



Grupo Hotelero Santa Fe Reporta Incremento de 35% en Ingresos Totales y 58% en UAFIDA para el 2T15

México D.F., a 23 de julio de 2015 – Grupo Hotelero Santa Fe S. A. B. de C. V. (BMV: HOTEL) (“HOTEL” o “la Compañía”), anunció hoy sus resultados correspondientes al segundo trimestre del año terminado el 30 de junio de 2015 (“2T15”). Las cifras están expresadas en pesos Mexicanos, sin auditar y han sido preparadas de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (“IFRS”).

Información Relevante del 2T15

- Los Ingresos Totales para el 2T15 alcanzaron Ps. 218.7 millones, 35.2% mayor respecto del 2T14, impulsado por un crecimiento de 41.7% en Ingresos por Habitaciones, 43.2% en Ingresos de Alimentos y Bebidas y 3.5% en Otros Ingresos.
- La UAFIDA¹ alcanzó Ps. 63.8 millones, 57.9% mayor que el año anterior. El margen UAFIDA incrementó 4.2 puntos porcentuales respecto al 2T14, para alcanzar 29.2% en el 2T15.
- La Utilidad Neta disminuyó de Ps. 17.5 millones en el 2T14 a una pérdida de Ps. 51 mil en el 2T15, debido principalmente a gastos no recurrentes y a la pérdida cambiaria ocasionada por la depreciación del peso contra el dólar durante el periodo.
- Los ingresos en dólares representaron el 29.3% de los ingresos totales lo cual permite mantener una cobertura natural de la deuda financiera en dólares.
- El Flujo de Operación alcanzó Ps. 62.1 millones en el 2T15, 46.9% mayor que los Ps. 42.3 millones del 2T14 debido principalmente al crecimiento en UAFIDA.
- El número de habitaciones totales en operación al cierre del 2T15 fue de 3,722, 13.0% de crecimiento en comparación con 3,295 que la Compañía operó al cierre del 2T14, principalmente por las adquisiciones realizadas.
- El RevPAR² de los hoteles propios creció 18.5% respecto del 2T14 derivado de una mejora del 10.9% en el ADR² y 4.0 puntos porcentuales en ocupación.
- En línea con el plan de expansión, durante el 2T15, la Compañía adquirió un hotel de cinco estrellas de 215 habitaciones por Ps. 266.0 millones. A partir de su adquisición, el hotel es operado por la Compañía bajo la marca Krystal® con el nombre de Krystal Satélite María Bárbara.

Cifras en miles de Pesos	Segundo Trimestre			Acumulado Enero - Junio		
	2015	2014	% Var.	2015	2014	% Var.
Ingresos	218,648	161,671	35.2	455,319	360,065	26.5
UAFIDA	63,817	40,428	57.9	152,104	101,720	49.5
Margen de UAFIDA	29.2%	25.0%	4.2 pt	33.4%	28.3%	5.2 pt
Utilidad de Operación	32,294	24,519	31.7	96,338	60,428	59.4
Utilidad Neta	(51)	17,466	(100.3)	16,167	38,170	(57.6)
Margen de Utilidad Neta	(0.0%)	10.8%	(10.8 pt)	3.6%	10.6%	(7.1 pt)
Ocupación	62.0%	58.0%	4.0 pt	63.5%	61.5%	2.0 pt
ADR (Pesos)	1,151	1,038	10.9	1,221	1,122	8.9
RevPAR (Pesos)	714	602	18.5	776	690	12.5

¹UAFIDA se determina mediante la suma de la Utilidad de Operación, la Depreciación y los Gastos No Recurrentes.

²RevPAR o ingreso por habitación disponible, y ADR o tarifa promedio diaria, por sus siglas en Inglés, Revenue Per Available Room y Average Daily Rate, respectivamente.

Comentario del Director General

El Lic. Francisco Zinser, comentó:

Sin duda el primer semestre del año ha sido extraordinario para el sector hotelero y para HOTEL. Según DATATUR en el periodo de enero a mayo de 2015 comparado contra el mismo periodo del 2014, el número de turistas nacionales fue de 21.9 millones que representa un incremento del 3.3%; así mismo en el caso de viajeros internacionales fue de 13 millones que representa un incremento del 7.2%. En HOTEL, el crecimiento para el total de nuestro portafolio fue de un 7.0% en el combinado de viajeros nacionales e internacionales, creciendo por encima de la media de la industria. En los próximos años se espera que la demanda hotelera continúe creciendo, se observa una clara tendencia entre los viajeros a buscar hospedarse en hoteles afiliados a marcas de reconocido prestigio que garanticen consistencia y calidad.

En función de lo anterior, nuestra marca Krystal® está en una posición privilegiada para consolidarse dadas estas oportunidades, y convertir hoteles sin afiliación a nuestra marca; claro ejemplo son los hoteles Krystal Urban Cancún Centro y Krystal Satélite María Bárbara que se han adquirido recientemente.

Tuvimos un segundo trimestre con resultados extraordinarios contra el año anterior. El crecimiento en ingresos totales y UAFIDA al 2T15 fue del 35.2% y 57.9%, respectivamente. Esto se debe en gran medida al crecimiento de nuestro RevPAR que fue superior en un 18.5%; que se debe en un 59.0% a un incremento en el ADR y el resto a una mejora en la ocupación de 4.0 puntos porcentuales. En el periodo enero-junio nuestros ingresos totales y UAFIDA crecieron en un 26.5% y 49.5% respectivamente, comparados con el mismo periodo del 2014. Lo anterior se debe a que el crecimiento del RevPAR fue de un 12.5% el cual se debe en un 71.2% al crecimiento del ADR. Es importante mencionar que el crecimiento vía ADR es el que resulta más rentable.

Durante el 2T15 continuamos con la integración de los hoteles Krystal Urban Cancún Centro y Krystal Satélite María Bárbara, en los cuales estamos llevando a cabo diversas iniciativas que incluyen remodelaciones de las áreas principales para adecuarlos a los estándares de la marca, así como la implementación del plan estratégico comercial y de marketing para incorporarlos a nuestros acuerdos corporativos. Por otra parte seguimos llevando a cabo los análisis de costos y gastos para poder llevar estas propiedades a los niveles de eficiencia del grupo. Paralelamente estamos llevando a cabo una reingeniería de procesos así como cursos de capacitación al personal. Se comienzan a ver los frutos de estas acciones tanto en los resultados como en los principales indicadores de dichos hoteles.

Continuamos trabajando para las próximas aperturas de Krystal Urban Guadalajara en el 4T15 y de Hilton Garden Inn Monterrey Aeropuerto y Hampton Inn & Suites Tabasco en 3T15. Estas propiedades cuentan con ubicaciones privilegiadas, acorde a nuestra estrategia.

