



Gran Meliá Palacio de Isora Resort & Spa | Tenerife - España

RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE

2019

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2019

CUENTA P&G Y PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS*

(Millones de euros)	Marzo 2019	Marzo 2018	% cambio
INGRESOS	393,0	401,1	-2,0%
Ingresos sin plusvalías	393,0	401,1	-2,0%
EBITDAR	96,1	101,0	-4,9%
EBITDA	93,1	97,5	-4,5%
EBITDA sin plusvalías	93,1	97,5	-4,5%
EBIT	29,8	39,3	-24,2%
RESULTADO FINANCIERO	(16,7)	(18,5)	9,9%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	12,5	17,3	-28,2%
BENEFICIO NETO	9,5	13,0	-26,8%
BENEFICIO NETO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE	11,5	15,0	-23,4%
BPA (€)	0,05	0,07	-23,4%
REVPAR Propiedad y Alquiler (€)	76,6	78,6	-2,5%
REVPAR Propiedad, Alquiler y Gestión (€)	65,7	68,4	-4,0%
Margen EBITDAR (sin plusvalías)	24,5%	25,2%	-73 bp
Margen EBITDA (sin plusvalías)	23,7%	24,3%	-62 bp

Nota: Tras la introducción de la nueva norma relativa a alquileres de las NIIF 16, nos gustaría destacar el hecho de que las figuras reportadas se han ajustado para considerar el impacto de la citada norma para así facilitar la comparativa entre periodos. En este sentido, para aquellos interesados, el Anexo incluye una explicación detallada y un desglose de estos efectos en nuestros estados financieros.

Comportamiento operativo

- El **EBITDA sin plusvalías** cayó un **-4,5%** en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior, mientras que el **margen** empeoró -62 pb y el **BPA** se contrajo un **-23,4%** hasta situarse en los €0,05, en comparación con los €0,07 reportados en el IT 2018, siendo los principales aspectos que explican esta caída el impacto negativo en nuestras operaciones del efecto Semana Santa, el cual impactó negativamente principalmente a nuestros hoteles vacacionales de España, las reformas y reposicionamientos llevadas a cabo en algunos hoteles y los *ramp ups* de otros. Asimismo, tal y como se avanzó en el último informe de resultados, el **RevPAR Propiedad y Alquiler** retrocedió un **-2,5%** por la caída en las tasas de ocupación.
- Las ventas a través de nuestro canal directo **melia.com** crecieron un **+2,6%** en el trimestre frente al IT 2018.
- Durante este trimestre, hemos cerrado exitosamente la venta del Meliá Coco Beach, situado en Puerto Rico.

Deuda y apalancamiento

- Considerando el impacto de NIIF 16, la **Deuda Neta** aumentó en **+€50,8M** vs Diciembre 2018 hasta situarse en +€1.894,6M. Dicho esto, reiteramos nuestro compromiso de cerrar el año con una ratio de apalancamiento Deuda Neta / EBITDA (antes de NIIF 16) por debajo de las 2,0x.
- Los **Gastos Financieros Netos** cayeron en el trimestre un **-9,9%** vs IT 2018.

Expansión

- Nuestros **proyectos** se sitúan en 15 mil habitaciones y 65 hoteles a cierre de marzo 2019, representando el 18,2% de nuestra cartera, y de los cuales casi el 90,0% serán incorporados bajo contratos de gestión y franquicias. Además, en el trimestre hemos llevado a cabo 4 **aperturas** (632 habitaciones), habiéndose firmado tres de ellas por medio de fórmulas bajo intensivas en capital.
- Asimismo, en el IT 2019 hemos llevado a cabo cuatro **firmas**: 1 en Costa Rica, el cual será nuestro primer hotel en el país, así como 1 en Portugal y 2 en los EAU para seguir penetrando en segmentos de lujo y superiores.

