

Índice

- **Resumen**
- **Resultados Operativos y Financieros**
- **Planes de Expansión**
- **Iniciativas Estratégicas**
- **Conclusión**

Apéndice

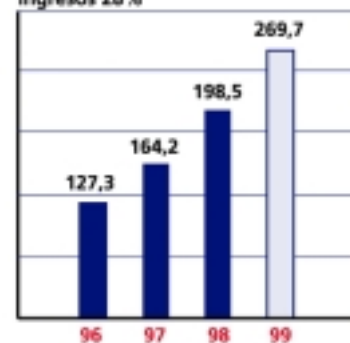
- **1999 Resultados Financieros**
- **Volumen de Contratación de Acciones**

NH Hoteles es la compañía hotelera cotizada con mayor crecimiento orgánico del mundo

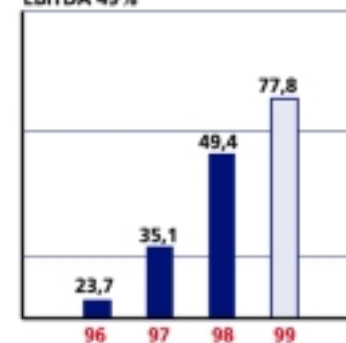
Reconocida como compañía líder en España dentro del sector hotelero urbano y décima en Europa, NH ha mantenido un crecimiento de ventas del 28% en el periodo 1996-1999, mientras que el EBITDA crecía un 49% en este mismo periodo.

(Millones de Euros)

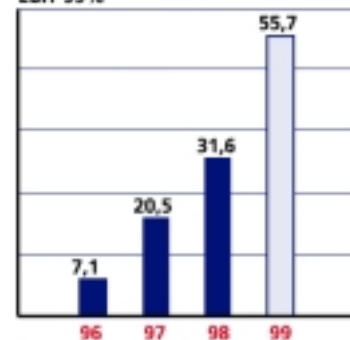
Total Ingresos 28%



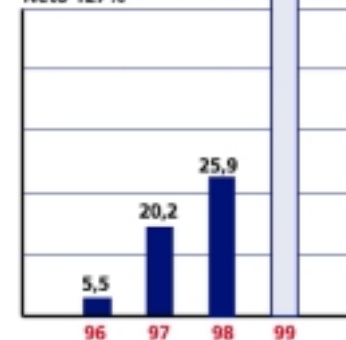
EBITDA 49%



EBIT 99%



Beneficio¹ Neto 127%



¹ Incluye extraordinarios

Nota: Con objeto de hacer comparables los ejercicios 1999 y 1998, se ha modificado la Cuenta de Resultados correspondiente a 1998, consolidando la Sociedad Sotogrande, S.A. por el método de integración global. También 1997 y 1996 incluyen Sotogrande, S.A. consolidado proforma.

NH Hoteles es la compañía hotelera cotizada con mayor crecimiento orgánico del mundo

En Europa, NH Hoteles es una de las cadenas con más reconocimiento de marca nacional, comparado con otras cadenas líderes en sus respectivos mercados. El 92% de los españoles reconocen NH como la cadena hotelera líder en el segmento urbano.

En una escala de 0 a 5, NH figura con 4.1 puntos en términos de calidad y servicio, por delante de sus más directos competidores.

NH es percibida como una cadena internacional; así, la media de los clientes encuestados respondieron que NH tiene 100 hoteles en el extranjero.

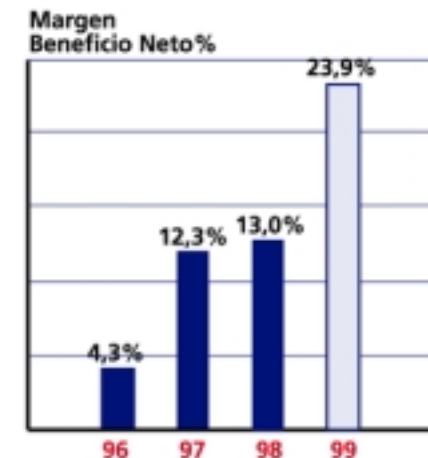
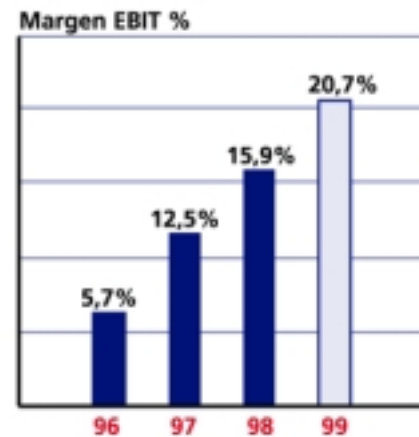
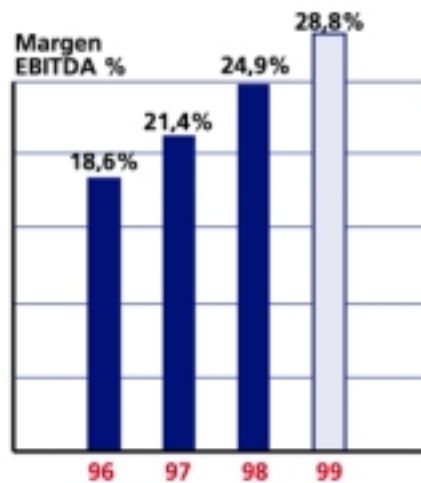
NH es claramente percibida como la primera opción cuando el motivo del desplazamiento es un viaje de negocios.



