



Ref.12/01

Febrero, 2001

SOL MELIÁ ALCANZA UNOS RESULTADOS RÉCORD AL AUMENTAR EL EBITDA UN 31 % AL CIERRE DEL AÑO 2000

La facturación consolidada de la compañía ha aumentado un 35 % en ese mismo periodo

Sol Meliá ha hecho público hoy martes, día 27 de febrero, los resultados económicos obtenidos por la compañía hotelera al cierre del año 2000. Así, los **beneficios de explotación, antes de intereses, amortizaciones e impuestos (EBITDA)** conseguidos por Sol Meliá durante el pasado ejercicio han sido de 43.377 millones de pesetas - 260,7 millones de euros -, un 31% más que en el año anterior. El **RevPar** ha aumentado un 19%, un porcentaje muy por encima de la media del sector.

En cuanto a los **beneficios netos**, la cifra alcanzada ha sido de 19.750 millones de pesetas - 118,7 millones de euros -, lo que ha supuesto un aumento del 26% con respecto a 1999, mientras que el total de **ingresos consolidados** de Sol Meliá ha ascendido a 148.399 millones de pesetas - 891,9 millones de euros -, un 35% más que el año anterior.

Estos excelentes resultados, que han cumplido los objetivos que Sol Meliá se había marcado para dicho ejercicio, se deben al buen comportamiento de los establecimientos de la **División de Europa Urbana** (aumento RevPar 13%), a la que pertenecen la mayoría de los establecimientos incorporados tras la integración de Hoteles TRYP, que confirman la evolución positiva del sector negocios en el viejo continente y, muy especialmente, en nuestro país. En este sentido, cabe recordar que Sol Meliá es líder del sector hotelero urbano español, con un 50% más de habitaciones que su inmediato competidor NH.

Por otra parte, también cabe destacar las cifras alcanzadas por los hoteles de la **División de Europa Vacacional** (aumento RevPar 11%), sobre todo los de España, que se han beneficiado de una buena temporada de verano. Según las estimaciones para el verano 2001, todo parece indicar que la próxima sesión estival será, para Sol Meliá, como mínimo, igual de satisfactoria.

Por último, se ratifica la recuperación de la **División América** (aumento RevPar 30%), anunciada a principios del año 2000, merced a que las nuevas incorporaciones de hoteles como el Meliá México Reforma ya están dando importantes retornos, y al cambio de tendencia del mercado latinoamericano, ayudado por la fortaleza del dólar. Sol Meliá es la compañía hotelera líder de Latinoamérica y el Caribe.

En relación a los ingresos obtenidos en concepto de **gestión**, estos han aumentado un 18%, debido a la contribución de la **División de Cuba**, cuyo incremento ha sido de un 10%, pero sobre todo a la de las **Divisiones de Asia Pacífico** (aumento 25%) y de **América** (aumento 23%).



Expansión: el 2000, un año de éxitos, Sol Meliá entra en el codiciado "Top Ten"

El 2000 ha sido un año récord en lo que respecta a incorporación de nuevos hoteles. Así, en el transcurso de ese ejercicio Sol Meliá integró a su cartera 87 nuevos establecimientos, que suman 16.500 habitaciones, ofreciendo al cierre de dicho ejercicio un total de 337 hoteles, distribuidos en 30 países de 4 continentes, equivalentes a más de 82.000 habitaciones.

Tras la integración de la cadena Hoteles TRYP, cuyos resultados del segundo trimestre ya se han integrado en las cuentas presentadas en el día de hoy, Sol Meliá ha consolidado su liderazgo absoluto en España, con una oferta total que, una vez incorporados todos los proyectos actualmente en construcción, superará, sólo en nuestro país, los 200 hoteles y las 42.000 habitaciones, y especialmente en Madrid, donde dispondrá de 27 establecimientos y más de 5.000 habitaciones.

Además, esta operación ha permitido entrar a Sol Meliá en el codiciado "Top Ten" del ranking mundial de cadenas hoteleras, reforzar su posición como segunda compañía hotelera de Europa y mantener su condición de cadena hotelera vacacional más grande del mundo.

Estrategia para el año 2001: integrar una cartera de proyectos que, por su dimensión, podría ser una compañía en sí misma

El año 1999 fue testigo de adquisiciones tan importantes como la del Meliá White House de Londres (Reino Unido), la del Meliá México Reforma y la de 9 hoteles ubicados en el centro de París (Francia), mientras que el año 2000 lo fue de la compra del Meliá Avenue Louise Boutique Hotel de Bruselas (Bélgica) y de la cadena de Hoteles TRYP.

Al mismo tiempo, durante ese periodo, el equipo de expansión de Sol Meliá ha suscrito numerosos acuerdos, mayoritariamente de alquiler y gestión, que se han ido acumulando hasta integrar una cartera que, actualmente, está compuesta por un total de 83 proyectos, que suman 22.000 habitaciones, cuyas respectivas aperturas tendrán lugar en el transcurso de los próximos dos años.

Por ello, la estrategia a desarrollar por Sol Meliá en el año 2001 pasa por la consolidación de la integración de Hoteles TRYP, así como por la incorporación de esos 83 nuevos proyectos. Teniendo en cuenta que dichos hoteles constituyen el 25% del actual portafolio del grupo, y que por sí solos podrían formar una compañía en sí (tras la incorporación de la cadena holandesa Krasnapolsky, NH tiene 22.300 habitaciones), los esfuerzos a realizar para que la afiliación sea un éxito son considerables.