Perspectivas 2019

- Para el 2T 2019, esperamos recuperarnos de la negativa evolución del RevPAR durante el primer trimestre del año gracias en parte al buen comportamiento que tuvimos durante la Semana Santa en España y otros destinos. Adicionalmente, las reservas para la temporada de verano están en línea con las del año pasado, aunque somos cautos para algunos hoteles de 5 estrellas de las Islas Canarias y en determinadas áreas de las Islas Baleares.
- Junto a ello, la extensión otorgada al Reino Unido en relación al Brexit debería beneficiar a las reservas de la temporada de verano.
- Por último, para el 2019 reiteramos nuestro objetivo de crecimiento de RevPAR de dígito bajo.



Paradise Cancún | México

NEGOCIO HOTELERO

|

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

HOTELES GLOBALES

INDICADORES FINANCIEROS

	IT 2019	IT 2018	%		IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA*			
Ingresos agregados totales	335,3	345,9	-3,1%	Ingresos Modelo Gestora totales	66,4	70,3	-5,6%
Propiedad	193,0	203,4		Comisiones de terceros	13,4	14,4	
Alquiler	142,3	142,6		Comisiones hoteles propiedad y alquiler	20,3	21,1	
De los cuales ingresos de habitaciones	196,2	200,6	-2,2%	Otros ingresos	32,6	34,8	
Propiedad	94,1	99,5		EBITDA Modelo Gestora Total	14,9	17,5	-15,1%
Alquiler	102,1	101,1		EBIT Modelo Gestora Total	13,1	15,1	-13,2%
EBITDAR	84,1	87,6	-4,0%	<i>* Otros ingresos en IT 2019 incluyen €26,2M de ingresos corporativos no atribuibles directamente a ninguna división. Idem en IT 2018 por €28,9M.</i>			
Propiedad	59,2	63,9					
Alquiler	24,9	23,7					
EBITDA	81,1	84,3	-3,9%	OTROS NEGOCIOS HOTELEROS			
Propiedad	59,2	63,9		Ingresos	15,1	16,6	-9,0%
Alquiler	21,9	20,4		EBITDAR	0,8	1,9	
EBIT	24,6	33,2	-25,8%	EBITDA	0,8	1,7	
Propiedad	40,9	49,0		EBIT	0,4	1,3	
Alquiler	-16,3	-15,8					

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL HOTELES	65,2%	-2,6	117,5	1,3%	76,6	-2,5%	62,9%	-3,1	104,5	0,8%	65,7	-4,0%
TOTAL HOTELES BASE COMPARABLE	68,1%	-0,9	117,2	0,1%	79,8	-1,2%	65,0%	-1,9	103,6	-0,5%	67,3	-3,4%
AMERICA	66,0%	-5,5	136,6	6,1%	90,2	-2,1%	61,6%	-3,9	125,8	6,5%	77,5	0,1%
EMEA	66,4%	-0,9	132,4	4,1%	87,9	2,7%	65,6%	-1,8	133,7	5,1%	87,7	2,3%
SPAIN	64,3%	-2,0	100,7	-2,9%	64,7	-5,8%	62,5%	-3,3	94,9	-1,7%	59,3	-6,7%
CUBA	-	-	-	-	-	-	64,8%	-5,5	96,7	-2,9%	62,6	-10,6%
ASIA	-	-	-	-	-	-	58,0%	3,5	71,5	1,4%	41,5	8,0%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 2.560,1 (vs 2.551,9 en IT 2018) en P y A // 5.469,6 (vs 5.351,2 en IT 2018) en P, A y G.

