

Madrid, Viernes, 14 de febrero de 2003

**NH Hoteles****Datos de Ventas Enero – Diciembre 2002**

LAS VENTAS CONSOLIDADAS DE NH HOTELES CRECIERON UN 22% EN EL AÑO 2002, HASTA €930,11 MILLONES

- Las ventas de la actividad hotelera alcanzaron €866,67 millones, con un avance del 23% en comparación con el año 2001, gracias a los 53 hoteles adquiridos a la compañía alemana Astron, a la contribución de NH México y a los hoteles NH abiertos nuevos o reformados.
- En los hoteles comparables de la cadena las ventas disminuyeron un 2,4%. La evolución ha sido diferente en los distintos mercados en que opera NH Hoteles, pero en conjunto, se ha producido una suave tendencia de mejora a lo largo del año.
- En su conjunto, el RevPar de los hoteles comparables cedió un 2,9% en el año 2002, pero en el cuarto trimestre se registró una evolución estable que permitió mejorar la caída del 3,7% registrada a septiembre. Los precios medios se mantuvieron prácticamente sin variaciones en el año 2002 y la ocupación se situó en niveles del 66,5%, 2,4 puntos menos que en el año 2001.
- En España las ventas han crecido hasta €344,3 millones, un 4,2% más que en el año 2001. El RevPar de los hoteles comparables creció un 5,6% en el cuarto trimestre de forma que en el conjunto del 2002 el RevPar ha resultado estable al comparar con el año 2001.
- En el resto de Europa, la tendencia ha sido menos favorable. Las ventas en el año 2002 se situaron en €292,8 millones con una reducción del 3,9%. En hoteles comparables el RevPar cedió un 6,8%, manteniendo la línea de disminución que se venía dando en los nueve primeros meses del año.
- Los hoteles Astron, en ocho meses de consolidación, han contribuido con un 15% de las ventas hoteleras de NH. El RevPar de estos hoteles en términos comparables se ha reducido un 6,7% en el año 2002.
- NH México, que se consolida por primera vez un ejercicio completo en el 2002, ha aportado un 7% de las ventas hoteleras del Grupo. Además, hay que resaltar la incorporación desde el 1 de julio de 2002 de cuatro hoteles que anteriormente operaban bajo contratos de gestión.
- Los hoteles de Mercosur han obtenido unas ventas de €9,3 millones con una evolución positiva teniendo en cuenta la desfavorable coyuntura económica de la zona.
- Los ingresos de la actividad inmobiliaria de Sotogrande crecieron hasta €59,74 millones, un 14% más que los del año 2001. Como se esperaba, las ventas se han visto impulsadas en el último trimestre del año con las entregas de productos inmobiliarios. La favorable evolución de esta actividad se refleja en las ventas comprometidas, que a finales del año 2002 siguen altas, en €34,8 millones.

DESGLOSE DE VENTAS	Enero-Diciembre 2002	Enero-Diciembre 2001	2002/2001
	M.Eur.	M.Eur.	Variación %
Madrid	105.16	108.65	-3.21%
Barcelona	76.61	76.21	0.52%
Resto de España	133.76	130.13	2.79%
Segmento económico España	12.25	11.53	6.21%
<b>España Comparables</b>	<b>327.78</b>	<b>326.52</b>	<b>0.38%</b>
España No comparables	16.51	3.87	326.45%
<b>TOTAL ESPAÑA</b>	<b>344.29</b>	<b>330.38</b>	<b>4.21%</b>
Amsterdam	110.76	119.65	-7.35%
Resto de Holanda	98.85	103.41	-4.40%
Bruselas	20.94	23.16	-9.55%
Resto de Bélgica	7.60	8.18	-4.57%
Resto del Mundo y restaurantes	31.38	31.73	-1.10%
<b>Resto de Europa Comparables</b>	<b>269.74</b>	<b>286.03</b>	<b>5.69%</b>
Resto de Europa No comparables	23.08	18.60	24.09%
Astron	132.82	-	-
<b>TOTAL RESTO DE EUROPA</b>	<b>425.64</b>	<b>304.63</b>	<b>39.72%</b>
<b>TOTAL EUROPA COMPARABLES</b>	<b>597.51</b>	<b>612.54</b>	<b>-2.45%</b>
<b>TOTAL VENTAS HOTELES EN EUROPA</b>	<b>769.92</b>	<b>635.01</b>	<b>21.25%</b>
Mercosur	9.25	15.78	-41.19%
México	59.48	27.20	118.71%
Casino + Retamares	15.45	14.95	3.34%
Otros Ingresos de hoteles	12.53	12.32	1.70%
<b>TOTAL VENTAS ACTIVIDAD HOTELERA</b>	<b>866.67</b>	<b>705.26</b>	<b>22.89%</b>
Ventas Actividad Inmobiliaria Sotogrande	59.74	52.23	14.38%
Otros ingresos de Sotogrande	3.70	4.83	-23.40%
<b>TOTAL VENTAS CONSOLIDADAS</b>	<b>930.11</b>	<b>762.32</b>	<b>22.01%</b>

