



Madrid, Lunes, 4 de febrero de 2002

## **Grupo NH Hoteles**

### **Datos de Ventas Enero – Diciembre 2001**

#### **LAS VENTAS CONSOLIDADAS DEL GRUPO NH HOTELES CRECIERON UN 38% EN EL AÑO 2001 HASTA €762 MILLONES**

- Las ventas totales del Grupo NH Hoteles en el año 2001 alcanzaron €761,64 millones, con un crecimiento del 38,4% respecto al año 2000.
- Las ventas de la actividad hotelera alcanzaron €692 millones, lo que supone un aumento del 44,4% en comparación con el año 2000.
- Los hoteles en España registraron unas ventas de €330,33 millones, con un avance del 6,8%. La mejora ha sido del 5,2% en los hoteles “NH” de tres y cuatro estrellas y del 73,6% en “NH Express”.
- Los hoteles en Benelux mejoraron sus ventas un 7,7% hasta €304,62 millones. Las ventas en Holanda aumentaron un 3,3% mientras que en Bélgica registraron un avance del 3,8%.
- Importante contribución de hoteles no comparables, cuya aportación supone un 9% de las ventas de la actividad hotelera de la cadena.
- Los hoteles en Latinoamérica contribuyeron con un 6% a las ventas hoteleras del Grupo: En Mercosur las ventas aumentaron un 86%, con excelentes niveles de ocupación. NH México realizó ventas de €27,2 millones desde su consolidación, el 1 de julio de 2001.
- La ocupación media en hoteles comparables alcanzó el 70%, tres puntos menos que el ejercicio 2000, mientras que el precio medio subió un 5%. Con esto, el RevPar de estos hoteles aumentó un 0,31% el año 2001, con el siguiente comportamiento en las principales áreas de actividad:
  - España: +2,97%
    - Madrid: +2,06%
    - Barcelona: -0,2% (+4,78% Ex-Princesa Sofía)
    - Resto de España: +5,8%
    - NH Express +13,8%
  - Benelux : -3,2%
    - Ámsterdam: -2,24%
    - Resto de Holanda: -3,96%
    - Bruselas: +0,6%
- Las ventas de la actividad inmobiliaria de Sotogrande alcanzan €52,24 millones, cifra similar a la del año 2000, según lo previsto, con las entregas realizadas en el último trimestre del 2001.
- NH Hoteles considera que los resultados obtenidos en ventas, ocupación y RevPar son satisfactorios y superan las previsiones de la cadena, teniendo en cuenta las especiales circunstancias que ha atravesado el sector y la economía en general, así como que el ejercicio 2000, con el que se compara la evolución de 2001, fue extraordinariamente positivo para el sector en general y la compañía en particular.



DESCGLOSE DE VENTAS	Ene-Dic 2001 M. Eur.	Ene-Dic 2000 M. Eur.	01/00 Variación %
Madrid	101,25	100,16	1,09%
Barcelona	76,16	75,78	0,50%
Resto de España	127,07	120,06	5,84%
<b>Total NH 3 y 4 Estrellas España</b>	<b>304,47</b>	<b>296,00</b>	<b>2,86%</b>
NH Express	4,89	4,26	14,69%
<b>NH Comparable</b>	<b>309,36</b>	<b>300,26</b>	<b>3,03%</b>
No comparables y aperturas	20,97	9,19	128,07%
<b>Total NH Hoteles</b>	<b>330,33</b>	<b>309,46</b>	<b>6,75%</b>
Amsterdam	110,77	115,31	-3,94%
Resto de Holanda	100,91	100,95	-0,04%
Bruselas	23,16	23,34	-0,78%
Resto de Bélgica	6,16	6,66	-7,64%
Resto del Mundo	11,61	12,97	-10,47%
Restaurants	10,29	10,41	-1,19%
<b>K-G Tulip Comparable</b>	<b>262,89</b>	<b>269,65</b>	<b>-2,51%</b>
No comparables y aperturas	41,72	13,18	216,55%
<b>Total Krasnapolsky - Golden Tulp</b>	<b>304,62</b>	<b>282,83</b>	<b>7,70%</b>
Mercosur	15,39	8,28	85,87%
Méjico	27,20	n.a	n.a
Casino + Retamares	14,45	13,34	8,35%
Ajustes de Consolidación	0,00	-134,65	-100,00%
<b>VENTAS ACTIVIDAD HOTELERA</b>	<b>691,99</b>	<b>479,25</b>	<b>44,39%</b>
Ventas Actividad Inmobiliaria	52,24	52,59	-0,67%
Otros ingresos (*)	17,42	18,67	-6,70%
<b>TOTAL VENTAS CONSOLIDADAS (*)</b>	<b>761,64</b>	<b>550,51</b>	<b>38,35%</b>