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
HOTELES GLOBALES	330	83.192	329	83.253	13	2.557	29	7.724	14	2.827	9	1.993	65	15.101
Gestión	129	37.589	129	37.556	12	2.412	23	6.338	10	2.236	8	1.883	53	12.869
Franquicia	48	9.843	47	9.714	0	0	1	96	3	468	1	110	5	674
Propiedad	44	13.246	45	13.735	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	109	22.514	108	22.248	1	145	5	1.290	1	123	0	0	7	1.558

AMERICA

INDICADORES FINANCIEROS*

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	131,2	138,4	-5,2%
Propiedad	124,8	130,7	
Alquiler	6,4	7,7	
De los cuales ingresos de habitaciones	54,3	56,4	-3,7%
Propiedad	49,2	50,3	
Alquiler	5,2	6,1	
EBITDAR	50,5	51,3	-1,7%
Propiedad	49,1	51,0	
Alquiler	1,3	0,4	
EBITDA	49,6	49,3	0,8%
Propiedad	49,1	51,0	
Alquiler	0,5	-1,7	
EBIT	39,4	40,1	-1,7%
Propiedad	40,9	44,1	
Alquiler	-1,5	-4,0	

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA*			
Ingresos Modelo Gestora totales	16,9	15,2	11,2%
Comisiones de terceros	2,0	1,8	
Comisiones hoteles propiedad y alquiler	8,9	9,4	
Otros ingresos	6,1	4,0	

* Nuestros hoteles situados en Brasil ahora se integran en la división America y por tanto dejarán de reportarse por separado en el futuro.

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL AMERICA	66,0%	-5,5	136,6	6,1%	90,2	-2,1%	61,6%	-3,9	125,8	6,5%	77,5	0,1%
TOTAL AMERICA BASE COMPARABLE	75,8%	-3,4	136,3	-0,6%	103,4	-4,9%	67,1%	-1,8	123,4	1,6%	82,8	-1,0%
Brasil	-	-	-	-	-	-	51,2%	3,6	78,8	-2,6%	40,4	4,8%
México	76,1%	-4,0	129,6	-3,6%	98,6	-8,4%	74,5%	-4,1	138,4	-2,3%	103,0	-7,5%
República Dominicana	67,9%	-12,1	147,5	10,5%	100,1	-6,3%	67,9%	-12,1	147,5	10,5%	100,1	-6,3%
Resto de América	45,7%	-10,1	124,2	18,8%	56,7	-2,8%	54,8%	-7,7	128,2	18,3%	70,3	3,7%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 602,6 (vs 612,6 en IT 2018) en P y A // 1.016,5 (vs 1.033,6 en IT 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

Desafilaciones entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Tryp Sao Paulo Berrini	Brasil / Sao Paulo	Gestión	171
Meliá Coco Beach	Puerto Rico / San Juan	Propiedad	486

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL AMERICA	39	11.772	41	12.432	3	886	0	11.772	1	500	2	356	6	13.514
Gestión	20	4.720	22	5.020	3	886	0	4.720	1	500	2	356	6	6.462
Franquicia	2	269	1	140	0	0	0	269	0	0	0	0	0	269
Propiedad	15	6.234	16	6.723	0	0	0	6.234	0	0	0	0	0	6.234
Alquiler	2	549	2	549	0	0	0	549	0	0	0	0	0	549

- El **RevPAR** en dólares (propiedad, alquiler y gestión) cayó un -7,9% en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior como resultado de diversos problemas que afectaron a nuestras operaciones durante el período.
- Los **ingresos por comisiones** en dólares retrocedieron un -17,9% en el período frente al IT 2018 dadas las menores comisiones de propiedad de alquiler cobradas.
- El **flow through a EBITDA** (propiedad y alquiler) en dólares se deterioró durante el trimestre debido a la caída registrada en ingresos, aunque esperamos revertir esta situación en los próximos meses.
- Las ventas a través de **Melia.com** aumentaron un +0,6% en el IT 2019 frente al mismo período del año anterior por determinados factores que impactaron nuestras operaciones en la región.