### COMENTARIOS

Las ventas consolidadas de la actividad hotelera de la cadena subieron un 23% hasta €866.67 millones, incluyendo los ingresos de gestión de hoteles.

En el año 2002 hay que resaltar la aportación de las nuevas filiales del Grupo: Los hoteles de la cadena Astron, cuya adquisición se firmó el pasado 29 de abril de 2002, se incluyen en el perímetro de consolidación desde el 1 de mayo de 2002 y NH México que se incorpora al perímetro de consolidación desde el 1 de Julio de 2001 y que, además, desde julio de 2002 consolida cuatro hoteles anteriormente bajo contratos de gestión.

### **I. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA EN EUROPA**

Las ventas de la actividad hotelera en Europa se situaron en €769.92 millones con un crecimiento del 21% respecto a las cifras acumuladas en el año 2001. Un 17,3% de estas ventas proceden de los hoteles Astron.

Las ventas de la actividad hotelera en Europa, sin considerar los hoteles Astron, presentan un comportamiento estable, debido a los hoteles no comparables, abiertos nuevos o reformados, cuyas ventas son casi el doble que el año anterior, aportando un 5% de las ventas en Europa.

Las ventas de hoteles comparables en Europa se sitúan en €597,51 millones con una disminución del 2,4%, muy en línea con la evolución registrada a lo largo del año. El RevPar cedió un 2,9% en el año, pero en el cuarto trimestre se mantuvo estable, lo que permitió mejorar la caída del 3,7% registrada a septiembre de 2002. Los precios medios se mantuvieron prácticamente sin variaciones en el año y la ocupación se situó en niveles del 66,5%, 2,4 puntos menos que en el año 2001.

Los acontecimientos de septiembre de 2001 han tenido un impacto relativamente limitado en la cadena NH. En conjunto, se ha producido una suave tendencia de mejora a lo largo del año, aunque la evolución ha sido diferente en los distintos mercados en que opera NH Hoteles.

#### **Evolución en España (40% de las ventas hoteleras del grupo)**

En España, la actividad hotelera ha registrado una tendencia de recuperación a lo largo del año que se acentuó en el último trimestre. Con esto, las ventas han crecido un 4,2% hasta €344,3 millones, frente al 2,6% que se registraba hasta septiembre. Los hoteles no comparables han aportado un 4,8% de las mismas.

En hoteles comparables el RevPar ha crecido un 5,6% en el último trimestre del año, de forma que en el conjunto del 2002 el RevPar ha resultado estable respecto al año 2001, compensando la disminución del 1,8% que se venía registrando a septiembre y del 3,5% a junio.

En Madrid (14% de las ventas hoteleras) y Barcelona (10% de las ventas hoteleras) se ha notado una mejora continua desde el mes mayo y en especial en los últimos meses del año. El RevPar aumentó un 5,8% y 12,3% respectivamente en el cuarto trimestre de 2002, de manera que en el conjunto del año 2002 la disminución de RevPar en Madrid ha sido de sólo un 2,9% y Barcelona registró un crecimiento del 0,7%. Se han producido mejoras tanto en los precios como en la ocupación que se sitúa en 72,2% en Madrid y 77,5% en Barcelona.

En el resto de España (17% de las ventas hoteleras) los hoteles siguen registrando un buen comportamiento, con un aumento del 1,4% en el RevPar del año. Los hoteles del segmento económico en España (1,6% de las ventas hoteleras) siguen registrando un fuerte avance en RevPar, un 7% respecto al año 2001, con una mejora de 1,6 puntos en la ocupación hasta el 61,5%.