(\*) Incluyen ingresos de gestión hotelera

## COMENTARIOS

Las ventas consolidadas del Grupo NH Hoteles en el año 2001 alcanzaron €761,64 millones, con un crecimiento del 38,4% respecto al año 2000. Hay que tener en cuenta que en el ejercicio 2000 sólo se incluye el Grupo Krasnapolsky desde su consolidación, el 1 de Julio de 2000. A su vez, la nueva filial NH Méjico se incorpora al perímetro de consolidación del Grupo desde el 1 de Julio de 2001.

Las ventas totales de la actividad hotelera de la cadena subieron un 44,4% hasta € 692 millones, sin incluir los ingresos de gestión. En términos pro-forma, incluyendo los datos de Krasnapolsky en los 12 meses del año 2000, el avance sería del 12,7%.

El año 2001 presenta partes muy diferenciadas: Un primer trimestre positivo, continuando la tendencia de fuerte crecimiento experimentada en el año 2000. A partir de abril comenzó a notarse una ralentización en el crecimiento, coincidiendo con las primeras señales de menor dinamismo económico, que se acentuó en verano y se agravó por los acontecimientos de septiembre. Los últimos meses del año apuntan a una situación más normalizada, aunque lejos de repetir los extraordinarios niveles de RevPar del año 2000.

En este entorno, las ventas del Grupo en hoteles comparables en el año 2001 subieron ligeramente, un 0,4%, respecto al año 2000, alcanzando €572,26 millones, en línea con el avance del RevPar.

En el conjunto de hoteles situados en las principales ciudades, Madrid, Amsterdam, Barcelona y Bruselas, se ha conseguido mantener el RevPar del año 2000, con mejoras del 5% en los precios medios y disminución del 4% en los niveles de ocupación, aunque manteniendo niveles altos: Amsterdam 84%, Barcelona 79,3% (ex-Princesa Sofía), Bruselas 71,7% y Madrid 71,4%.

Debido al crecimiento orgánico de la cadena, ha sido importante la contribución de hoteles no comparables, que han entrado en funcionamiento entre el año 2000 y el 2001, cuya aportación supone un 9% de las ventas de la actividad hotelera del Grupo en el año 2001.



### **EVOLUCIÓN EN ESPAÑA**

Las ventas de la actividad hotelera en España aumentaron un 6,8% hasta € 330,33 millones. El crecimiento del RevPar en hoteles comparables en España ha sido del 2,97% en el año 2001:

- Los hoteles con marca "NH" en España registraron un avance del 2,8% en RevPar. El precio medio por habitación aumentó un 8,8%, mientras que el nivel de ocupación media del año cedió un 4%, situándose en niveles del 70%.
- En Barcelona el RevPar de los hoteles con marca "NH" avanzó un 4,8% en el año 2001. El incremento del 13,2% registrado en el precio medio por habitación ha compensado un menor nivel de ocupación, que cedió un 6,4% al comparar con los niveles extraordinariamente altos registrados en el año 2000, aunque en el último trimestre del año la ocupación experimentó mejor comportamiento que en los meses de verano. En Barcelona, NH Hoteles es también propietario del Hotel Princesa Sofía, de cinco estrellas, gestionado por Intercontinental, que se ha visto especialmente afectado por la disminución de visitantes extranjeros.
- En Madrid el RevPar de los hoteles con marca "NH" aumentó un 2,1% en comparación con el año 2000. La ocupación media disminuyó un 4,7% mientras que los precios medios aumentaron un 8,8%. La positiva evolución de la ocupación y el RevPar en verano, con el éxito de las campañas promocionales, se truncó en septiembre al disminuir la actividad de negocios. Sin embargo, en el último trimestre del año la evolución de la ocupación ha recuperado cierta normalidad, con disminuciones más suaves.
- En el resto de las ciudades españolas, donde NH Hoteles cuenta con el 50% de las habitaciones en hoteles comparables en España, la evolución ha sido más estable a lo largo del año, especialmente en el último trimestre. Con esto, en el año 2001 el RevPar mejoró un 5,8% con un incremento del 10,1% en los precios medios y una disminución en la ocupación de sólo el 2,7% situándose en el 67%.
- Los hoteles "NH Express" continúan creciendo por encima de lo esperado. El RevPar en hoteles comparables, ha crecido un 13,8% con una subida del 8,4% en el precio medio por habitación y del 3,3% en el nivel de ocupación media del año, hasta el 69%. Actualmente hay abiertos 15 hoteles "NH Express" y existen otros 7 en proyecto, con lo que en los próximos meses se habrá superado el objetivo de 20 hoteles "NH Express" en funcionamiento en España.
- Los hoteles no comparables en España han aportado unas ventas de €20,97 millones, lo que supone un 6,3% de las ventas totales obtenidas en este mercado.
- El Casino de Madrid y el Club de Golf Los Retamares alcanzaron un aumento de ingresos del 8,35%, hasta € 4,45 millones.

### **EVOLUCION EN BENELUX**

Los hoteles procedentes del antiguo Grupo Krasnapolsky han alcanzado unas ventas de €304,62 millones, registrando un aumento del 7,7%. Los hoteles situados en Holanda aumentaron sus ventas un 3,3% mientras que los hoteles situados en Bélgica registraron un avance del 3,8%.

En el conjunto de hoteles comparables, el RevPar ha cedido un 3,4% en comparación con el año 2000:

- **Ámsterdam:** El RevPar ha disminuido un 2,2%, con precios estables (+1%) y un nivel de ocupación que, aunque es un 2,7% inferior al año 2000, se sitúa en niveles muy satisfactorios del 84%. Hay que tener en cuenta que los altos niveles de ocupación del 2000 resultan del todo difíciles de repetir (entre 92% y 95% en los meses desde agosto a noviembre de 2000). En el cuarto trimestre de 2001, a pesar de que los hoteles en Ámsterdam se han visto afectados por la disminución de visitantes Norteamericanos y Británicos, la evolución ha sido mejor de lo esperado, con caídas de la ocupación entre el 5% y 7%, según los meses.
- **Bruselas:** El RevPar subió un ligero 0,6%. La evolución ha sido positiva en el último trimestre del año, ya que la menor actividad de negocios, que se notó especialmente en octubre, se ha visto compensada con el aumento que se había registrado en los meses de verano y la recuperación del mes de noviembre, al recaer en Bélgica la Presidencia de la Unión Europea durante la segunda mitad de 2001.
- Por su parte, los hoteles no comparables han tenido una contribución importante, aportando un 14% de las ventas obtenidas en Benelux.



### LATINOAMÉRICA

Los hoteles en Latinoamérica han contribuido con unos ingresos totales de € 42,59 millones, lo que supone un 6,2% de las ventas hoteleras de la cadena:

- **Los hoteles de la zona Mercosur** aumentaron sus ventas un 86% hasta € 15,4 millones. En su segundo año de actividad y en un entorno local de recesión económica, consideramos que una ocupación media del 49,5% alcanzada en el año 2001 es un nivel muy satisfactorio. Concretamente, los hoteles de Buenos Aires registraron un 60% de ocupación media en el año 2001, habiendo superado el 80% en noviembre.

En Argentina NH cuenta con 5 hoteles en propiedad, cuatro en Buenos Aires y otro en Córdoba, y un hotel en gestión en Tucumán. La inversión total en activos en Argentina asciende a € 95 millones a través de la filial Latinoamericana de Gestión Hotelera, en la que la participación de NH es del 64% y la de su socio americano EIP del 36%.

