)
Resultados Puesta en Equivalencia	(0,6)	(0,9)	36,2%
<b>EBT</b>	<b>(46,3)</b>	<b>(49,8)</b>	<b>6,9%</b>
Impuesto sobre Sociedades	4,9	6,5	(25,1%)
<b>Resultado antes de Minoritarios</b>	<b>(41,5)</b>	<b>(43,3)</b>	<b>4,2%</b>
Intereses Minoritarios	4,7	4,6	2,4%
<b>RESULTADO NETO recurrente</b>	<b>(36,8)</b>	<b>(38,7)</b>	<b>5,0%</b>
-----			
EBITDA no recurrente	(3,5)	(1,6)	(128,4%)
Otros elementos no recurrentes	1,7	(1,2)	237,8%
<b>RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente</b>	<b>(38,6)</b>	<b>(41,5)</b>	<b>7,0%</b>

**Evolución financiera y otros hechos relevantes**

- Arrendamientos:** La compañía ha logrado reducir los gastos totales de arrendamiento en el primer trimestre de 2014 en un -3,0% por renegociaciones de contratos en España y por abandono de contratos con contribución negativa, compensando además incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC. A lo largo del primer trimestre se han realizado 11 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento con EBITDA negativo, logrando la cancelación de 1 contrato de arrendamiento. Con estas actuaciones se consiguen ahorros anualizados de €1,9M, de los cuales €1,8M son tienen carácter permanente.
- Intereses Minoritarios:** muestran principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana.

### EBITDA no recurrente

En Q1 2013 se incluyeron a nivel de EBITDA €-1,6M en concepto de indemnizaciones por reestructuración de plantillas. En el primer trimestre de 2014 se incluye €-3,5M, cuyo componente principal siguen siendo indemnizaciones.

### Otros elementos no recurrentes

- **Impairment:** no ha sido necesario dotar ningún importe adicional a nivel consolidado.
- **Otros elementos:** en el 2013 se incluía la provisión por el Equity Swap que cubría el Plan de Opciones cancelado en el mes de noviembre con la refinanciación de la deuda.

### Deuda Financiera y Liquidez

A 31 de marzo de 2014 Cifras en millones de Euros	Límite	Disponible	Dispuesto	Vencimiento *				
				2014	2015	2016	2017	≥ 2018
<b>Deuda Senior</b>								
Préstamo Sindicado a Largo Plazo	133,3	-	133,3	19,0	19,0	19,0	76,3	-
Crédito Sindicado a Largo Plazo	66,7	66,7	-	-	-	-	-	-
Bonos Senior con Garantía (Vencimiento 2019)	250,0	-	250,0	-	-	-	-	250,0
<b>Total deuda garantizada por el Colateral</b>	<b>450,0</b>	<b>66,7</b>	<b>383,3</b>	<b>19,0</b>	<b>19,0</b>	<b>19,0</b>	<b>76,3</b>	<b>250,0</b>
Otra deuda con Garantía	198,1	3,4	194,7	25,6	33,1	22,0	52,3	61,7
<b>Total deuda con garantía</b>	<b>648,1</b>	<b>70,1</b>	<b>578,0</b>	<b>44,6</b>	<b>52,1</b>	<b>41,0</b>	<b>128,6</b>	<b>311,7</b>
Bonos Convertibles sin garantía (Vencimiento 2018)	224,5	0,0	224,5	-	-	-	-	224,5
Préstamos y créditos sin garantía	24,1	7,1	17,0	17,0	-	-	-	0,0
Préstamos subordinados	75,0	0,0	75,0	-	-	-	-	75,0
<b>Total deuda sin garantía</b>	<b>323,6</b>	<b>7,1</b>	<b>316,5</b>	<b>17,0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>299,5</b>
Gastos de formalización	-	-	(22,9)	(0,7)	(0,7)	(0,7)	(2,9)	(17,9)
Deuda por intereses	-	-	11,1	11,1	-	-	-	-
<b>Total deuda</b>	<b>971,7</b>	<b>77,2</b>	<b>882,7</b>	<b>72,0</b>	<b>51,4</b>	<b>40,3</b>	<b>125,7</b>	<b>593,3</b>
Tesorería y otros activos líquidos equivalentes **		80,8	80,8					
<b>Deuda neta</b>		<b>158,0</b>	<b>801,9</b>					

\* Según calendario de vencimientos originales

\*\* No incluye el valor de mercado de nueve millones de acciones en autocartera prestadas a los bancos colocadores de los bonos convertibles.

- La deuda neta del Grupo al cierre del primer trimestre del año es de €801,9M, incrementándose €57M respecto al último trimestre de 2013 (€745M), fundamentalmente debido al capex de reposicionamiento y a la estacionalidad del negocio, que hace que este primer trimestre sea el peor en cuanto a generación de caja.
- La reducción del gasto financiero en el trimestre responde al menor volumen de deuda y a los menores spreads obtenidos en la refinanciación del último trimestre del 2013.