NH Abascal, Madrid

NH Hoteles es la compañía hotelera cotizada con mayor crecimiento orgánico del mundo

Considerando los márgenes operativos, NH se encuentra entre las compañías hoteleras más rentables del mundo. En 1999, el margen de EBITDA alcanzó el 28,8%, mientras que el margen de EBIT llegó al 20,7%.



NH Hoteles es la compañía hotelera cotizada con mayor crecimiento orgánico del mundo

NH sigue poniendo énfasis en la creación de valor para el accionista. Con un Consejo independiente y el 4% de las acciones en manos del equipo directivo (96% free-float), NH es una de las compañías del IBEX más transparentemente gestionada.



NH tiene hoy presencia en toda la península Ibérica, y a través de Jolly Hoteles, en siete países más



En España, NH ofrece a sus clientes una amplia red con la mejor cobertura del sector



La marca NH comienza a extenderse por Latinoamérica



Índice

- Resumen
- **Resultados Operativos y Financieros**
- Planes de Expansión
- Iniciativas Estratégicas
- Conclusión

Apéndice

- 1999 Resultados Financieros
- Volumen de Contratación de Acciones

A 31 de diciembre de 1999, NH Hoteles operaba 88 hoteles con un total de 10.310 habitaciones

Relación de hoteles a 31 de diciembre de 1999

No. de hoteles	Propiedad	Arrendamiento	Contrato de gestión	Total	%
NH 4 estrellas España	25	41	9	75	85,2%
NH Express	1	4	3	8	9,1%
NH Latinoamérica	2	-	3	5	5,7%
Total	28	45	15	88	100%
	32%	51%	17%	100%	

No. de habitaciones

NH 4 estrellas España	3.589	4.817	808	9.214	89,4%
NH Express	43	293	159	495	4,8%
NH Latinoamérica	249	-	352	601	5,8%
Total	3.881	5.110	1.319	10.310	100%
	38%	49%	13%	100%	

Grupo consolidado (N° de hab.)	8.991
Media de habitaciones 1999	8.219

Los resultados del ejercicio 1999 siguen demostrando el potencial de la compañía

Datos financieros
(Millones de Euros)

	1999	Margen (%)	1998	Margen (%)	Incremento 99/98
Ingresos	E269,7	-	E198,5	-	+35,9%
EBITDA	E77,8	28,8%	E49,4	24,9%	+57,3%
EBIT	E55,7	20,7%	E31,6	15,9%	+76,6%
Beneficio Neto	E64,5*	23,9%	E25,9	13,0%	149,4%

* Incluye extraordinarios después de impuestos por la venta de Arco Bodegas Unidas (+E25,1 MM) y la provisión de autocartera (- E11,0 MM). El beneficio operativo asciende a E50,3 MM, lo que representa un margen del 18,7% y un incremento respecto al año anterior del 118%.

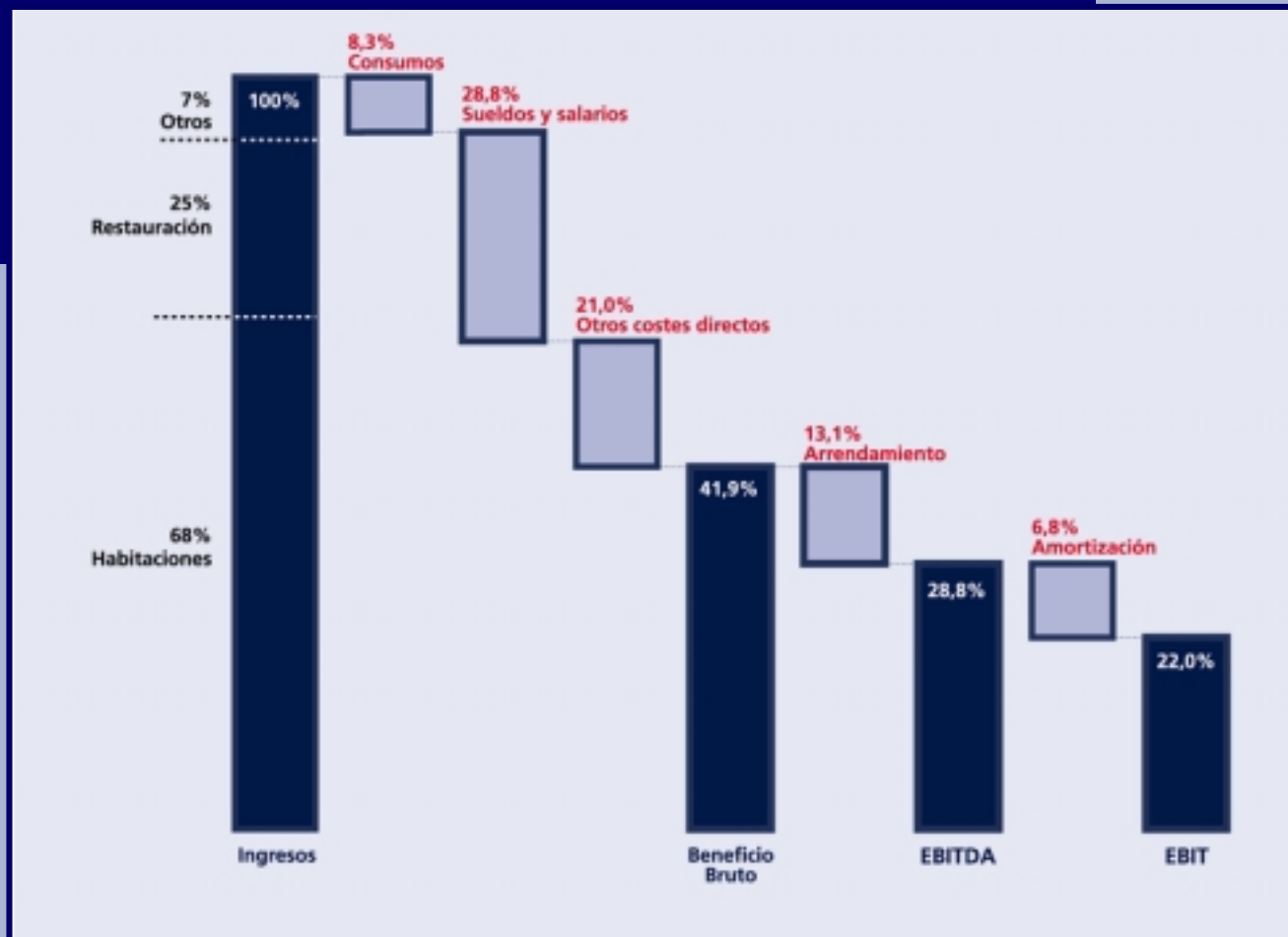
La actividad hotelera muestra mejoras significativas