- **NH México** ha aportado al grupo unas ventas de €27,2 millones en los seis primeros meses de operaciones desde su consolidación, el 1 de julio de 2001.

En este mercado, que se ha visto fuertemente afectado por los acontecimientos del 11 de septiembre, la ocupación media en el año 2001 se redujo finalmente tan sólo un 2,2%, hasta el 59% y el RevPar disminuyó sólo un 0,8%.

### SOTOGRADE

Las ventas contabilizadas por la actividad inmobiliaria de Sotogrande alcanzaron €52,24 millones, cifra muy similar a la del año 2000.

Tal y como se había previsto, en el último trimestre del año se han contabilizado un 39% de las ventas realizadas en el año, entre las que destacan los terrenos de la Marina por € 8,4 millones, junto con €11,4 millones de ventas correspondientes a parcelas entregadas una vez finalizadas las obras de infraestructura.

Por otra parte Sotogrande ha realizado ventas por €4,8 millones procedentes de actividades no inmobiliarias, como son las relacionadas con el golf, suministros de agua, arrendamientos y diversos servicios.

Las ventas comprometidas pendientes de contabilizar, que a fecha de 31 de diciembre de 2001 ascienden a €51,85 millones, lo que da una idea de la continuidad en el ritmo de ventas para los próximos meses.

	Ene-Dic 2001		Ene-Dic 2000	
	M Euros	%	M Euros	%
Apartamentos	1,65	3,2%	5,10	9,7%
Amarres	0,86	1,6%	0,19	0,4%
Casas Piloto	16,85	32,3%	2,82	5,4%
Parcelas	24,45	46,8%	34,29	65,2%
Terrenos La Marina	8,42	16,1%	10,18	19,4%
<b>Total Ventas Inmobiliarias</b>	<b>52,24</b>	<b>100,0%</b>	<b>52,59</b>	<b>100,0%</b>

### APERTURAS DE NUEVOS HOTELES E INTRODUCCIÓN DE LA MARCA "NH" EN EUROPA

A lo largo del año 2001 el Grupo NH Hoteles ha incorporado a la cadena 28 hoteles, con 4.578 habitaciones, lo que supone un crecimiento del 22% en doce meses.

Por un lado, los planes de crecimiento orgánico se han concretado con la apertura de 14 hoteles, con un total de 1.829 habitaciones, lo que supone un crecimiento del 9% 2001 respecto al 2000. De estas nuevas habitaciones abiertas, un 39% se trata de hoteles con contratos de arrendamiento, un 55% son hoteles en propiedad y 6% son contratos de gestión.



- En España se ha abierto 400 habitaciones nuevas: un hotel "NH Serie Oro" en Zamora, en gestión, de 49 habitaciones y cuatro hoteles "NH Express", con 351 habitaciones, todos en arrendamiento salvo uno de ellos en gestión.
- En el resto de Europa se han abierto 986 habitaciones: 3 hoteles en Holanda, 3 en Suiza y uno en Bruselas. Todos ellos operarán este año 2002 con marca "NH".
- En Mercosur se han abierto dos hoteles con marca "NH", ambos en propiedad: Uno de 140 habitaciones en Sao Paulo (Brasil) y otro de 303 habitaciones en Buenos Aires (Argentina).

Por otro lado, la creación de NH México ha supuesto la incorporación de 2.749 habitaciones al Grupo NH. Por un lado, se incorporan 5 hoteles en propiedad (1.273 habitaciones) que adoptarán progresivamente la marca "NH," excepto el Hilton Guadalajara. Además, se incluyen otros 9 hoteles en gestión (1.476 habitaciones).

Ya en enero de 2002 se ha anunciado la apertura de dos hoteles en España, un "NH Serie Oro" en Burgos con 110 habitaciones en propiedad y un "NH" 3 Estrellas, en Barcelona, con 76 habitaciones en arrendamiento.