Es importante mencionar que durante los últimos 24 meses, a través de recursos propios y de terceros, se han invertido más de Ps. 2,200 millones en nuestra marca Krystal® y hemos agregado más de 1,200 habitaciones a nuestro portafolio bajo la marca Krystal® para continuar con su posicionamiento y desarrollo. Vemos adicionalmente una oportunidad de continuar creciendo por la vía de contratos de operación de terceros con nuestra marca principalmente. Estamos por lanzar una campaña específica de posicionamiento de la recién creada marca Krystal Grand dirigida al sector de Gran Turismo. El ritmo de afiliaciones a nuestro programa de lealtad Krystal Rewards®, ha superado nuestras expectativas, denotando el gran interés de nuestros huéspedes por estrechar aún más su relación con la marca Krystal®.

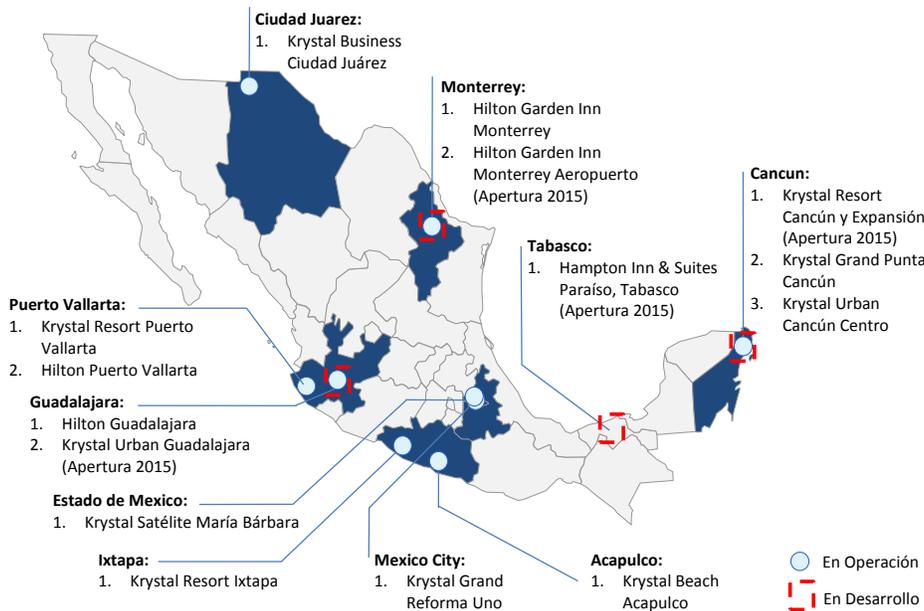
Agradecemos a nuestros inversionistas su confianza; nos enorgullecemos de continuar generando resultados financieros extraordinarios para ellos y de poder brindar a nuestros huéspedes la calidad de la marca Krystal® que es resultado de la pasión de nuestros colaboradores. Las características de nuestra oferta están basadas en ubicaciones irremplazables que cuentan con un producto superior y servicio que supera con las expectativas de nuestros clientes, creando así valor que nos convertirá en el operador hotelero líder en el país.

Portafolio de Hoteles

No.	Hotel Name	Total Rooms	Ownership	Type	Category	Stabilized	City	State
1	Hilton Guadalajara	450	100%	Urban	Grand Tourism	Yes	Guadalajara	Jalisco
2	Hilton Garden Inn Monterrey	150	100%	Urban	4 stars	Yes	Monterrey	Nuevo León
3	Krystal Business Cd. Juarez	120	100%	Urban	4 stars	Yes	Ciudad Juarez	Chihuahua
4	Krystal Grand Reforma Uno	489	-	Urban	Grand Tourism	In Process	Distrito Federal	Distrito Federal
5	Krystal Urban Cancun	212	100%	Urban	4 stars	In Process	Cancún	Quintana Roo
6	Krystal Satélite María Bárbara	215	100%	Urban	5 stars	In Process	Estado de México	Estado de México
Subtotal Urban		1,636						
7	Krystal Resort Cancún	457	-	Resort	5 stars	Yes	Cancún	Quintana Roo
8	Krystal Resort Ixtapa	255	-	Resort	5 stars	Yes	Ixtapa	Guerrero
9	Krystal Resort Puerto Vallarta	420	-	Resort	5 stars	Yes	Vallarta	Jalisco
10	Krystal Grand Punta Cancún	295	100%	Resort	Grand Tourism	In Process	Cancún	Quintana Roo
11	Hilton Puerto Vallarta Resort	259	100%	Resort	Grand Tourism	In Process	Vallarta	Jalisco
12	Krystal Beach Acapulco	400	100%	Resort	4 stars	In Process	Acapulco	Guerrero
Subtotal Resorts		2,086						
Total in Operations		3,722						
13	Hilton Garden Inn Monterrey Airport	134	15%	Urban	4 stars		Monterrey	Nuevo León
14	Hampton Inn & Suites Paraíso Tabasco	117	-	Urban	4 stars		Paraíso	Tabasco
15	Krystal Urban Guadalajara	140	100%	Urban	4 stars		Guadalajara	Jalisco
	Expansion - Krystal Resort Cancún	46	-	Resort	5 stars		Cancún	Quintana Roo
Total Under Development		437						
Total		4,159						

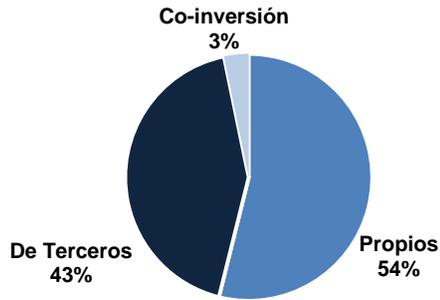
Al cierre del 2T15, HOTEL cuenta con un total de 12 hoteles en operación, de los cuales 8 son propiedad de la Compañía y 4 son propiedad de terceros. Esto representa un crecimiento de 2 nuevas unidades en relación con los 10 hoteles que operaban al cierre del 2T14. El número de habitaciones totales en operación al 2T15 fue de 3,722, un incremento del 13.0% en comparación con 3,295 que la Compañía operaba al cierre del mismo periodo del año anterior.