Datos financieros
(Millones de Euros)

	1999	Margen (%)	1998	Margen (%)	Incremento 99/98
Ingresos	E253,4	-	E187,1	-	+35,4%
EBITDA	E72,8	28,8%	E49,4	26,4%	+47,4%
EBIT	E55,5	22,0%	E36,1	19,3%	+53,7%
Beneficio Neto	E49,4	19,5%	E25,2	13,5%	+96,0%

Cada Euro de ingresos genera actualmente 22% de beneficios antes de intereses e impuestos

**Estructura de costes
División hotelera**



Los precios han aumentado por encima de lo previsto mientras que la ocupación se mantiene en niveles muy altos

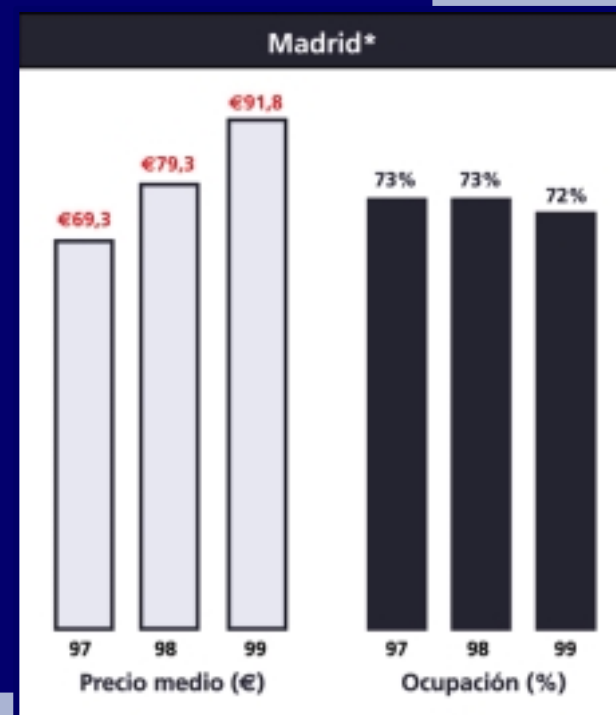
Ratios de gestión

	1999	1998	Incremento 99/98
NH 4 estrellas España			
Nº medio de hab.	7.915	7.052	+12,2%
Precio medio (€)	€79,44	€67,02	+18,5%
Ocupación (%)	72,2%	71,1%	+1,5%
RevPar (€)	€57,35	€47,69	+20,3%
NH Express			
Nº medio de hab.	282	44	+540,9%
Precio medio (€)	€48,20	€42,02	+14,7%
Ocupación (%)	66,2%	49,5%	+33,7%
RevPar (€)	€31,91	€20,81	+53,3%

La ocupación en Madrid se mantiene en cifras récord, lo que permitirá subidas adicionales de precios

Situación del mercado

- Al final de 1999, NH es el líder indiscutible en Madrid con un 15% de cuota de mercado; posee 18 hoteles con 2.784 habitaciones en el centro de la ciudad y otros 5 Express en el extrarradio con otras 315 habitaciones.
- Actualmente se estima que el segmento 3-5 estrellas está compuesto por 122 hoteles con un total de 20.400 habitaciones.
- De acuerdo con estudios internos de la compañía, se estima que en el periodo 2000-2002 se añadirán en todo el sector hotelero en la capital 3.500 habitaciones, gran parte de las cuales serán destinadas al segmento económico, dentro del cual NH jugará un papel importante.
- Con unas previsiones de crecimiento del PIB cercanas al 4% y una ocupación del 72% en 1999, parece poco probable que un incremento de la oferta en Madrid del 15% pueda alterar la vigorosa situación del sector y la privilegiada posición de NH en la capital.