No obstante, Sol Meliá prosigue la búsqueda de nuevos hoteles y en estos momentos mantiene avanzadas negociaciones para la incorporación de otros 60 establecimientos más, que suman casi 9.000 habitaciones.



Ultimar la "e-transformación" de la compañía

La otra gran prioridad para el año 2001 va a ser concluir el proceso de "e-transformación" de Sol Meliá, iniciado el pasado ejercicio. Desde principios del año 2000, cuando Sol Meliá anunció la creación de una División General de E-Business encargada de liderar el ambicioso proyecto de "e-transformación" del grupo, ya se han materializado varios de las operaciones previstas.

En este sentido, a nivel interno, cabe destacar la progresiva modernización de la infraestructura tecnológica de los hoteles y de las sedes corporativas, así como la implantación de avanzados programas de gestión "on line". La inversión que Sol Meliá ha destinado a este proyecto ha sido de 5.000 millones de pesetas.

Por otra parte, dentro de la política de inversiones en la nueva economía, la cadena participado como miembro fundador en la creación de dos portales de Internet cuyos respectivos lanzamientos tendrán lugar a lo largo del 2001. Esta participación traerá grandes ventajas en cuanto a aumento de ingresos, reducción de costes y, sobre todo, implementación de lo que es el auténtico negocio del grupo: la venta de habitaciones de hotel.

El primer portal, "Hotelnetb2b", que está destinado al comercio electrónico entre empresas, ha permitido reunir por primera vez, en un proyecto conjunto, a las principales cadenas hoteleras españolas (hasta la fecha su accionariado está compuesto por un total de 19 grupos turísticos), que habitualmente compiten en los mercados.

En lo que respecta al segundo proyecto, coincidiendo con la firma del acuerdo que ratifica la entrada de "America Online" (AOL) en España, a través del portal de Internet "Prodigios", Sol Meliá, empresa fundadora de esta ambiciosa operación de e-business, ha creado una agencia de viajes virtual independiente que, bajo la denominación "Meliaviajes.com", será la responsable de proveer en exclusiva los productos de ocio y viajes que comercialice este portal. La inversión prevista para el desarrollo de "Meliaviajes.com" asciende a 3.000 millones de pesetas - 18,03 millones de euros-.

La ampliación del capital social de "Prodigios" en más de 32.000 millones de pesetas, que ha permitido la integración de America Online (AOL) en este ambicioso proyecto, ha supuesto la dilución de la participación de Sol Meliá, que pasa del 10,6% al 6,2%. . El Banco Santander Central Hispano (BSCH) y American Online (AOL) mantienen el 40% cada una, Planeta un 6,17% y el resto esta repartido entre otros accionistas.

De esta forma, Sol Meliá ha visto cumplidos los objetivos que se había marcado al entrar en "Prodigios": realizar unas plusvalías de 1.200 millones de pesetas, con unas plusvalías tácitas de más de 4.800 millones de pesetas, participar en un portal que, dada la importancia de los socios, será líder en España de forma inmediata, y garantizarse la exclusividad en el portal de viajes de "Prodigios", que a partir de ahora se denominará "AOL Avant".

Por último, señalar que en diciembre de 2000 la página de Internet de Sol Meliá (www.solmelia.com) fue galardonada con el Premio Hermes a la "Mejor web de la industria hotelera internacional".



Otros logros: BBB con proyección estable

En octubre del 2000, la consultora Standard & Poor's concedió el rating BBB con proyección estable a Sol Meliá, otorgándole de esta manera el segundo mejor rating de compañías hoteleras del mundo en lo que respecta a riesgo crediticio, detrás de Marriott International, cuyo negocio se basa exclusivamente en la gestión hotelera; y convirtiéndola en el único grupo hotelero español que dispone de este reconocimiento.

Así, Sol Meliá comparte rating con compañías del prestigio de Accor o Hilton Group y pasa por delante de grandes referentes a nivel mundial como Starwood Hotels & Resorts Worldwide, Choice Hotels International o Four Seasons Hotels.

La decisión ha sido fruto del análisis de los ratios financieros, de las últimas inversiones realizadas por Sol Meliá, así como de las perspectivas de futuro que presenta el grupo hotelero. La obtención del rating BBB con proyección estable afianza la capacidad de Sol Meliá para captar más recursos en los mercados de capitales, algo que la compañía está potenciando en la actualidad para diversificar sus fuentes de financiación. Como último ejemplo cabe destacar la reciente emisión de euronotas por un valor de 340 millones de euros.

Resultados económicos 2000:

(en e millones de pesetas)

Facturación consolidada:	148.399	+ 35%
EBITDA:	43.377	+ 31%
Beneficios Netos:	19.750	+ 26%
Beneficios atribuidos a la sociedad dominante:	18.761	+ 28%

Expansión durante el 2000:

Número hoteles incorporados en el 2000:	87
Número Hoteles abiertos a 31/12/00:	337
Número Habitaciones a 31/12/00:	82.277
Número contratos firmados a 28/02/01:	83
Número acuerdos negociación a 28/02/01:	60

Para más información: prensa@solmelia.com y <http://www.solmelia.com>.