#### **Evolución en Centro Europa (49% de las ventas hoteleras del grupo)**

Las ventas de la actividad hotelera en Centro Europa aumentaron un 39,7% hasta €425,64 millones, debido principalmente a las ventas procedentes de los hoteles adquiridos a la cadena Astron en Alemania y Austria, que desde el 1 de mayo del 2002 han aportado €132,82 millones.

Sin tener en cuenta la aportación de Astron, las ventas de hoteles en Centro Europa muestran una reducción del 3,9% hasta €292,82 millones, que no difiere sustancialmente de la caída del 3,3% que se registraba hasta septiembre. Las ventas de los hoteles no comparables crecieron un 24%.

En hoteles comparables el RevPar cedió un 6,8%, muy en línea con la disminución del 6,3% que se venía dando en los nueve primeros meses del año. La ocupación presenta 3,5 puntos menos que en el año 2001, alcanzando un 65,8% y los precios han resultado un 1,8% inferiores.

En Ámsterdam (14% de las ventas hoteleras) se ha notado una menor ocupación de clientes corporativos y norteamericanos debido especialmente a algunos problemas con los GDS a raíz del cambio de marca de los hoteles. El RevPar disminuyó un 6,5% en el año, con un recorte en la ocupación de 3,4 puntos hasta 82,6%. El comportamiento de los hoteles en el resto de las ciudades en Holanda ha seguido esta misma línea.

En Bruselas (2,7% de las ventas hoteleras) la menor demanda y la competencia de otras cadenas han ocasionado una disminución del 11,4% en RevPar.

## **II. EVOLUCIÓN DE LA ACTIVIDAD HOTELERA EN LATINOAMÉRICA**

Los hoteles en Latinoamérica han contribuido con €68,8 millones, un 8% a las ventas hoteleras del Grupo.

Las ventas de NH México (7% de las ventas hoteleras del grupo), alcanzaron €59,49 millones. Por un lado, en el año 2002 NH México se consolidó por primera vez el ejercicio completo y, además, hay que resaltar la incorporación desde el 1 de julio de 2002 al perímetro de consolidación del grupo de cuatro hoteles que anteriormente operaban bajo contratos de gestión.

En México el RevPar ha subido un 2,3% en el año. La ocupación media se sitúa en el 57,7% con crecimiento de 4,6 puntos a pesar del menor tráfico de clientes norteamericanos. En el último trimestre del año la ocupación creció en 5,8 puntos pero la devaluación del peso mexicano ha tenido un impacto negativo en el RevPar, que cayó un 12,3%.

En los hoteles de Mercosur (1% de las ventas hoteleras) las ventas se situaron en €9,3 millones. Hay que resaltar la evolución positiva de los hoteles ya comparables, teniendo en cuenta la desfavorable coyuntura económica de la zona. La ocupación media se situó en el 48,4%, sólo 2,6 puntos menos que la del año 2001. Sin embargo, el efecto de la devaluación del peso argentino ha hecho que el RevPar disminuyera un 54%.

### III. ACTIVIDAD INMOBILIARIA DE SOTOGRANDE

Las ventas contabilizadas por la actividad inmobiliaria de Sotogrande ascienden a €59,74 millones un 14% superiores a los del año 2001.

Estas ventas corresponden principalmente a la entrega de terrenos y apartamentos de La Marina y a las parcelas de "La Reserva de Sotogrande", proyecto que se ha lanzado a finales de febrero de 2002 y cuyas entregas, tal y como se había anticipado, han tenido lugar en el último trimestre del año.

A 31 de diciembre de 2002 las ventas comprometidas pendientes de contabilizar ascienden todavía a €34,83 millones. Esta cifra resulta lógicamente inferior a los €51,85 millones que quedaban comprometidos a finales de 2001, dadas las entregas de "La Reserva" y apartamentos de La Marina realizadas a finales del 2002.

Por otra parte, Sotogrande ha obtenido €3,7 millones de ingresos procedentes de actividades no inmobiliarias, como son las relacionadas con la venta de acciones del golf, suministros de agua, arrendamientos y diversos servicios.