Adicionalmente, HOTEL cuenta con un total de 251 habitaciones en construcción en Monterrey y Paraíso Tabasco, 140 en conversión en Guadalajara, así como una ampliación de 46 habitaciones en el Krystal Resort Cancún para un total de 15 hoteles y 4,159 habitaciones. A continuación se presenta la distribución geográfica del portafolio de hoteles:

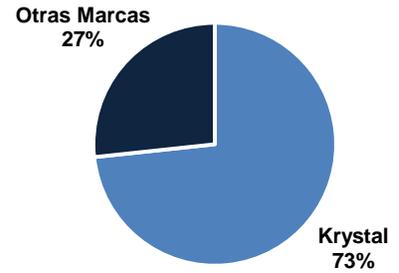


En las siguientes gráficas se presenta un resumen de la composición del portafolio de hoteles en términos de habitaciones operadas y en desarrollo (incluyendo construcción y conversión) al cierre del 2T15:

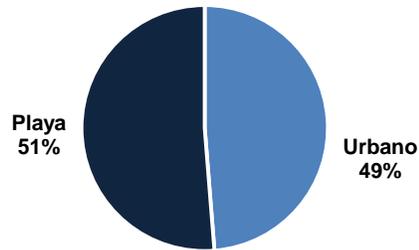
Propiedad



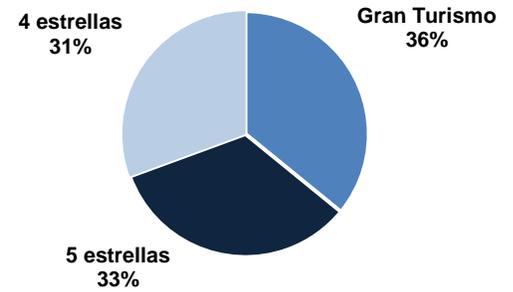
Marca



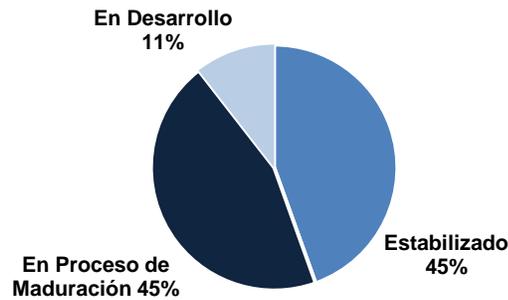
Segmento



Categoría



Etapa de Estabilización



Clasificación de Hoteles

Con el fin de poder comparar adecuadamente las métricas operativas, el portafolio de hoteles se clasifica en i) hoteles propios y ii) hoteles de terceros en administración por parte de HOTEL. Lo anterior obedece a que la mayor parte de los ingresos de la Compañía provienen de los hoteles propios mientras que los hoteles en administración, independientemente de que son fundamentales para efectos comerciales así como para la plataforma de hoteles, únicamente generan honorarios por su gestión, los cuales se presentan en la partida de Otros Ingresos en el Estado de Resultados.

Los hoteles propios se clasifican de acuerdo a la etapa del ciclo de estabilización en la que se encuentran. Dentro de esta clasificación, se consideran como hoteles maduros o estabilizados aquéllos que han estado en operación al menos 36 meses. Por otro lado, los hoteles que llevan menos de 36 meses bajo la operación de HOTEL y que continúan en su ciclo de estabilización, se consideran hoteles en etapa de maduración.

Al cierre del 2T15, HOTEL cuenta con 8 hoteles propios (3 estabilizados y 5 en etapa de maduración) y 4 hoteles en administración.

Las métricas operativas para el 2T15 consideran 3,179 habitaciones hoteleras de un total en operación de 3,722, ya que excluyen 281 habitaciones de Club Vacacional³, 181 habitaciones que estuvieron en remodelación (152 del Krystal Grand Reforma Uno, 20 del Krystal Urban Cancún Centro y 9 del Krystal Satélite María Bárbara) y un efecto de 81 habitaciones menos durante el periodo dado que las 215 habitaciones del Krystal Satélite María Bárbara no estuvieron disponibles durante todo el periodo en virtud que su adquisición se llevó a cabo en mayo del 2015.

Las métricas operativas para el Acumulado Enero-Junio 2015 consideran 3,112 habitaciones hoteleras de un total en operación de 3,722, ya que excluyen 281 habitaciones de Club Vacacional, 186 habitaciones que estuvieron en remodelación (157 del Krystal Grand Reforma Uno, 20 del Krystal Urban Cancún Centro y 9 del Krystal Satélite María Bárbara) y un efecto de 143 habitaciones menos durante el periodo dado que las 215 habitaciones del Krystal Satélite María Bárbara no estuvieron disponibles durante todo el periodo en virtud de que su adquisición se llevó a cabo en mayo del 2015.

³ Las 281 habitaciones de Club Vacacional son 53 propias y 228 son de hoteles propiedad de terceros bajo administración de la Compañía. El ingreso de Club Vacacional se ve reflejado en el rubro de Otros Ingresos en el Estado de Resultados y por eso se excluye del presente análisis.

Conforme a dicha clasificación, la siguiente tabla contiene un resumen de los principales indicadores operativos del 2T15 comparados contra el mismo periodo del año anterior.

Cifras en Pesos Clasificación de Hoteles	Segundo Trimestre			Acumulado Enero-Junio		
	2015	2014	% Var.	2015	2014	% Var.
Hoteles Propios Estabilizados	3	3	0.0	3	3	0.0
Número de Habitaciones	720	720	0.0	720	720	0.0
Ocupación	61.4%	55.9%	5.5 pt	59.8%	56.7%	3.1 pt
ADR	1,058	954	10.9	1,114	1,014	9.8
RevPAR	650	534	21.8	666	575	15.7
Hoteles Propios en Maduración	5	3	66.7	5	3	66.7
Número de Habitaciones	1,218	901	35.1	1,156	901	28.3
Ocupación	62.4%	59.7%	2.7 pt	65.9%	65.3%	0.6 pt
ADR	1,204	1,100	9.5	1,282	1,197	7.1
RevPAR	752	657	14.4	844	781	8.1
Total Hoteles Propios	8	6	33.3	8	6	33.3
Número de Habitaciones	1,938	1,621	19.5	1,876	1,621	15.7
Ocupación	62%	58.0%	4.0 pt	63.5%	61.5%	2.0 pt
ADR	1,151	1,038	10.9	1,221	1,122	8.9
RevPAR	714	602	18.5	776	690	12.5
Hoteles en Administración	4	4	0.0	4	4	0.0
Número de Habitaciones	1,241	1,389	(10.6)	1,236	1,389	(11.0)
Ocupación	76.8%	68.5%	8.3 pt	80.0%	70.2%	9.7 pt
ADR	1,179	1,116	5.7	1,227	1,139	7.8
RevPAR	906	765	18.5	982	800	22.7
Total Hoteles en Operación	12	10	20.0	12	10	20.0
Número de Habitaciones	3,179	3,010	5.6	3,112	3,010	3.4
Ocupación	67.8%	62.9%	4.9 pt	70.1%	65.5%	4.5 pt
ADR	1,163	1,077	8.0	1,224	1,130	8.3
RevPAR	789	677	16.5	858	740	15.8

Notas: Se excluyen las 33 habitaciones del hotel Mosquito Beach en Playa del Carmen que la Compañía operó en los primeros 8 meses del año 2014 y que cerró debido a que los propietarios decidieron rediseñar el uso del inmueble.

