



Ref.12/00

Febrero, 2000

LOS BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN DE SOL MELIÁ AUMENTAN UN 37% AL CIERRE DE 1999

La facturación consolidada de la compañía ha aumentado un 19% en ese mismo periodo

La compañía hotelera Sol Meliá ha cerrado 1999 habiendo cumplido los objetivos que se había marcado para el mencionado ejercicio, al obtener unos beneficios de explotación, antes de intereses, amortizaciones e impuestos (EBITDA) de 33.348 millones de pesetas - 200 millones de euros -, lo que ha supuesto un incremento del 37% con respecto a 1998. Además, el total de ingresos consolidados de la compañía ha ascendido a 109.572 millones de pesetas - 659 millones de euros -, un 19% más que el año anterior.

En cuanto a los beneficios netos consolidados obtenidos por Sol Meliá durante 1999, la cifra alcanzada ha sido 15.565 millones de pesetas -93,5 millones de euros-, un 19% más que en el año anterior.

Excelentes resultados del turismo español

Estos resultados se han producido, a nivel de operaciones, por la incorporación de nuevos establecimientos y por el excelente comportamiento registrado por los hoteles propiedad de la compañía en España, tanto los urbanos como los vacacionales.

Fuerte crecimiento del segmento de negocios

Además, también han sido fruto del aumento del precio medio de los hoteles de Europa, y en especial del segmento urbano, que ha sido motivado por un fuerte incremento de la demanda y por el plan de mejoras desarrollado por Sol Meliá para renovar su planta hotelera. En este sentido, este proyecto trienal (1997-1999) ha contemplado la inversión global de 20.000 millones de pesetas - 120 millones de euros- en la renovación de 50 hoteles de la compañía.



Los mejores profesionales en gestión hotelera

En lo que respecta al negocio de gestión, cabe destacar los buenos resultados obtenidos por la División Cuba, debido a las aportaciones de los 5 nuevos hoteles incorporados a esta área en 1999, así como la progresiva recuperación que están experimentando los establecimientos de las Divisiones de Asia y América, cuyas perspectivas para el año 2000 son bastante prometedoras.

Evolución de la acción

Los títulos de Sol Meliá, primera compañía hotelera española que cotizó en el Mercado Continuo, tuvieron una revalorización del 13,41% durante 1999, alcanzando al cierre de dicho ejercicio los 11,25 euros por acción. En lo que va de año, la acción Sol Meliá ha alcanzado los 12 euros por título, lo que supone una revalorización del 6,67%. En la actualidad, sobre un total de 23 firmas de analistas, 17 recomiendan comprar acciones de Sol Meliá, otras 5 aconsejan mantener y sólo 1 opina que es mejor vender.

1999: Expansión en Europa y en Latinoamérica, y lanzamiento del exclusivo concepto "Meliá Boutique Hotel"

Tras la consolidación de la fusión con Inmotel Inversiones y la OPA sobre Meliá Inversiones Americanas (MIA), que ha convertido a Sol Meliá en un grupo gestor y propietario de establecimientos, la compañía hotelera ha cerrado 1999 habiendo incorporado un total de 27 establecimientos en Argentina, Bélgica, Croacia, Cuba, España, Francia, Grecia, México, Portugal, Reino Unido, República Dominicana, Túnez y Venezuela, de los cuales 13 son propiedad de Sol Meliá.

En este sentido, cabe resaltar la compra del Meliá White House de Londres, la del Meliá México Reforma de México D.F y la adquisición de 9 hoteles en el centro de París, que marcaron el inicio de la nueva línea de actuación de Sol Meliá como compañía propietaria de establecimientos.

Meliá Boutique Hotel



Por otra parte, otra de las operaciones importantes desarrolladas por Sol Meliá en 1999 ha sido el lanzamiento de un nuevo y exclusivo concepto: el de los hoteles "Meliá Boutique".

Esta singular y lujosa gama de productos, que en un plazo de 3 años tiene previsto incorporar bajo su enseña a unos 20 hoteles, ha sido creada para cubrir un nuevo segmento de mercado que se está desarrollando en las principales ciudades europeas: el propio de una clientela exigente y experimentada que, por motivos de ocio y de negocio, busca un hotel elegante y moderno, de pequeñas dimensiones, estratégicamente ubicado y que, además, le facilite un ambiente íntimo y muy exclusivo.

En otro orden de cosas, Sol Meliá ha proseguido su política de afiliación de hoteles bajo régimen de gestión, franquicia y arrendamiento, incorporando varios establecimientos en Italia, Alemania, España, Francia y Portugal, algunos de los cuales se encuentran actualmente en construcción.

Liderazgo nacional e internacional

Todo ello ha hecho posible que durante 1999 Sol Meliá haya mantenido su liderato absoluto en España, tanto en el sector urbano como en el vacacional, al tiempo que ha consolidado su posición como segunda compañía hotelera de Europa. Además, Sol Meliá sigue siendo la primera compañía hotelera de Latinoamérica y el Caribe, así como el mayor grupo hotelero vacacional del mundo. Sol Meliá cerró el pasado ejercicio con 262 hoteles en 27 países de 4 continentes.

2000: Previsiones de un año muy positivo para el turismo

Sol Meliá afronta el 2000 con contratos firmados para incorporar 71 hoteles en un plazo de 2 años, 9 de los cuales son propiedad de la compañía. Los países donde van a estar ubicados estos establecimientos son Alemania, Bélgica, Brasil, Cuba, Egipto, España, Italia, Marruecos, México, Panamá, Portugal, Puerto Rico y Túnez.

Sol Meliá:	Nº hoteles:	Nº habitaciones:
Hoteles operativos a fecha 01/01/00:	262	68.766
Contratos firmados:	71	17.034