#### Sotogrande - Desglose de Ventas

	Enero-Diciembre 2002		Enero-Diciembre 2001	
	Mn Euros	%	Mn Euros	%
Amarres y centros comerciales	2.54	4.25%	0.86	1.65%
Apartamentos	8.22	13.76%	1.65	3.16%
Casas	0.00	0.00%	16.85	32.27%
Parcelas	30.87	51.67%	24.45	46.81%
La Marina	18.11	30.31%	8.42	16.12%
<b>Total Ventas Inmobiliarias</b>	<b>59.74</b>	<b>100.00%</b>	<b>52.23</b>	<b>100.00%</b>
Otros Ingresos	3.70		4.83	
<b>Total Ingresos de Sotogrande (*)</b>	<b>63.44</b>		<b>57.07</b>	

(\*) No incluye el Hotel Almenara

### CRECIMIENTO DE LA CADENA NH HOTELES

A finales del año 2002 la cadena NH Hoteles opera 239 hoteles con un total de 34.400 habitaciones, habiendo incorporado a la cadena 57 nuevos hoteles con 9.030 habitaciones a lo largo del año 2002.

Lo más significativo del año ha sido la entrada en nuevos mercados geográficos, como Alemania y Austria, donde además de los hoteles adquiridos a Astron, la cadena NH ha abierto un nuevo hotel en el centro de Frankfurt. También se ha consolidado la presencia de NH Hoteles en Suiza, donde está previsto abrir otro hotel nuevo en Zurich.

En Argentina se ha abierto un hotel nuevo, el NH Cordillera en la ciudad de Mendoza, que consolida la presencia de la cadena NH en este país con 7 hoteles, entre los que destaca el nuevo hotel NH City abierto en Buenos Aires en diciembre de 2001.

Actualmente la cadena tiene firmados 37 nuevos proyectos con 6.223 habitaciones. De estos proyectos, 29 hoteles están firmados con contratos de arrendamiento.

De estos proyectos 18 son nuevos hoteles en España, siete de ellos en los alrededores de Madrid y otras ciudades cercanas a la capital. Hay cuatro proyectos en Barcelona, de los que tres son en el segmento económico, el de mayor crecimiento, y uno de ellos en pleno centro de la ciudad.

Los siete proyectos firmados en Alemania son bajo contrato de arrendamiento, destacando dos hoteles en Frankfurt, un nuevo hotel en Dusseldorf que será el segundo de la cadena en esta ciudad, y el proyecto en el

aeropuerto de Hamburgo. Se prevé además la apertura de un hotel nuevo en Hungría, lo que será un paso importante de la cadena NH Hoteles hacia países de Europa del Este.

El proceso de cambio de marca se encuentra muy avanzado en la mayoría de los hoteles de la cadena. El cambio de marca de los hoteles Astron se prevé estará totalmente finalizado en abril. Con esto, se completará también la integración de los hoteles en el sistema de "front-office". Además, NH Hoteles está finalizando un extenso proyecto para operar con un nuevo sistema de "back-office" común para todos los hoteles de la cadena.

NH Hoteles está llevando a cabo una gestión activa de su cartera de hoteles. El objetivo es adecuar todos los hoteles a los estándares de calidad asociados a la cadena y consolidar la marca NH en Europa. Para ello, se mantendrán las inversiones en reformas de hoteles y se abandonará la gestión de aquellos hoteles que por su localización o producto no se consideren idóneos.

Al mismo tiempo se ha creado una base de datos única de clientes con el objeto de llevar a cabo una gestión unificada de clientes corporativos y empresas. Esto facilitará las acciones comerciales en el ámbito nacional y, más especialmente, en las plazas internacionales, a través de la integración de las oficinas abiertas en ciudades donde NH no tiene hoteles, como Nueva York, Miami, Houston, Londres, París, Milán y, recientemente, la nueva oficina en Estocolmo desde donde se llevará la representación comercial de NH Hoteles en los países nórdicos.