Durante el primer trimestre del año, tal y como se avanzó, el comportamiento de nuestros hoteles situados en América se ha visto afectado por diversos factores que han tenido un impacto negativo en nuestras operaciones, tales como la compleja situación que hemos atravesado en Venezuela, la percepción por parte de visitantes estadounidenses de una mayor inseguridad en algunas áreas de México, la cual afectó a la demanda MICE por las advertencias de viaje del Gobierno de Estados Unidos desde comienzos de 2018, los *ramp ups* de algunos hoteles situados en República Dominicana o el impacto del efecto Semana Santa.

Todos los aspectos anteriores motivaron una caída del RevPAR y comisiones en nuestros hoteles de América, a pesar de la apreciación del USD frente al euro del +8,0% (IT 2019). Además, a pesar de que los ingresos registrados en el primer trimestre cayeron un -5,2% vs IT 2018, el EBITDA creció un +0,8%.

Por otro lado, nos gustaría destacar que la venta de nuestro hotel situado en Puerto Rico se ha cerrado exitosamente.

Si observamos los países a nivel individual, en **México** cerramos el trimestre con una caída del RevPAR (en USD) del -15,0% vs IT 2018 por el retroceso en precios y tasas de ocupación explicado principalmente por los mayores niveles de inseguridad en el área y las advertencias de viaje, las cuales afectaron especialmente a los segmentos individual y MICE. En **República Dominicana**, el RevPAR (en USD) cayó un -13,8% frente al mismo periodo del año anterior por el *ramp up* resultante de la reapertura del Meliá Caribe Tropical como dos hoteles separados, el Meliá Caribe Beach y Meliá Punta Cana Beach, los cuales esperamos compensen parcialmente este efecto en los próximos meses una vez se hayan posicionado correctamente en sus segmentos objetivo (familias y solo adultos).

En el lado positivo, nuestros hoteles de **Bahamas** y **Jamaica**, Meliá Nasau y Meliá Braco Village respectivamente, cerraron el trimestre con subidas de RevPAR debido a la creciente demanda en ambos destinos, principalmente de aquellos visitantes que optaron por destinos alternativos a México, mientras que en **Estados Unidos** los dos hoteles que operamos en el país registraron un pequeño retroceso en RevPAR. Por último, en **Brasil** nuestros hoteles se vieron impactados por la depreciación del BRL frente al USD y presentaron una caída del RevPAR (en USD) del -6,8% frente al IT 2018, aunque en moneda local el RevPAR creció un +8,0% frente al mismo período del año anterior.

PERSPECTIVAS

Para el 2T y, de acuerdo a nuestras mejores estimaciones y a las ventas por adelantado, esperamos mejorar los números del año pasado en términos de ingresos y EBITDA, siendo los principales aspectos que nos permiten mantener este optimismo de cara a los próximos meses la mayor contribución del Grand Reserve at Paradisus Palma Real (The Circle), el cual todavía está en *ramp up*, el mayor número de eventos y ferias comerciales que se celebrarán en Brasil frente al mismo periodo del año anterior, así como las mayores comisiones que esperamos cobrar en nuestros hoteles gestionados por las mejoras en los niveles de rentabilidad de los mismos, y todo ello a pesar del impacto negativo en nuestras operaciones resultante de la compleja situación político y económica a la que nos enfrentamos en Venezuela o el anteriormente mencionado *ramp up* del Meliá Punta Cana Beach y Meliá Caribe Beach, los cuales seguirán posicionándose entre segmentos superiores.

CARTERA Y PROYECTOS

No hemos incorporado ningún hotel a nuestra cartera de América durante el IT 2019, aunque desafiliamos 2 hoteles, el Tryp Sao Paulo Berrini (Brasil, gestión, 171 habitaciones), así como el Meliá Coco Beach (Puerto Rico, propiedad, 486 habitaciones) tras haberse cerrado su venta exitosamente. Junto a todo ello, por otro lado, hemos firmado un hotel en Costa Rica que esperamos abrir a lo largo del año.