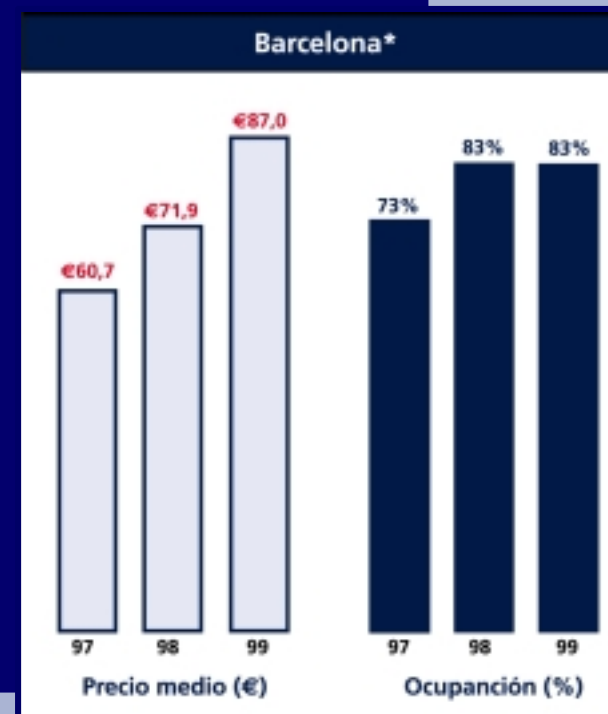


* Al estar incluidas las nuevas aperturas, los datos no son estrictamente comparables y se presentan sólo a efectos ilustrativos.

La importancia de Barcelona como centro de negocios, ferias y turismo, admite crecimientos adicionales del RevPar

Situación de mercado

- Al final de 1999, NH tenía en Barcelona una cuota de mercado del 12%; 12 hoteles con 1.584 habitaciones en el centro de la ciudad que le hacen líder del mercado junto con otro operador local
- Actualmente se estima que el segmento 3-5 estrellas está compuesto por 110 hoteles con un total de 13.000 habitaciones.
- De acuerdo con estudios internos de la compañía, se estima que en el periodo 2000-2002 se añadirán en todo el sector hotelero en Barcelona 3.000 habitaciones, fundamentalmente en el segmento 3-5 estrellas y localizadas en el centro urbano. NH contribuirá con parte de esta nueva oferta
- Habiéndose registrado en 1999 ocupaciones del 83%, existe una clara necesidad de nuevas habitaciones en la ciudad. El incremento estimado en la oferta del 20% debe ser absorbido con relativa facilidad por el mercado.



* Al estar incluidas las nuevas aperturas, los datos no son estrictamente comparables y se presentan sólo a efectos ilustrativos.

Índice

- Resumen
- Resultados Operativos y Financieros
- **Planes de Expansión**
- Iniciativas Estratégicas
- Conclusión

Apéndice

- 1999 Resultados Financieros
- Volumen de Contratación de Acciones

NH tiene distintos criterios y objetivos específicos de inversión para cada segmento



En el segmento 4 estrellas, NH tiene previsto un crecimiento de aproximadamente 800 habitaciones al año en el periodo 2000-2002. La inversión total estimada es de E26 millones por año. Se espera que los proyectos generen una TIR del 10% después de impuestos.

En el segmento 2/3 estrellas, NH tiene previsto construir 20 hoteles con un total de 2.000 habitaciones en el periodo 1999-2001. La inversión total estimada es de E22,5 millones. El objetivo es tener el 75% de los hoteles en arrendamiento y el 25% en propiedad. El objetivo de ADR es de E45 con una ocupación del 65%. Se espera que los proyectos generen una TIR del 12,5% después de impuestos.

En Latinoamérica, NH ha invertido hasta la fecha E60 millones en la región Mercosur. Se espera que los proyectos generen una TIR del 15% después de impuestos. Junto a su socio en este proyecto, Equity International Properties (25%), el objetivo es alcanzar 5.000 habitaciones en los próximos 2/3 años con una inversión total de \$170 millones.

NH prevé un crecimiento de 800 habitaciones
al año en el segmento 4 estrellas

Operaciones en curso
(Millones de Euros)

Ciudad	Nº de hab.	Contrato	Apertura prevista	Inversión (EMM)
Barcelona	167	Arrend.	4º trim 00	E0,9
Valencia	174	Arrend.	4º trim 00	E1,4
Cornellá	83	Arrend.	1º trim 01	E0,5
Alicante*	37	Arrend.	1º trim 01	E1,5
Burgos	130	50% Prop.	1º trim 01	E5,4
Almería	158	Arrend.	4º trim 01	E1,1
Tenerife	65	50% Prop.	4º trim 01	E2,4
Granada	76	Arrend.	4º trim 01	E0,6
Cartagena	110	Arrend.	1º trim 02	E0,8
Total	1.000			E14,6

* Ampliación de 37 habitaciones.