Resultados Financieros Consolidados

Cifras en miles de Pesos Estado de Resultados	Segundo Trimestre			Acumulado Enero - Junio		
	2015	2014	% Var.	2015	2014	% Var.
Ingresos Por Habitaciones	125,866	88,837	41.7	263,366	202,338	30.2
Ingresos Por Alimentos y Bebidas	62,825	43,886	43.2	127,100	98,230	29.4
Otros Ingresos	29,957	28,948	3.5	64,854	59,496	9.0
Ingresos Totales	218,648	161,671	35.2	455,319	360,065	26.5
Costos y Gastos Operativos	92,492	75,501	22.5	181,263	158,025	14.7
Administración y Ventas	58,589	42,721	37.1	114,940	94,103	22.1
Otros Gastos	3,750	3,021	24.1	7,013	6,216	12.8
Depreciación	21,558	16,663	29.4	42,587	35,677	19.4
Total Costos y Gastos	176,388	137,906	27.9	345,802	294,021	17.6
Total Gastos No Recurrentes	9,966	(754)	(1421.7)	13,179	5,616	134.7
UAFIDA	63,817	40,428	57.9	152,104	101,720	49.5
Margen de UAFIDA (%)	29.2%	25.0%	4.2 pt	33.4%	28.3%	5.2 pt
Utilidad de Operación	32,294	24,519	31.7	96,338	60,428	59.4
Margen de Utilidad de Operación (%)	14.8%	15.2%	(0.4 pt)	21.2%	16.8%	4.4 pt
Costo Financiero neto	(32,633)	(4,308)	657.5	(76,268)	(13,113)	481.6
Impuestos a la utilidad	(205)	1,983	(110.3)	4,042	4,641	(12.9)
Interes minoritario	0	(602)	(100.0)	0	(4,343)	(100.0)
Utilidad Neta	(51)	17,466	(100.3)	16,167	38,170	(57.6)
Margen de Utilidad Neta (%)	(0.0%)	10.8%	(10.8 pt)	3.6%	10.6%	(7.1 pt)

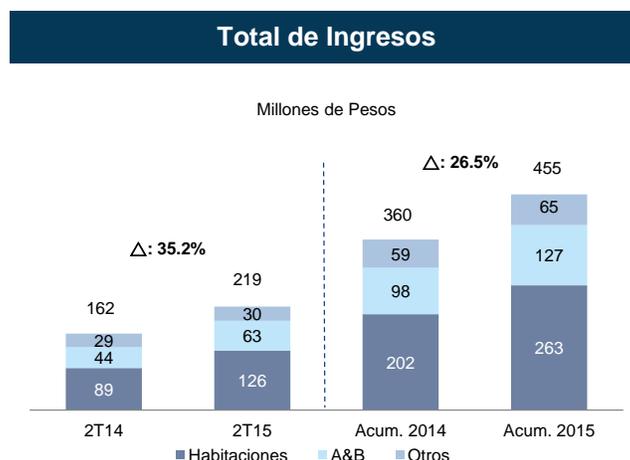
Ingresos

Durante el 2T15, los Ingresos Totales incrementaron 35.2%, al pasar de Ps. 161.7 millones en el 2T14 a Ps. 218.7 millones, impulsado por un crecimiento de 41.7% en Ingresos por Habitaciones, 43.2% en Ingresos de Alimentos y Bebidas y 3.5% en Otros Ingresos.

Los Ingresos por Habitaciones en el 2T15 tuvieron un incremento del 41.7% en comparación con el 2T14 derivado de un crecimiento del 19.5% en el número de habitaciones propias y una mejora en el RevPAR del 18.5%. A su vez, el crecimiento en RevPAR está compuesto por una mejora del 10.9% en el ADR y 4.0 puntos porcentuales en ocupación.

Los hoteles propios estabilizados tuvieron un crecimiento del 21.8% en Ingresos por Habitaciones derivado de una mejora del 10.9% en ADR y 5.5 puntos porcentuales en ocupación, respecto del 2T14.

Por su parte, los hoteles propios en maduración tuvieron un crecimiento del 54.6% en Ingresos por Habitaciones derivado de un incremento del 14.4% en RevPAR y un crecimiento del 35.1% en el número de habitaciones por las adquisiciones



del hotel Krystal Urban Cancún Centro en diciembre de 2014 y del Krystal Satélite María Bárbara, el cual lleva 55 días en operación al cierre del 2T15.

Los Ingresos por Alimentos y Bebidas crecieron 43.2%, al pasar de Ps. 43.9 millones en el 2T14 a Ps. 62.8 millones en el 2T15. Este crecimiento fue impulsado principalmente por la evolución de la etapa de maduración presentada en los hoteles Krystal Grand Punta Cancún y Hilton Puerto Vallarta, así como por la adición de los hoteles Krystal Urban Cancún Centro y Krystal Satélite María Bárbara que al 2T14 aún no formaban parte del portafolio de hoteles.

Por último, el rubro de Otros Ingresos, que incluye entre otros, los honorarios por administración de hoteles de terceros, así como otros ingresos de hoteles tales como ingreso por estacionamiento, ingresos de lavandería, teléfonos y renta de locales comerciales, presentó un incremento de 3.5%, al pasar de Ps. 28.9 millones en el 2T14 a Ps. 29.9 millones. A continuación se presenta el detalle de Otros Ingresos.

Cifras en miles de Pesos	Segundo Trimestre			Acumulado Enero - Junio		
	2015	2014	% Var.	2015	2014	% Var.
Integración de Otros Ingresos						
Otros Ingresos de Hoteles	19,462	18,852	3.2	41,974	38,851	8.0
Honorarios por Administración de Hoteles de Terceros	10,495	10,096	3.9	22,880	20,645	10.8
Total Otros Ingresos	29,957	28,948	3.5	64,854	59,496	9.0

A pesar de que para el 2T15 el RevPAR de hoteles en administración creció 18.5% respecto del 2T14, la remodelación, que está llevando a cabo el propietario del hotel Krystal Grand Reforma Uno conforme al estándar de la marca Krystal® disminuyó la base de habitaciones disponibles en 10.6% en comparación con el mismo periodo del año anterior, por lo que el crecimiento en Ingresos por Habitaciones fue de 5.9%, situación que repercutió en los honorarios por administración recibidos por la Compañía.