El pasado mes de noviembre NH Hoteles anunció los planes de poner su marca en los hoteles que incorporó a su cartera tras la fusión con la cadena Krasnapolsky. Hasta finales de 2001 NH sólo operaba con su marca en España y Portugal, además de Latinoamérica. El objetivo es trasladar la marca "NH" al resto de los países europeos en los que la cadena tiene establecimientos (Holanda, Bélgica, Alemania y Suiza) que actualmente operan bajo las marcas Golden Tulip, Tulip Inn y Alfa, y crear una fuerte marca europea.

En un primer momento, se ha acometido ya la implantación de la marca NH en los hoteles de Bélgica, Atlanta y Aeropuerto de Bruselas, a los que siguen de inmediato los hoteles de Holanda (Grand Hotel Krasnapolsky y Amsterdam Centre).

Se trata de un importante paso en el proceso de internacionalización de la compañía, con importantes sinergias comerciales y se verá favorecido por la reciente unificación de las oficinas comerciales, distribuidas en diversos países del mundo, y la unificación del sistema de reservas, que se está culminando.

### Composición de la cartera de hoteles

(\* Incluye Almenara)

Enero 2002	NH HOTELES*		NH EXPRESS		K-G TULIP		LATAM + PORTUGAL		TOTAL	
	Hoteles	Hab.	Hoteles	Hab.	Hoteles	Hab.	Hoteles	Hab.	Hoteles	Hab.
<b>OPERATIVOS</b>										
Propiedad *	25	3.716	1	43	34	6.392	14	2.543	74	12.694
Arrendamiento	46	5.301	10	953	15	2.194	0	0	71	8.448
Gestión	10	880	4	219	14	1.792	11	1.697	39	4.588
<b>Total abiertos</b>	<b>81</b>	<b>9.897</b>	<b>15</b>	<b>1.215</b>	<b>63</b>	<b>10.378</b>	<b>25</b>	<b>4.240</b>	<b>184</b>	<b>25.730</b>
<b>PROYECTOS</b>										
Propiedad	3	251	1	93	0	0	1	131	5	475
Arrendamiento	8	1.214	5	475	2	370	0	0	15	2.059
Gestión	3	425	1	96	0	0	0	0	4	521
<b>Total firmados</b>	<b>14</b>	<b>1.890</b>	<b>7</b>	<b>664</b>	<b>2</b>	<b>370</b>	<b>1</b>	<b>131</b>	<b>24</b>	<b>3.055</b>
<b>Total abiertos y firmados</b>	<b>95</b>	<b>11.787</b>	<b>22</b>	<b>1.879</b>	<b>65</b>	<b>10.748</b>	<b>26</b>	<b>4.371</b>	<b>208</b>	<b>28.785</b>



<b>RATIOS OPERATIVOS</b>	<b>Ene-Dic 2001</b>	<b>Ene-Dic 2000</b>	<b>01/00 Variación %</b>
<b>OCUPACION MEDIA</b>			
NH Hoteles Comparables	69,83%	73,71%	-3,88%
Krasnapolsky- Golden Tulip Comparables	70,14%	72,59%	-2,45%
<b>Total Comparables</b>	<b>69,96%</b>	<b>73,25%</b>	<b>-3,29%</b>
NH Hoteles No-Comparables	54,57%	61,26%	-6,69%
Krasnapolsky- Golden Tulip No-Comparables	60,48%	44,18%	16,30%
Mercosur	49,49%	36,38%	13,11%
Méjico (desde el 1 de julio de 2001)	53,09%	-	-
<b>Total Consolidado</b>	<b>66,83%</b>	<b>70,79%</b>	<b>-3,96%</b>
<b>ADR (PRECIO MEDIO DIARIO) (euros)</b>			
NH Hoteles Comparables	93,63	86,15	8,68%
Krasnapolsky- Golden Tulip Comparables	91,11	90,98	0,14%
<b>Total Comparables</b>	<b>92,58</b>	<b>88,15</b>	<b>5,03%</b>
NH Hoteles No-Comparables	84,22	84,66	-0,52%
Krasnapolsky- Golden Tulip No-Comparables	73,55	68,16	7,91%
Mercosur	70,30	81,66	-13,91%
Méjico (desde el 1 de julio de 2001)	99,38	-	-
<b>Total Consolidado</b>	<b>90,06</b>	<b>86,59</b>	<b>4,01%</b>
<b>REVPAR (euros)</b>			
NH Hoteles Comparables	65,38	63,50	2,96%
Krasnapolsky- Golden Tulip Comparable	63,90	66,04	-3,24%
<b>Total Comparable</b>	<b>64,77</b>	<b>64,57</b>	<b>0,31%</b>
NH Hoteles No-Comparables	45,96	51,86	-11,38%
Krasnapolsky- Golden Tulip No-Comparables	44,48	30,11	47,72%
Mercosur	34,79	29,71	17,11%
Méjico (desde el 1 de julio de 2001)	52,76	-	-
<b>Total Consolidado</b>	<b>60,19</b>	<b>61,30</b>	<b>-1,81%</b>
<b>NUMERO DE HABITACIONES MEDIAS</b>			
NH Hoteles Comparables	8.663	8.663	0,00%
Krasnapolsky- Golden Tulip Comparables	6.218	6.218	0,00%
<b>Total Comparables</b>	<b>14.881</b>	<b>14.881</b>	<b>0,00%</b>
NH Hoteles No-Comparables	975	363	168,60%
Krasnapolsky- Golden Tulip No-Comparables	1.767	565	212,74%
Mercosur	869	548	58,58%
Méjico (desde el 1 de julio de 2001)	610	-	-
<b>Total Consolidado</b>	<b>19.102</b>	<b>13.220</b>	<b>44,49%</b>