**Composición de la cartera de hoteles a ENERO de 2002**

		HOTELES OPERATIVOS				PROYECTOS FIRMADOS				TOTAL
		Propiedad	Arrend.	Gestión	TOTAL	Propiedad	Arrend.	Gestión	TOTAL	
España	Hoteles	20	63	17	100	4	18	4	26	126
+Portugal	Hab.	3.017	7.260	1.303	11.570	344	2.262	383	2.989	14.559
Holanda	Hoteles	17	9	2	28	0	1	0	1	29
	Hab.	3.925	1.278	145	5.348	0	207	0	207	5.555
Bélgica	Hoteles	11	1	6	18	0	0	0	0	18
	Hab.	1.510	241	441	2.192	0	0	0	0	2.192
Alemania	Hoteles	1	50	1	52	0	7	0	7	59
	Hab.	223	6.243	144	6.610	0	2.264	0	2.264	10.874
Suiza	Hoteles	4	2	0	6	0	1	0	1	7
	Hab.	379	329	0	708	0	272	0	272	980
Austria	Hoteles	0	6	0	6	0	0	0	0	6
	Hab.	0	797	0	797	0	186	0	186	983
Iberoam.	Hoteles	17	2	6	25	0	1	0	1	26
	Hab.	2.918	249	1.234	4.401	0	144	0	144	4.545
Resto del	Hoteles	3	0	1	4	0	1	0	1	5
Mundo (*)	Hab.	540	0	234	774	0	161	0	161	935
<b>TOTAL</b>	Hoteles	73	133	33	239	4	29	4	37	276
	Hab.	12.512	18.387	3.501	34.400	344	5.486	383	6.223	40.623

(\*) Hoteles abiertos en Sudáfrica, Israel, Ghana y un hotel firmado en Hungría.

El presente documento es una copia de la información contenida en el informe de gestión de NH Hoteles para el ejercicio 2001, que puede verse en el sitio web de NH Hoteles, [www.nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com).

<b>RATIOS OPERATIVOS</b>	<b>Ene-Dic 2002</b>	<b>Ene-Dic 2001</b>	<b>2002/2001 Variación</b>
<b>OCUPACION MEDIA (%)</b>			
Comparables España	67,07%	68,53%	-1,51%
Comparables Resto de Europa y otros GT	65,81%	69,32%	-3,51%
<b>Total Comparables</b>	<b>66,50%</b>	<b>68,87%</b>	<b>-2,37%</b>
No-Comparables España	57,30%	57,13%	0,17%
No Comparables Resto de Europa NH y otros GT	48,03%	55,05%	-7,02%
Total Astron	61,95%	-	-
Total Mercosur	39,18%	49,50%	-10,32%
Total Mexico	57,78%	53,09%	4,69%
<b>Total GRUPO NH Hoteles Consolidado</b>	<b>62,81%</b>	<b>66,83%</b>	<b>-4,02%</b>
<b>ADR (PRECIO MEDIO DIARIO) (euros)</b>			
Comparables España	94,97	92,95	2,17%
Comparables Resto de Europa y otros GT	87,04	88,64	-1,81%
<b>Total Comparables</b>	<b>91,56</b>	<b>91,08</b>	<b>0,55%</b>
No-Comparables España	75,06	88,76	-15,43%
No Comparables Resto de Europa NH y otros GT	91,64	75,56	21,28%
Total Astron	60,78	-	-
Total Mercosur	33,70	70,32	-52,08%
Total Mexico	93,49	99,38	-5,93%
<b>Total GRUPO NH Hoteles Consolidado</b>	<b>83,04</b>	<b>90,06</b>	<b>-7,79%</b>
<b>REVPAR (euros)</b>			
Comparables España	63,65	63,70	-0,08%
Comparables Resto de Europa y otros GT	57,29	61,44	-6,75%
<b>Total Comparables</b>	<b>60,89</b>	<b>62,72</b>	<b>-2,92%</b>
No-Comparables España	43,01	50,71	-15,18%
No Comparables Resto de Europa NH y otros GT	44,01	41,60	5,79%
Total Astron	37,65	-	-
Total Mercosur	13,20	34,80	-62,06%
Total Mexico	54,02	52,78	2,39%
<b>Total GRUPO NH Hoteles Consolidado</b>	<b>52,16</b>	<b>60,19</b>	<b>-13,34%</b>
<b>NUMERO DE HABITACIONES MEDIAS</b>			
Comparables España	9,431	9,435	
Comparables Resto de Europa y otros GT	7,242	7,250	
<b>Total Comparables</b>	<b>16,673</b>	<b>16,685</b>	
No-Comparables España	714	203	
No Comparables Resto de Europa NH y otros GT	1,007	735	
Total Astron	5,771	-	
Total Mercosur	1,280	869	
Total Mexico	1,485	610	
<b>Total GRUPO NH Hoteles Consolidado</b>	<b>26,930</b>	<b>19,102</b>	

Los datos de este informe se han elaborado a partir de los datos de los hoteles que forman parte del grupo NH Hoteles Consolidado.