Adicionalmente, existe un efecto no comparable en el 2014 por la operación del hotel Mosquito Beach de 33 habitaciones en Playa del Carmen, que la Compañía operó en los primeros 8 meses del 2014⁴.

La Compañía ve una oportunidad de continuar con sus planes de crecimiento por la vía de contratos de operación de terceros principalmente con la marca Krystal® sin impactar su estructura operativa de manera significativa.

Costos y Gastos

Costos y Gastos Operativos: incrementaron 22.5% pasando de Ps. 75.5 millones en el 2T14 a Ps. 92.5 millones en el 2T15. El incremento fue principalmente en costos directos que son proporcionales al incremento en ingresos así como un incremento en gastos departamentales por la adición de los hoteles Krystal Urban Cancún Centro y Krystal Satélite María Bárbara; sin embargo, se lograron eficiencias operativas por 4.4 puntos porcentuales ya que en el 2T15 los costos y gastos operativos representaron 42.3% de los ingresos totales en comparación con 46.7% en el 2T14.

Costos y Gastos de Administración y Ventas: incrementaron 37.1%, de Ps. 42.7 millones en el 2T14 a Ps. 58.6 millones en el 2T15. Los costos y gastos de administración como porcentaje de los ingresos totales se mantuvieron estables en 26.8% para el 2T15 en comparación con 26.4% en el 2T14. El incremento se debe a la creación de una reserva de publicidad para el lanzamiento de la marca Krystal Grand que se implementará en la segunda mitad del año y por los gastos de los hoteles Krystal Urban Cancún Centro y Krystal Satélite María Bárbara que no formaban parte del portafolio en el 2T14.

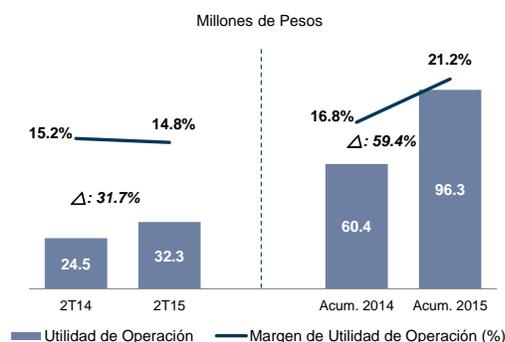
⁴ La Compañía dejó de operar el hotel Mosquito Beach Playa del Carmen debido a que los propietarios decidieron rediseñar el uso del inmueble.

Utilidad de Operación

Para el 2T15, la Utilidad de Operación aumentó 31.7% de Ps. 24.5 millones en el 2T14 a Ps. 32.3 millones. El margen de operación decreció 0.4 puntos porcentuales de 15.2% en el 2T14 a 14.8% en el 2T15 debido a un incremento en gastos no recurrentes.

El incremento en Gastos no Recurrentes se debe principalmente a un incremento en gastos de expansión y apertura de hoteles, ya que la adquisición del Krystal Satélite María Bárbara fue realizada bajo un esquema de adquisición de negocio en marcha, cuyos costos y gastos de cierre de la transacción no son capitalizados de conformidad con IFRS.

Utilidad de Operación



UAFIDA

Para el 2T15, la UAFIDA alcanzó Ps. 63.8 millones en comparación con Ps. 40.4 millones en el 2T14, lo que representa un incremento de 57.9%. El margen UAFIDA incrementó 4.2 puntos porcentuales, al pasar de 25.0% en el 2T14 a 29.2% en el 2T15.

(Cifras en miles de Pesos)	2T15	2T14	% Var.	Acum. 2015	Acum. 2014	% Var.
Utilidad de Operación	32,294	24,519	31.7	96,338	60,428	59.4
(+) Depreciación	21,558	16,663	29.4	42,587	35,677	19.4
(+) Gastos de Expansión y Apertura de Nuevos Hoteles ⁵	6,539	833	822.1	8,106	1,682	449.8
(+) Otros Gastos no Recurrentes ⁶	3,426	(1,587)	(244.0)	5,073	3,934	(0.0)
UAFIDA	63,817	40,428	57.9	152,104	101,720	49.5
Margen UAFIDA	29.2%	25.0%	4.2 pt	33.4%	28.3%	5.2 pt

Costo Financiero Neto

Para el 2T15, el Costo Financiero Neto pasó de Ps. 4.3 millones en el 2T14 a Ps. 32.6 millones. Dicha diferencia se deriva principalmente de un incremento en la pérdida cambiaria la cual pasó de una ganancia de Ps. 4.9 millones en el 2T14 a una pérdida de Ps. 24.2 millones en el 2T15. Lo anterior se debe a la depreciación del peso contra el dólar durante el periodo en cuestión y dado que prácticamente el total de la deuda financiera de la Compañía está contratada en dólares. Dicha pérdida cambiaria es una partida contable que no tiene un impacto en el flujo de efectivo operativo, dado el perfil de vencimientos de largo plazo de deuda de la empresa.

Utilidad Neta

La Utilidad Neta disminuyó de Ps. 17.5 millones en el 2T14 a una pérdida de Ps. 51 mil en el 2T15. La disminución se debió principalmente al incremento en gastos no recurrentes y a la pérdida cambiaria sufrida durante el segundo trimestre de 2015. Dicha pérdida cambiaria es una partida contable que no tiene un impacto en el flujo de efectivo operativo, dado el perfil de vencimientos de largo plazo de deuda de la empresa.

⁵ Gastos de expansión y apertura de nuevos hoteles incluyen gastos efectuados por el área de nuevos desarrollos y están relacionados con la adquisición y búsqueda de oportunidades de adquisición.

⁶ Otros gastos no recurrentes incluyen gastos por liquidaciones y asesorías relacionadas con la toma de posesión de hoteles adquiridos.

Flujo de Operación

Al cierre del 2T15, el Flujo de Operación alcanzó Ps. 62.1 millones, en comparación con Ps. 42.3 millones en el 2T14, lo cual representa un incremento del 46.9% que se debe principalmente al crecimiento en UAFIDA. El flujo de operación acumulado al 2T15 es de Ps. 160.4 millones en comparación con Ps. 94.3 millones durante el mismo periodo del año anterior, lo cual representa incremento del 70.1% que se debe principalmente al crecimiento en UAFIDA.