Finalmente, ha de decirse que, debido a la integración de nuestros hoteles situados en Brasil, los cuales se dejarán de reportar como una división por separado en el futuro, 13 nuevos hoteles (3.024 habitaciones) se han añadido a América.

EMEA

INDICADORES FINANCIEROS*

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	81,4	78,2	4,1%
Propiedad	22,2	15,0	
Alquiler	59,1	63,1	
De los cuales ingresos de habitaciones	57,7	55,4	4,1%
Propiedad	15,0	11,5	
Alquiler	42,7	43,9	
EBITDAR	15,2	15,3	-0,7%
Propiedad	3,7	3,2	
Alquiler	11,5	12,2	
EBITDA	14,6	14,7	-0,8%
Propiedad	3,7	3,2	
Alquiler	10,9	11,5	
EBIT	-1,0	1,6	-162,5%
Propiedad	0,3	2,2	
Alquiler	-1,2	-0,6	

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA			
Ingresos Modelo Gestora totales	4,9	6,2	-21,3%
Comisiones de terceros	0,2	0,2	
Comisiones hoteles propiedad y alquiler	4,5	4,0	
Otros ingresos	0,1	2,0	

* La división EMEA ahora incluye 17 hoteles que formaban parte de la división Mediterranean. Además, 12 hoteles se han movido desde EMEA hacia la división Spain.

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL EMEA	66,4%	-0,9	132,4	4,1%	87,9	2,7%	65,6%	-1,8	133,7	5,1%	87,7	2,3%
TOTAL EMEA BASE COMPARABLE	66,9%	-0,4	133,8	4,4%	89,5	3,8%	66,3%	-1,6	134,6	5,1%	89,2	2,7%
Alemania	66,0%	-0,4	110,8	4,2%	73,2	3,5%	66,0%	-0,4	110,8	4,2%	73,2	3,5%
Francia Unido	67,2%	-8,4	166,2	1,3%	111,7	-10,0%	67,2%	-8,4	166,2	1,3%	111,7	-10,0%
Reino Unido	67,6%	1,3	164,1	7,6%	110,9	9,7%	63,5%	-2,2	175,8	-0,2%	111,6	-3,6%
Italia	64,6%	-1,9	176,0	0,0%	113,6	-2,8%	68,0%	1,7	160,1	5,0%	108,9	7,7%
Resto de Europa	68,4%	1,9	146,6	4,9%	100,2	7,9%	60,2%	-8,2	156,7	19,7%	94,3	5,2%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 656,3 (vs 647,7 en IT 2018) en P y A // 700,0 (vs 694,2 en IT 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Inside Paris Charles de Gaulle	Francia / París	Alquiler	266
Inside Prague Old Town	República Checa	Gestión	89

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Campione	Italia / Campione	Gestión	40

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL EMEA	82	15.654	81	15.331	2	316	10	2.298	9	1.659	3	608	24	4.881
Gestión	8	672	8	615	1	171	5	1.076	5	1.068	2	498	13	2.813
Franquicia	31	7.518	31	7.518	0	0	1	96	3	468	1	110	5	674
Propiedad	7	1.397	7	1.397	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	36	6.067	35	5.801	1	145	4	1.126	1	123	0	0	6	1.394

EMEA RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) creció un +2,3% en el período vs IT 2018 debido a subidas de precios.
- Los **ingresos por comisiones** aumentaron un +13,1% en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior.
- El **flow through a EBITDA** (propiedad y alquiler) se deterioró ligeramente durante el período..
- Las ventas a través de **Melia.com** retrocedieron un -0,5% en el período frente al IT 2018.