### Actividad Inmobiliaria

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €3,2M frente a los €2,1M alcanzados en el mismo periodo del año anterior. En el primer trimestre de 2014 se ha escriturado 1 villa y un atraque mientras que en 2013 no se produjeron ventas.
- A través de la participada Residencial Marlin, que consolida por el método de puesta en equivalencia, se han escriturado un total de 2 apartamentos por importe de €0,69M, frente a otros tantos del año anterior por un importe de €1,05M.

**Avance Ventas y Resultados 3 meses 2014**

Madrid, 6 de Mayo 2014

- El EBITDA fue de €-0,89M, comparados con los €-0,51M en el mismo periodo del año pasado. El peor EBITDA del ejercicio 2014 corresponde a un menor margen en la venta de unidades inmobiliarias así como a un incremento de los gastos operativos, motivado por un incremento de los gastos de mantenimiento en la compañía de aguas por diversas reparaciones extraordinarias. El Resultado Neto es de €-2,20M, comparado con los €-1,52M del año anterior.

**Firmas y Aperturas**

Desde el 1 de enero de 2014 hasta el 31 de marzo de 2014, NH Hoteles ha firmado un contrato en gestión en La Habana, Cuba, con 220 habitaciones y que ha sido abierto el 1 de febrero de este año, un contrato de gestión en Trento, Italia, con 89 habitaciones y apertura prevista para el primer trimestre del año 2015, un contrato en arrendamiento en Sao Paulo (Brasil) con 174 habitaciones y fecha prevista de apertura en el primer trimestre del año 2016 y un contrato en gestión en Lima, Perú, con 164 habitaciones y que estará operativo en el año 2016.

**Hoteles Firmados desde el 1 de enero al 31 de marzo de 2014**

Ciudad/País	Contrato	# Habitaciones	Apertura
La Habana, Cuba	Gestion	220	2014
Trento, Italia	Gestion	89	2015
Sao Paulo, Brasil	Renta	174	2016
Lima, Perú	Gestión	164	2016
<b>647</b>			

**Nuevas Incorporaciones**

Durante el primer trimestre del año 2014 ha abierto sus puertas el primer hotel NHOW en Rotterdam, Holanda, de 278 habitaciones y el hotel de 4 estrellas en Capri, La Habana de 220 habitaciones.

**Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 31 de marzo de 2014**

Hoteles	Ciudad/País	Contrato	# Habitaciones
<b>Nhow Rotterdam</b>	Rotterdam, Holanda	Gestión	278
<b>NH Capri La Habana</b>	La Habana, Cuba	Gestión	220
<b>Total Nuevas Aperturas</b>			<b>498</b>

**Gestión de Activos**

**Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero al 31 de marzo 2014**

Hoteles	Ciudad/País	Mes	Contrato	# Habitaciones
<b>NH Agustinos</b>	Berrioplano, España	Enero	Gestion	60
<b>NH Delta</b>	Tudela, España	Enero	Franquicia	43
<b>NH Castellar</b>	Castellar de la Frontera, España	Febrero	Gestion	74
<b>NH Lotti</b>	Paris, Francia	Marzo	Gestion	159
<b>NH Santander Parayas</b>	Santander, España	Marzo	Renta	103
<b>Total Salidas</b>				<b>439</b>

**HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELES POR PAÍSES A 31 DE MARZO 2014**

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	157	19.189	3	85	9.924	16	2.428	49	6.252	7	585
B.U. ESPANA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPANA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	49	7.970	1	31	5.185	15	2.280	3	505	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	36	6.789	4	16	2.441	17	3.522	3	826	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	10	1.550	-	2	434	8	1.116	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	2	397	-	2	397	-	-	-	-	-	-
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	522	-	3	400	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. EUROPA CENTRAL	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	12	1.984	-	4	581	4	681	4	722	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	13	2.049	-	-	-	11	1.524	2	525	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	4	2.011	-	-	-	-	-	4	2.011	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	3	1.195	-	-	-	-	-	3	1.195	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	1	137	-	-	-	1	137	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CUBA	1	220	-	-	-	-	-	1	220	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	122	-	-	-	1	122	-	-	-	-
<b>HOTELES ABIERTOS</b>		<b>376</b>	<b>58.252</b>	<b>20</b>	<b>210</b>	<b>30.858</b>	<b>82</b>	<b>13.354</b>	<b>76</b>	<b>13.362</b>	<b>8</b>	<b>678</b>

**PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE MARZO 2014**

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		GESTION	
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	1	96	-	-	-	-	-	1	96
B.U. ITALIA	ITALIA	4	570	-	2	322	-	-	2	248
B.U. LAS AMERICAS	PERU	1	164	-	-	-	-	-	1	164
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	1	200	-	-	-	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	BRASIL	2	354	-	2	354	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	146	-	-	-	-	-	1	146
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	1	142	-	-	-	-	-	1	142
<b>PROYECTOS FIRMADOS</b>		<b>11</b>	<b>1.672</b>	<b>-</b>	<b>4</b>	<b>676</b>	<b>1</b>	<b>200</b>	<b>6</b>	<b>796</b>

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

	2014	2015	2016
Inversión esperada (€ millones)	3,7	10,1	0,7

**nH** | HOTEL GROUP

---

**nH**  
HOTELS

  
nH COLLECTION

*nhow*

**Hesperia**  
RESORTS

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