Resumen de Balance General

Cifras en miles de Pesos

Resumen del Balance General	Jun-15	Jun-14	Var \$	Var %
Efectivo y equivalentes de efectivo	83,854	35,599	48,255	135.6%
Cuentas por cobrar y otros activos circulantes	109,440	85,371	24,069	28.2%
Impuestos acreditables	87,588	112,874	(25,286)	(22.4%)
Depósito en fideicomiso adquisición hotel	31,800	-	31,800	NA
Total del activo circulante	312,682	233,843	78,838	33.7%
Efectivo restringido	42,882	26,832	16,049	59.8%
Inmuebles, mobiliario y equipo	2,664,963	2,095,325	569,639	27.2%
Otras partidas de activo no circulante	287,719	157,151	130,568	83.1%
Total del activo no circulante	2,995,564	2,279,308	716,256	31.4%
Total activo	3,308,246	2,513,151	795,095	31.6%
Vencimientos circulantes de la deuda	75,572	105,636	(30,064)	(28.5%)
Otros pasivos circulantes	150,940	103,117	47,824	46.4%
Total del pasivo circulante	226,512	208,752	17,760	8.5%
Deuda a largo plazo	863,345	781,611	81,734	10.5%
Otros pasivos no circulantes	85,969	2,296	83,672	3643.5%
Total del pasivo no circulante	949,314	783,907	165,406	21.1%
Total del capital contable	2,132,420	1,520,492	611,929	40.2%
Total pasivo y capital	3,308,246	2,513,151	795,095	31.6%

Efectivo y Equivalentes de Efectivo

El rubro de Efectivo y Equivalentes al cierre del 2T15, ascendió a Ps. 83.9 millones, un incremento de Ps. 48.3 millones respecto del 2T14.

Depósito en Fideicomiso Adquisición Hotel

Como parte de la búsqueda y análisis de oportunidades de inversión en hoteles e inmuebles para llevar a cabo su plan de expansión, durante el 2T15 la Compañía anunció la adquisición del Krystal Satélite María Bárbara. Como parte de dicha adquisición, la Compañía acordó con el vendedor retener Ps. 31.8 millones del precio de la adquisición como depósito en garantía para cubrir cualquier pasivo o contingencia.

Inmuebles, Mobiliario y Equipo

Este concepto registró Ps. 2,665 millones en el 2T15, un incremento de 27.2% respecto al 2T14. La Compañía lleva a cabo remodelaciones y renovaciones en sus activos fijos de manera rutinaria y a pesar de que en el mes de mayo de 2015 se adquirió el Krystal Satélite María Bárbara por Ps. 266.0 millones, la partida de inmuebles, mobiliario y equipo se ve contrarrestada por la depreciación del periodo.

Deuda Neta y Vencimientos

Al cierre del 2T15, la Deuda Neta de la Compañía fue de Ps. 812.2 millones. La Deuda Total de la Compañía, que está denominada prácticamente en su totalidad en dólares, tiene un costo promedio de 3.39% y el 92.0% de sus vencimientos son a largo plazo (ver gráfica de vencimientos). Adicionalmente, la Compañía cuenta con el 42.7% de su posición en Caja y Bancos en dólares para hacer frente a sus obligaciones financieras. A continuación se incluye el detalle de la deuda y de la posición en caja de la Compañía, así como una tabla de los vencimientos de la deuda.

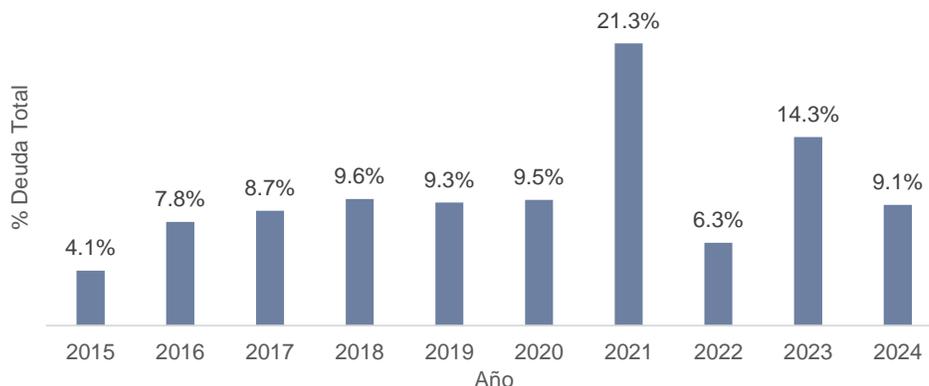
Cifras en miles de Pesos Financiamiento	Deuda ¹			Caja y Bancos ²	Deuda Neta
	Corto Plazo	Largo Plazo	Total		
Total	75,572	863,345	938,917	126,735	812,181
Denominación Pesos	773	-	773	72,585	(71,811)
Denominación USD	74,798	863,345	938,143	54,151	883,993
Tasa Promedio	3.46%	3.38%	3.39%		

Deuda Neta / UAFIDA (últimos 12 meses al 2T15) 3.10x

1) Incluye intereses devengados por pagar y efecto de instrumentos financieros relacionados con pasivos bancarios.

2) Incluye efectivo restringido.

Vencimientos de Grupo Hotelero Santa Fe al 30 de junio de 2015



Cobertura Cambiaria

La deuda financiera está contratada en dólares en virtud de que la Compañía cuenta con una porción significativa de sus ingresos en dólares. Durante el 2T15 aproximadamente el 29.3% de los Ingresos Totales de la Compañía estuvo denominado en dólares, lo cual generó un flujo de efectivo en dólares suficiente para dar servicio a la deuda financiera tanto en intereses como en capital, según se detalla en la siguiente tabla. Adicionalmente, la Compañía, en lo sucesivo y conforme a la generación de divisas de cada hotel, balanceará su deuda entre pesos y dólares.

Cifras en miles de Pesos

Análisis de Cobertura Cambiaria	2T15	Ene - Jun 15
Ingresos denominados en dólares	64,046	121,321
Costos y Gastos denominados en dólares	20,765	37,883
Flujo de efectivo denominado en dólares	43,281	83,438
Total Servicio de Deuda en dólares	26,632	53,459
Intereses	7,586	15,713
Capital	19,046	37,746
Razones de Cobertura		
Flujo de efectivo en dólares / Intereses	5.71x	5.31x
Flujo de efectivo en dólares / Servicio de Deuda	1.63x	1.56x

Eventos Relevantes

Durante el 2T15 y hasta la fecha del presente reporte, los eventos relevantes de HOTEL fueron los siguientes:

- Adquisición del hotel Krystal Satélite María Bárbara con 215 habitaciones ubicado en la zona norte del área metropolitana de la Ciudad de México.