El comportamiento de nuestros hoteles situados en EMEA ha sido mixto durante el primer trimestre del año, siendo los principales aspectos a destacar para cada uno de los países en los que operamos los siguientes:

ALEMANIA/AUSTRIA

Las positivas dinámicas del mercado alemán nos han permitido reportar un sólido crecimiento en el periodo frente al IT 2018, con un crecimiento de RevPAR del +3,5% gracias a subidas de precios. En este sentido, nos gustaría destacar el buen comportamiento de nuestros hoteles situados en Múnich y Wolfsburgo gracias a la positiva contribución de los segmentos MICE y de grupos resultante del significativo número de ferias comerciales celebradas en la región durante el periodo, siendo la única excepción el área de Frankfurt dado el crecimiento experimentado por la oferta en la misma.

REINO UNIDO

A pesar de las preocupaciones relativas al Brexit, nuestros hoteles situados en el Reino Unido cerraron un trimestre positivo frente al mismo periodo del año anterior, a la vista del crecimiento del +6,5% en RevPAR (en GBP) registrado gracias al excepcional comportamiento del ME London, el cual presentó una mejora de RevPAR de doble dígito, sumado a la significativamente mayor contribución de tanto el Hotel Kensington by Meliá, como del Meliá White House, a pesar de que este último se vio afectado por una reforma y reposicionamiento que se prolongará durante varios meses.

FRANCIA

El movimiento de los “Chalecos Amarillos” iniciado hace unos meses todavía ha seguido teniendo un impacto negativo en nuestros hoteles de Francia, los cuales sufrieron durante el periodo por la caída en la demanda vacacional debida al incremento en los niveles de inseguridad percibido como consecuencia de la violencia de algunas manifestaciones sumado al hecho de que las vacaciones de Semana Santa en España tuvieron lugar en abril y no en marzo, tal y como sucedió en 2018. En este entorno, el RevPAR creció un +1,1% en base comparable (excluyendo nuestra última apertura en el país, el Ininside Paris Charles de Gaulle) frente al IT 2018, lo que se compara con la caída sufrida por el mercado de París del -4,1% de acuerdo a datos de STR. En este sentido, la negativa evolución del RevPAR de nuestros hoteles durante el periodo se compensó parcialmente por el crecimiento de la demanda del segmento MICE, principalmente en el Meliá Paris la Defense.

ITALIA

El significativamente menor número de ferias comerciales que tuvo lugar en el país durante el periodo, particularmente en el área de Milán, combinado con el efecto negativo del desastre del Puente Morandi en el mercado de Génova y la reforma y cierre parcial del Gran Meliá Rome, han impactado negativamente en el comportamiento de nuestros hoteles de Italia, los cuales cerraron el primer trimestre del año registrando una caída de RevPAR frente al mismo periodo del año anterior.