La tabla siguiente muestra el comportamiento de los principales mercados el año 2001 y 2000, bajo criterio de gestión, considerando las cifras pro-forma de Krasnapolsky. Los ratios están calculados en términos comparables, salvo en el caso de NH Latinoamérica que incluye hoteles no abiertos o no operativos en el año anterior.



<b>Evolución operativa por región/ciudad</b>	<b>Ene-Dic 2001</b>	<b>Ene-Dic 2000</b>	<b>01/00 Variación %</b>
<b>Madrid (comparables)</b>			
ADR	104,84	96,35	8,81%
Ocupación	71,39%	76,11%	-4,72%
RevPar	74,85	73,33	2,06%
<b>Barcelona (comparables. Incluye P.Sofia)</b>			
ADR	126,37	116,15	8,80%
Ocupación	75,48%	82,28%	-6,80%
RevPar	95,38	95,57	-0,19%
<b>Resto de España (comparables)</b>			
ADR	74,4	67,6	10,06%
Ocupación	66,78%	69,46%	-2,68%
RevPar	49,68	46,95	5,81%
<b>NH Express (comparables)</b>			
ADR	57,85	53,37	8,39%
Ocupación	68,91%	65,63%	3,28%
RevPar	39,86	35,03	13,81%
<b>NH Mercosur (comparables y no comparables)</b>			
ADR	70,3	81,66	-13,91%
Ocupación	49,49%	36,38%	13,11%
RevPar	34,79	29,71	17,11%
<b>Méjico (comparables y no comparables desde 1 enero 2001)</b>			
ADR	101,73	-	-
Ocupación	58,85%	-	-
RevPar	59,87	-	-
<b>Amsterdam (comparables)</b>			
ADR	133,36	132,15	0,92%
Ocupación	84,02%	86,72%	-2,70%
RevPar	112,05	114,60	-2,23%
<b>Bruselas (comparables)</b>			
ADR	66,67	67,21	-0,80%
Ocupación	71,73%	70,74%	0,99%
RevPar	47,82	47,54	0,58%
<b>Resto de Holanda (comparables)</b>			
ADR	73,02	72,88	0,19%
Ocupación	64,74%	67,54%	-2,80%
RevPar	47,27	49,22	-3,96%
<b>Resto de Bélgica (comparables)</b>			
ADR	57,77	58,21	-0,76%
Ocupación	60,08%	63,31%	-3,23%
RevPar	34,71	36,85	-5,82%
<b>Resto del Mundo (comparables)</b>			
ADR	46,86	51,87	-9,66%
Ocupación	53,67%	58,24%	-4,57%
RevPar	25,15	30,21	-16,75%