Datos de la Conferencia Telefónica de 2T15:

HOTEL llevará a cabo un webcast (audio + presentación) para comentar estos resultados:

Fecha: Viernes 24 de julio de 2015

Hora: 12:00 hrs de la Ciudad de México
13:00 hrs del Este de Estados Unidos

Para acceso al audio y a la sesión de preguntas y respuestas, favor de marcar:

Teléfonos: EU: 1 800-863-3908 y 1 334-323-7224
México: 01 800-522-0034

Clave de la Conferencia: HOTEL 000

El webcast se llevará a cabo en Inglés y para seguir la presentación de Power Point se deberá ingresar a través de la página de internet: <http://www.gsf-hotels.com/investors/>

Acerca de Grupo Hotelero Santa Fe

Somos una de las empresas líderes dentro de la industria hotelera en México, enfocada en adquirir, desarrollar y operar hoteles. Contamos con un modelo de operación de hoteles único por su flexibilidad y adaptabilidad ya que nuestra experiencia nos permite operar bajo diferentes marcas, tanto nacionales como internacionales, en distintos segmentos.

Mantenemos un enfoque en el fortalecimiento y posicionamiento de nuestra marca Krystal®, la cual cuenta con gran reconocimiento en el mercado Mexicano. Esta estrategia nos permite ofrecer diferentes experiencias adecuadas a la demanda específica de cada mercado para lograr maximizar la rentabilidad de nuestras inversiones.

Nuestro modelo operativo se caracteriza por la eficiencia multifuncional de nuestro personal y un estricto control de gastos que permiten una rápida adaptación y anticipación a las necesidades cambiantes de la industria. Tenemos la capacidad de adicionar hoteles a nuestro portafolio existente de operación ya sea a través de la compra, el desarrollo o la conversión de propiedades o por medio de contratos de operación celebrados con terceros. Consideramos que nuestro portafolio diversificado de hoteles, nuestra capacidad de gestión enfocada en generar rentabilidad, en adición a tener la propiedad de una marca con gran reconocimiento en el mercado, nos ayuda en la obtención de contratos para la operación de hoteles de terceros.

Nota Legal:

La información que se presenta en este comunicado contiene ciertas declaraciones acerca del futuro e información relativa a Grupo Hotelero Santa Fe, S. A. B. de C. V. y sus subsidiarias (en conjunto "Grupo Hotelero Santa Fe" o la "Compañía") las cuales están basadas en el entendimiento de sus administradores, así como en supuestos e información actualmente disponible para la Compañía. Tales declaraciones reflejan la visión actual de Grupo Hotelero Santa Fe sobre eventos futuros y están sujetas a ciertos riesgos, factores inciertos y presunciones. Muchos factores podrían causar que los resultados, desempeño, o logros actuales de la Compañía sean materialmente diferentes con respecto a cualquier resultado futuro, desempeño o logro de Grupo Hotelero Santa Fe que pudiera ser incluido, en forma expresa o implícita dentro de dichas declaraciones acerca del futuro, incluyendo, entre otros: cambios en las condiciones generales económicas y/o políticas, cambios gubernamentales y comerciales a nivel global y en los países en los que la Compañía hace negocios, cambios en las tasas de interés y de inflación, volatilidad cambiaria, cambios en la demanda y regulación de los productos comercializados por la Compañía, cambios en el precio de materias primas y otros insumos, cambios en la estrategia de negocios y varios otros factores. Si uno o más de estos riesgos o factores inciertos se materializan, o si los supuestos utilizados resultan ser incorrectos, los resultados reales podrían variar materialmente de aquellos descritos en el presente como anticipados, creídos, estimados o esperados. Grupo Hotelero Santa Fe no pretende y no asume ninguna obligación de actualizar estas declaraciones acerca del futuro.

Estado de Resultados

GRUPO HOTELERO SANTA FE, S.A.B. de C.V.

Estados de Resultados Consolidados

Periodo de tres y seis meses terminados al 30 de junio 2015 y 2014

(Miles de pesos mexicanos)

Cifras en miles de Pesos Estado de Resultados	Segundo Trimestre			Acumulado Enero - Junio		
	2015	2014	% Var.	2015	2014	% Var.
Ingresos por Habitaciones	125,866	88,837	41.7	263,366	202,338	30.2
Ingresos por Alimentos y Bebidas	62,825	43,886	43.2	127,100	98,230	29.4
Otros Ingresos	29,957	28,948	3.5	64,854	59,496	9.0
Ingresos Totales	218,648	161,671	35.2	455,319	360,065	26.5
Costos y Gastos Operativos	92,492	75,501	22.5	181,263	158,025	14.7
Administración y Ventas	58,589	42,721	37.1	114,940	94,103	22.1
Otros Gastos	3,750	3,021	24.1	7,013	6,216	12.8
Depreciación	21,558	16,663	29.4	42,587	35,677	19.4
Total Costos y Gastos	176,388	137,906	27.9	345,802	294,021	17.6
Efecto del precio de ganga*	0	0	NA	0	0	NA
Gastos de expansión y apertura nuevos hoteles	6,539	833	685.1	8,106	1,682	382.0
Otros gastos no recurrentes	3,426	(1,587)	(315.9)	5,073	3,934	29.0
Total Gastos no recurrentes	9,966	(754)	(1421.7)	13,179	5,616	134.7
UAFIDA	63,817	40,428	57.9	152,104	101,720	49.5
Margen de UAFIDA (%)	29.2%	25.0%	4.2 pt	33.4%	28.3%	5.2 pt
Utilidad de Operación	32,294	24,519	31.7	96,338	60,428	59.4
Margen de Utilidad de Operación (%)	14.8%	15.2%	(0.4 pt)	21.2%	16.8%	4.4 pt
Gasto por intereses, neto	(8,297)	(8,151)	1.8	(13,986)	(15,037)	(7.0)
Pérdida en cambios, neta	(24,194)	4,972	(586.6)	(61,801)	3,253	(1999.9)
Otros costos financieros	(142)	(1,129)	(87.4)	(481)	(1,329)	(63.8)
Costo Financiero neto	(32,633)	(4,308)	657.5	(76,268)	(13,113)	481.6
Participación en resultados de inversiones permanentes	83	(160)	NA	139	(160)	NA
Utilidad Antes de Impuestos	(256)	20,051	(101.3)	20,209	47,155	(57.1)
Impuestos a la utilidad	(205)	1,983	(110.3)	4,042	4,641	(12.9)
Interes minoritario	0	(602)	(100.0)	0	(4,343)	(100.0)
Utilidad Neta	(51)	17,466	(100.3)	16,167	38,170	(57.6)
Margen de Utilidad Neta (%)	(0.0%)	10.8%	(10.8 pt)	3.6%	10.6%	(7.1 pt)