NH avanza hacia el objetivo de conseguir 2.000 habitaciones en el segmento 2/3 estrellas en el año 2001

Operaciones en curso
(Millones de Euros)

Ciudad	Nº de hab.	Contrato	Apertura Prevista	Inversión (EMM)
Las Rozas (Madrid)	63	Arrend.	2º trim. 00	-
Alcalá de Henares (Madrid)	90	Arrend.	2º trim. 00	€0,5
Barajas (Madrid)	85	Arrend.	2º trim. 00	€0,4
Valencia	112	Gestión	3º trim. 00	
Valencia	121	Arrend.	4º trim. 00	€0,8
Santander	106	Arrend.	2º trim. 01	€0,3
Leganés (Madrid)	76	Arrend.	4º trim. 01	€0,4
Logroño	112	Arrend.	2º trim. 02	€0,4
Total	765			€2,8

NH está acelerando su presencia
en la región Mercosur

Operaciones curso
(Millones de Euros)

Ciudad	Nº de hab.	Contrato	Apertura Prevista	Inversión (MM)
Buenos Aires	122	Propiedad	er	E
		Propiedad	2º trim.00	E16,4
Mendoza	85		2º trim.00	E10,3
		142		3er trim.01
Buenos Aires		Gestión	2º trim.01	-
Total	861			E49,6

cuenta con 111 hoteles y 13.169 habitaciones

Composición proyectada

Nº de hoteles	Propiedad	Arrend.	Gestión	Total	%
NH 4 estrellas España ¹	28	47	10	85	77%
NH Express	1	11	4	16	14%
NH Latinoamérica	6	-	4	10	9%
Total	35	58	18	111	100%
%	32%	52%	16%	100%	

Nº de hab.

NH 4 estrellas España	3.934	5.622	891	10.447	79%
NH Express	43	946	271	1,260	10%
NH Latinoamérica	760	-	702	1,462	11%
Total	4.737	6.568	1.864	13.169	100%
%	36%	50%	14%		

Grupo consolidado (nº de hab.): 11.305
+38% respecto a 1999

Índice

- Resumen
- Resultados Operativos y Financieros
- Planes de Expansión
- **Iniciativas Estratégicas**
- Conclusión

Apéndice

- 1999 Resultados Financieros
- Volumen de Contratación de Acciones

En el año 2000, profundizar en las líneas estratégicas ya iniciadas será clave

JOLLY HOTELS

NH está desarrollando un canal comercial conjunto y un esfuerzo de marketing común, con su socio italiano, Jolly Hoteles.

SOTOGRADE

Sotogrande
entorno a tres líneas de negocio: ventas

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

Con el lanzamiento de su nueva página en Internet en enero, NH se adapta para estar en la vanguardia de este nuevo medio de imparable crecimiento.

NH ha dado su primer paso en Europa a través de Jolly Hotels

Jolly es la cadena italiana líder en hoteles urbanos de cuatro estrellas que contaba con 35 hoteles y 6.165 habitaciones operativas a 31 de diciembre de 1999.

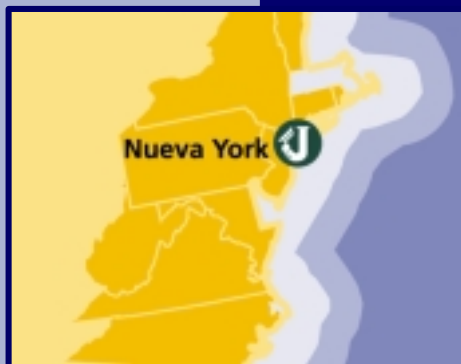
Jolly está presente en todas las principales ciudades italianas y además en Amsterdam, Bruselas, París y Nueva York, donde tiene un hotel en propiedad en cada ciudad.

Actualmente, Jolly tiene comprometidos 11 proyectos hoteleros con aproximadamente 2.000 habitaciones, incluyendo hoteles en Berlín, Colonia, Munich y Praga, cuyas aperturas están previstas para los años 2000 y 2001.

Jolly tiene 24 hoteles en propiedad, que representan el 63% de sus habitaciones. El resto de los hoteles los opera en régimen de arrendamiento.

The logo for Jolly Hotels, featuring the word 'JOLLY' in a serif font, a stylized circular icon with a vertical line through it, and the word 'HOTELS' in a serif font, all in white on a dark green background.

Jolly es la cadena líder en Italia
en el segmento urbano



NH y Jolly están cooperando ya en una serie de iniciativas de marketing y ventas conjuntas



- Directorio común
- Enlaces directos entre sus páginas de Internet (www.jollyhotels.it)
- Asistencia a ferias:
 - FITUR - Madrid (enero 2000)
 - BIT - Milán (febrero 2000)
 - ITB - Berlín (marzo 2000)
 - FIT - Buenos Aires (octubre 2000)
- CRS: Las centrales de reservas de ambas compañías venden habitaciones de ambas cadenas
- Cliente corporativos: Los equipos de ventas de ambas cadenas promocionan entre sus clientes corporativos locales a su socio internacional

Jolly volverá a crecer en el 2000 gracias a la apertura de nuevos hoteles

Datos financieros
(Millones de pesetas)

	2000E ⁽¹⁾	1999E ⁽¹⁾	1998
Ingresos	E213,3	E185,1	E180,0
EBITDA	E41,7	E38,8	E36,7
Margen EBITDA	19,5%	21,0%	20,4%
Ocupación	68,0%	69,0%	67,8%
Precio medio	E80,20	E78,65	E77,86