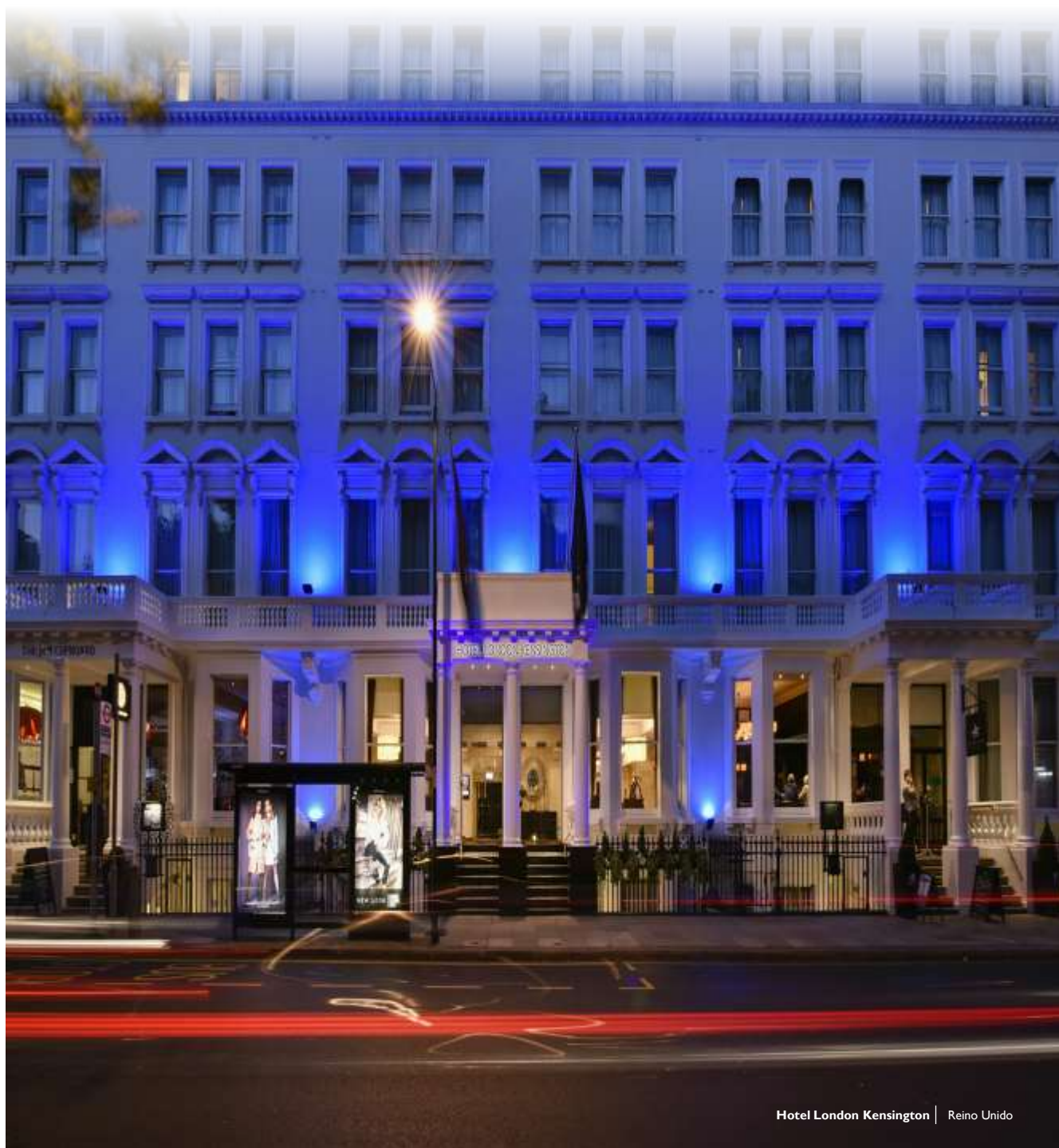
PERSPECTIVAS

Para el segundo trimestre del año, esperamos una positiva evolución de nuestras operaciones en **Francia** resultante de la apertura del Ininside Paris Charles De Gaulle, ya que nos permitirá reforzar nuestra presencia en los segmentos MICE y de tripulaciones dada su cercanía al aeropuerto, todo ello a pesar de que no esperamos una solución en el corto plazo del movimiento de los “Chalecos Amarillos”. En **Alemania**, también somos optimistas y prevemos un crecimiento de RevPAR de dígito medio gracias a la mayor contribución de nuestros hoteles recientemente reposicionados, particularmente en Múnich, Frankfurt y Dusseldorf, mientras que en el **Reino Unido** esperamos un positivo comportamiento de nuestros hoteles a pesar de las diversas reformas, reposicionamientos y cambios de marca que llevaremos a cabo en algunos de ellos, a pesar de las incertidumbres relativas al Brexit. Finalmente, en **Italia** también somos optimistas y prevemos una mejora de RevPAR de dígito bajo-medio, ya que esperamos una recuperación en las áreas de Milán y Roma, siendo la única excepción el mercado de Génova, para el cual no prevemos cambios significativos.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante el primer trimestre del año hemos añadido 2 hoteles a nuestra cartera en EMEA, el Ininside parís Charles De Gaulle (Francia, alquiler, 266 habitaciones), el cual reforzará nuestra presencia en el país y nos permitirá penetrar y posicionarnos en los segmentos MICE y de tripulaciones dada su cercanía al aeropuerto, y el Ininside Prague Old Town (República Checa, gestión, 89 habitaciones), el cual será nuestro primer hoteles en el país. Por otro lado, hemos desafiado el Meliá Campione (Italia, gestión, 40 habitaciones), como parte de nuestra estrategia de gestión activa de la cartera. De cara a los próximos meses, esperamos abrir un nuevo hotel en Tanzania, Gran Meliá Arusha (Arusha, gestión, 171 habitaciones) que nos permitirá incrementar nuestra presencia en la región, mientras que entretanto seguiremos reposicionando y reformando algunos de nuestros hoteles para adaptarlos a las necesidades y demandas de los segmentos de lujo y superiores.