Estado de Situación Financiera

Grupo Hotelero Santa Fe, S.A.B. de C.V.
Estados Consolidados de Situación Financiera
Al 30 de junio de 2015 y 2014
(Miles de pesos mexicanos)

	2015	2014	Var \$	Var %
ACTIVOS				
Activo circulante				
Efectivo y equivalentes de efectivo	83,854	35,599	48,255	136%
Efectivo restringido	-	-	-	100%
Cuentas por cobrar	64,076	49,176	14,900	30%
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	4,010	2,272	1,738	77%
Impuestos acreditables	87,588	112,874	(25,286)	(22%)
Otros activos circulantes	41,354	33,923	7,431	22%
Depósito en fideicomiso adquisición hotel	31,800	-	31,800	100%
Total del activo circulante	312,682	233,843	78,838	34%
Activo no circulante				
Efectivo restringido	42,882	26,832	16,049	60%
Inmuebles, mobiliario y equipo	2,664,963	2,095,325	569,639	27%
Otros activos	55,003	69,634	(14,631)	(21%)
Inversiones en acciones	28,033	10,511	17,522	167%
Impuestos a la utilidad diferidos	86,160	31,142	55,017	177%
Crédito mercantil	118,523	45,864	72,659	158%
Total del activo no circulante	2,995,564	2,279,308	716,256	31%
Total activo	3,308,246	2,513,151	795,095	32%
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE				
Pasivo circulante				
Vencimientos circulantes de la deuda a largo plazo	75,572	105,636	(30,064)	(28%)
Proveedores	26,774	24,029	2,745	11%
Pasivos acumulados	79,235	32,386	46,849	145%
Provisión por terminación anticipada de contrato de operación	-	-	-	0%
Cuentas por pagar a partes relacionadas	326	4,410	(4,084)	100%
Impuestos por pagar	21,057	22,700	(1,643)	(7%)
Préstamos de accionistas	-	-	-	0%
Anticipos de clientes	23,549	19,592	3,957	20%
Total del pasivo circulante	226,512	208,752	17,760	8.5%
Pasivo no circulante				
Deuda a largo plazo, excluyendo vencimientos circulantes	863,345	781,611	81,734	10%
Otros pasivos no circulantes	85,969	2,296	83,672	3644%
Total del pasivo no circulante	949,314	783,907	165,406	21%
Total del pasivo	1,175,826	992,659	183,166	18%
Capital contable				
Capital social	1,632,812	952,467	680,345	71%
Reserva legal	190,493	190,493	-	0%
Prima en suscripción de acciones	80,000	80,000	-	0%
Utilidad del año	16,167	38,170	(22,003)	(58%)
Utilidades retenidas	212,948	229,097	(16,149)	(7%)
Capital contable - Atribuible a accionistas de la compañía	2,132,420	1,490,228	642,193	43%
Participación no controladora	-	30,264	(30,264)	(100%)
Total del capital contable	2,132,420	1,520,492	611,929	40%
Total pasivo y capital contable	3,308,246	2,513,151	795,095	32%

Estado de Flujo de Efectivo

Grupo Hotelero Santa Fe, S.A.B. de C. V.

Consolidated Cash Flow

For the three and six-month period ended 30 June 2015 and 2014

Figures in thousand Pesos

Cash Flow Statement	Second Quarter		6 months ended June	
	2015	2014	2015	2014
Cashflow from operating activities				
Net income	(51)	17,466	16,167	38,170
Depreciation and amortization	21,558	16,663	42,587	35,677
Income taxes	(205)	1,983	4,042	4,641
Unrealized gain (loss) in foreign currency exchange	18,106	(6,735)	55,620	(5,770)
Net interest expense	8,297	8,151	13,986	15,037
Other financial costs	142	1,129	481	1,329
Minority interest	-	602	-	4,343
Cashflow before working capital variations	47,847	39,259	132,882	93,427
Accounts receivable from clients	16,309	9,015	(3,488)	(1,165)
Accounts receivable from related parties	2,264	6,508	870	1,449
Other current assets	(13,894)	(3,830)	(22,742)	(16,473)
Creditable taxes	16,638	(7,615)	61,722	(5,235)
Suppliers	901	(6,271)	1,447	(8,520)
Accrued liabilities	4,216	8,052	5,543	35,604
Accounts payable to related parties	(574)	4,410	57	2,602
Downpayments from clients	3,418	(7,037)	8,861	3,891
Payable taxes	(15,019)	(198)	(24,775)	(11,279)
Net operating cashflow	62,106	42,291	160,377	94,301
Partidas No Recurrentes				
Pasivos Acumulados	31,800	(45,374)	31,800	(45,374)
Early termination provision of operating contract	-	(45,864)	-	(45,864)
Fujos netos de efectivo de partidas no recurrentes	93,906	(48,947)	192,177	3,063
Investment activities				
Cambio en efectivo restringido	186,720	172	185,279	(6,128)
Acquisition of property, furniture and equipment	(94,294)	(73,640)	(119,034)	(79,576)
Business acquisition (Maria Barbara hotel)	(185,921)	-	(185,921)	-
Escrow deposit for hotel acquisition	162,860	-	(31,800)	-
Investment in subsidiary	(6,447)	(5,832)	(6,503)	(8,861)
Other net assets and liabilities	6,325	15,057	5,572	(56,760)
Cashflow from investment activities	69,242	(64,242)	(152,406)	(151,325)
Financing activities				
Repurchase of shares	(1,991)	-	(11,450)	-
Obtained loans	-	-	-	233,634
Payment of interest and loan amortization	(269,303)	(22,461)	(293,696)	(29,156)
Obtained loans from shareholders	-	(111,589)	-	(55,612)
Cashflow from financing activities	(271,294)	(134,050)	(305,146)	148,866
Net (decrease) increase in cash and cash equivalents	0	(108,146)	(265,376)	604
Cash and cash equivalents at the beginning of the period	190,903	282,838	348,133	34,995
Cash and cash equivalents at the end of the period	82,757	35,599	82,757	35,599
Efectivo en adquisición de negocio	1,097	-	1,097	-
Total Cash at the end of the period	83,854	35,599	83,854	35,599

Información de Contacto

Enrique Martínez Guerrero
Director de Finanzas
inversionistas@gsf-hotels.com

Miguel Bornacini R.
Director de Relación con Inversionistas
inversionistas@gsf-hotels.com

Para mayor información favor de visitar nuestra página: www.gsf-hotels.com