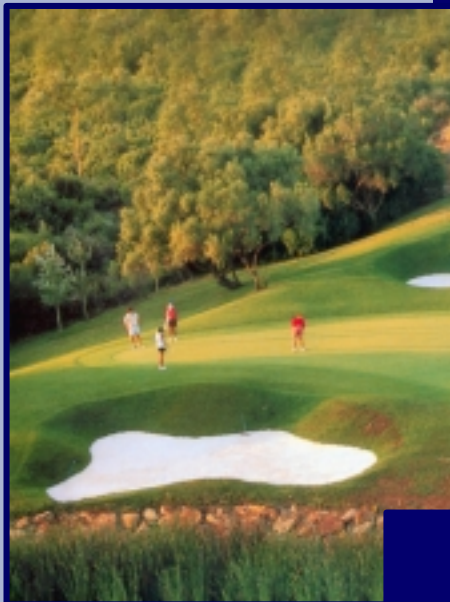
Datos seleccionados del balance

31 de diciembre 1999E⁽¹⁾

Activo Fijo Bruto	E390,6
Activo Fijo Neto	E180,3
Deuda	E111,2
Fondos propios	E59,5

(1) Estimación de NH.
Note: Tipo de cambio de Lira / Euro 1936.

NH está estructurando Sotogrande en tres áreas principales



91,5% propiedad
€113,5 millones de inversión

Sotogrande

Negocio Inmobiliario

Venta de todo el activo inmobiliario

Hoteles

En Sotogrande
- Almenara
- Dos hoteles más

Fuera de Sotogrande
- Contratos de gestión

Golf

En Sotogrande
- Almenara (27 hoyos)
- Dos campos más (36 hoyos)

Fuera de Sotogrande
- Gestión de campos (Aymerich)
- Central de reservas



Existe un considerable potencial en los activos inmobiliarios de Sotogrande, que en hectáreas, equivale al 8% del suelo pendiente de desarrollar en toda la Costa del Sol

Desglose de activos inmobiliarios en Sotogrande pendientes de desarrollo

Ubicación	Suelo pendiente de desarrollar (M ²)	Edificabilidad (M ²)	Nº. de viviendas	Precios (Euros)	
				Suelo pendiente de desarrollar (M ²)	Edificabilidad (M ²)
Marina	89.946	160.300	1.349	N/A	E1.500
Subsector 41	121.650	80.289	243	N/A	E1.200
Almenara Pueblos					
Mediterraneos (condos)	134.036	53.614	419	N/A	E1.200
Almenara plots	401.537	131.201	667	E70	N/A
Subsector 50	2.214.478	736.148	4.527	E70	N/A
Subsector 34	113.400	75.978	226	N/A	E1.200
Cortijo Paniagua	35.000	42.800	400	N/A	E1.350
Total	3.110.047	1.282.330	7.831		

Emplazamiento en desarrollo para dos complejos turísticos y campos de golf adicionales



* Solo el Club de Golf Almenara pertenece a la cadena. El resto pertenece a los miembros excepto La Cañada que es un club público.

Sotogrande dispone de otros importantes activos que NH pretende maximizar

Desglose de otros activos de Sotogrande
a 31 de diciembre de 1999

Activo	Valor estimado (Millones de Euros)
Ventas firmadas no reconocidas como ingresos	E23
Unifamiliares, condos y parcelas terminadas para vender	27
Inversiones pendientes en infraestructuras	(18)
Almenara Hotel & Golf	30
Concesión de suministro, saneamiento y depuración de agua	10
Acciones Club Sotogrande	7
Otros activos	6
Subvenciones	5
Posición financiera neta (caja)	6
Total	E96



NH se sitúa a la vanguardia en Internet y otros servicios tecnológicos



RESERVAS

RESERVAS BESQUEJAS TARIFAS ACTUALIDAD ATENCIÓN AL CLIENTE

UNA FORMA DIFERENTE DE RESERVAR HABITACIÓN

PRE-RESERVAS

RESERVAS ONLINE

Para que usted tenga toda la libertad y comodidad al hacer su reserva ya consultar la disponibilidad durante el período o imprimiendo el ticket, todo a tiempo real y de forma automática.

No importa cuál de los dos canales utilice siempre habrá algunas particularidades que todos sus planes se hacen a su vez de con toda comodidad.

[1] **Pre-Reserva:**
Puede consultar la disponibilidad de habitación en un hotel o ciudad de su preferencia. En 24h recibirá un e-mail confirmando si su reserva ha sido efectuada.
Páase por favor

[2] **Reserva on-line:**
Solo que nosotros se reservar una habitación en cualquiera de los hoteles NH, pasamos a su disposición un sistema de reservas a tiempo real, visitas y fotos.
Páase por favor

BIENVENIDO

LOS HOTELES NH SON FUNCIONALES. NUESTRO WEB TAMBIÉN LO ES.

*Question de Detalle
To the last Detail*

PASE POR FAVOR / PLEASE COME IN

NH HOTELES

En enero del 2000, NH lanzó una página en Internet completamente rediseñada (www.nh-hoteles.com) en inglés y español, en la que se pueden realizar reservas “on-line” con todos los requisitos de seguridad para el cliente.

Durante 1999, con la versión previa al nuevo diseño, NH hizo reservas de habitaciones por valor de aproximadamente 600.000 Euros. Para el año 2000, junto a una mayor promoción de la web, la compañía estima un intenso crecimiento de las reservas en habitaciones a través de este medio. En enero del 2000, las ventas en Internet crecieron un 125% comparado con el mismo periodo del año anterior.

NH tuvo en 1999 215.000 visitas aproximadamente en su página web.

A través del sistema GDS (Global Distribution System – Amadeus, Galileo, Sabre y Worldspan) utilizado por todas las agencias de viajes mundialmente, todos los hoteles NH pueden efectuar sus reservas “on-line”. Extrapolando datos de enero del 2000, NH estima que deberían contratarse más de 5 millones de Euros a través de GDS en todo el año.

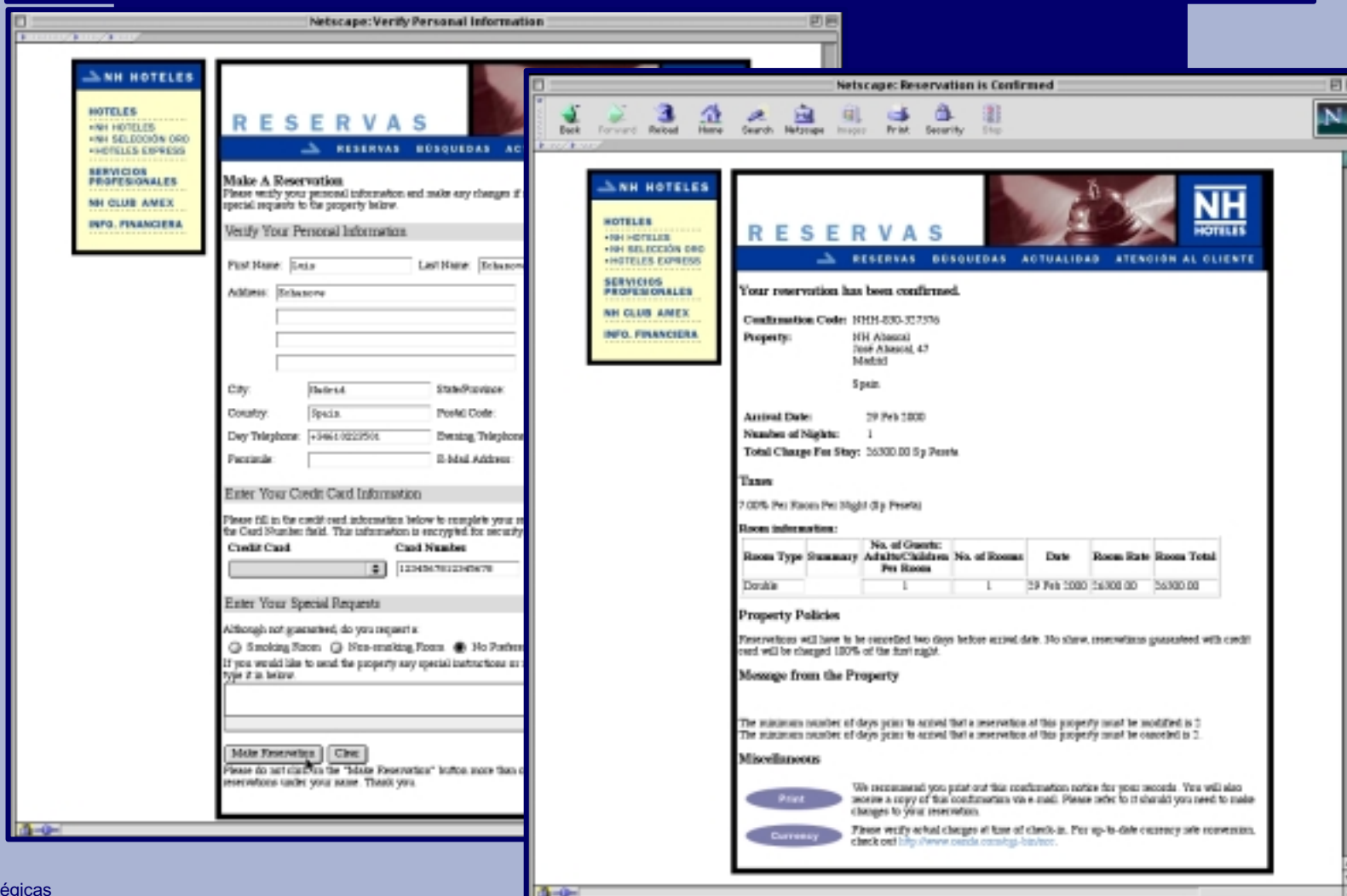
Nuestro centro de llamadas 24 horas/365 días proporciona en tiempo real disponibilidad y reserva de habitaciones de todos los hoteles de la cadena, conectados entre sí a través de una red interna. El volumen de llamadas al centro ascendió en 1999 a 800.000, una media de 3.100 a la semana (días laborables), y contribuyó a contratar un 30% de las ventas en habitaciones.

La primera iniciativa de NH como servicio interactivo en Internet es ofrecer a sus clientes la posibilidad de realizar reservas “on-line”

The image displays two overlapping screenshots of the NH Hotels website as viewed in a Netscape browser. The left screenshot shows the main 'RESERVAS' (Reservations) page, which includes a navigation menu, a list of hotels with their names, locations, and prices, and a 'Check Availability' button. The right screenshot shows a search form for booking a room, with fields for 'Check in date', 'Number of rooms', and 'Number of nights', and a 'Check Availability' button.

Property Name	Location	Rate* (By Person)	Property Description
NH Castellón	Madrid, Spain	27,800.00 - 32,700.00	The two buildings and the pool area are in a central location in the heart of Madrid.
NH Estoril	Madrid, Spain	25,900.00 - 26,900.00	Located in modern Madrid, just next to Cervantes Boulevard.
NH Alcala	Madrid, Spain	22,900.00 - 26,900.00	In Madrid's main business district, in the heart of the city.
NH Capota	Madrid, Spain	21,900.00 - 24,200.00	Located in the best area for shopping.
NH Estoril & Tanager	Madrid, Spain	21,200.00 - 25,900.00	Only 10 minutes away from the city center.
NH Princesa	Madrid, Spain	20,500.00 - 22,600.00	Located in a business area of Madrid, just next to the city center.
NH Adolfo Suárez	Madrid, Spain	19,700.00 - 21,700.00	Close to the Plaza de España University area.
NH Europa Amador	Madrid, Spain	19,900.00 - 21,900.00	Near Madrid's main business district, very much in the heart of the city.
NH Huelgas	Madrid, Spain	19,800.00 - 24,200.00	Located in a triangle of art and culture in the heart of the city.
NH Alcala	Madrid, Spain	19,800.00 - 24,200.00	Located in the city center, right in the heart of the city.
NH Doria	Madrid, Spain	18,900.00 - 20,400.00	Located in the business district of Madrid.
NH Princesa	Madrid, Spain	18,500.00 - 20,400.00	A hotel near Plaza de España, walking distance from the Congress Hall, 20 minutes away from the airport.

El sensacional crecimiento de Internet hace presumir una mayor contratación de habitaciones a través de este canal



Índice

- Sumario

Resultados Operativos y

- Planes de Expansión

•

- **Conclusión**

Apéndice

- Volumen contratación de

Datos seleccionados del balance
(Milliones de Euros)

	12/31/98	12/31/99E	12/31/00P
Deuda neta	E150,9	E286,9	E222,1
Recursos propios	E197,2	E261,7	E312,7
Deuda neta/Recursos propios	0,76	1,10	0,71
Deuda neta / (Deuda neta + Recursos propios)	0,43	0,52	0,41

Vencimiento deuda	2000	2001	2002	2003 - 2018
	45%	8%	7%	40%
	[13% Renovable]			
	[25% Crédito puente. Se refinanciará con crédito a 7 años]			
	[7% Vencimiento el año]			

Con las inversiones realizadas en 1999, NH espera mantener el ritmo de crecimiento de los últimos años

Datos financieros
(Millones de Euros)

	1997	1998	Incremento 98/97	1999	Incremento 99/98	2000E	Incremento 00/99
Venta hoteles España (4 estrellas y Express)	E149	E186	+25%	E253	+36%	E305	+21%
Venta hoteles Latinoamérica	-	-	-	-	-	E13	n.a.
Ventas Sotogrande	E9	E13	44%	E17	+30%	E30	+77%
Ventas Caja Madrid Casino-golf	-	-	-	-	-	E12	n.a.
TOTAL VENTAS	E158	E199	+26%	E270	+36%	E360	+33%
Total EBITDA	E35,5	E49,4	+39%	E77,7	+57%	E110	+42%
Margen EBITDA (%)	22%	25%		29%		31%	

NH está muy bien posicionada para mantener un fuerte crecimiento

ADR y RevPar deberían seguir creciendo. Teniendo en cuenta la fuerte demanda, el limitado crecimiento de la oferta a corto plazo en las principales ciudades, y el relativo bajo precio de los servicios hoteleros en España, la compañía espera seguir incrementando tanto su ADR como el RevPar.

Las perspectivas económicas siguen siendo optimistas. Diversas fuentes apuntan un crecimiento del PIB para el año 2000 del 4%, que sitúa a España dentro de los países que más crecen en Europa.

En conjunto, NH busca aumentar márgenes y productividad. A través de incrementos del precio en habitaciones, de un exhaustivo control de costes, del mantenimiento de un vigoroso crecimiento orgánico y de adquisiciones muy específicas, NH fortalece día a día su posición como cadena hotelera líder en España.

La compañía es consciente de los riesgos potenciales. Una espiral de precios en el mercado inmobiliario podría ralentizar los planes de expansión en España; obviamente, un cambio en las expectativas macroeconómicas del país también tendría una influencia inmediata en el sector hotelero.

Índice

- Resumen
- Resultados Operativos y Financieros
- Planes de Expansión
- Iniciativas Estratégicas
- Conclusión

Apéndice

- 1999 Resultados Financieros
- Volumen de contratación de acciones

Volumen de contratación de acciones

Volumen medio diario
(Millones de Euros)



Volumen medio diario
(Miles de acciones)