Por último, hemos de mencionar que, debido a la reorganización interna que llevamos a cabo a finales del año pasado y que afectó a la estructura y hoteles incluidos en las divisiones de EMEA y Spain, 17 nuevos hoteles (5.434 habitaciones) se han añadido a la división EMEA desde la división Mediterranean y 12 hoteles (2.486 habitaciones) se han movido a la división Spain.



SPAIN

INDICADORES FINANCIEROS*

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	122,7	129,4	-5,2%
Propiedad	46,0	51,9	
Alquiler	76,7	77,4	
De los cuales ingresos de habitaciones	84,2	88,7	-5,1%
Propiedad	30,0	37,8	
Alquiler	54,2	51,0	
EBITDAR	18,4	21,0	-12,2%
Propiedad	6,3	9,8	
Alquiler	12,1	11,2	
EBITDA	16,9	20,4	-17,2%
Propiedad	6,3	9,8	
Alquiler	10,5	10,6	
EBIT	-13,8	-8,5	62,5%
Propiedad	-0,2	2,0	
Alquiler	-13,6	-10,5	

	IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA			
Ingresos Modelo Gestora totales	11,7	12,6	-7,5%
Comisiones de terceros	4,7	5,0	
Comisiones hoteles propiedad y alquiler	7,0	7,7	
Otros ingresos	0,0	0,0	

* La división Spain incluye ahora 76 hoteles que formaban parte de las divisiones Mediterranea y EMEA.

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL SPAIN	64,3%	-2,0	100,7	-2,9%	64,7	-5,8%	62,5%	-3,3	94,9	-1,7%	59,3	-6,7%
TOTAL SPAIN BASE COMPARABLE	65,6%	-0,4	99,3	-2,7%	65,1	-3,3%	64,2%	-2,7	92,4	-1,9%	59,3	-5,8%
Hoteles Urbanos	68,9%	-3,8	97,2	-8,9%	67,0	-13,7%	63,8%	-6,1	90,1	-5,0%	57,4	-13,4%
Resorts	61,7%	-0,6	102,8	1,2%	63,4	0,2%	61,2%	-0,4	100,0	1,5%	61,2	0,9%
Resto de Áreas	-	-	-	-	-	-	71,4%	-8,0	91,0	+3,3%	64,9	-7,2%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 1.301,2 (vs 1.291,6 en IT 2018) en P y A // 2.196,8 (vs 2.124,8 en IT 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL SPAIN	152	37.050	152	37.049	2	403	6	1.907	0	0	0	0	8	2.310
Gestión	44	13.481	44	13.480	2	403	5	1.743	0	0	0	0	7	2.146
Franquicia	15	2.056	15	2.056	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	22	5.615	22	5.615	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	71	15.898	71	15.898	0	0	1	164	0	0	0	0	1	164

SPAIN RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) cayó un -6,7% en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior principalmente como resultado del efecto Semana Santa.
- Los **ingresos totales por comisiones** cayeron un -12,7% en el trimestre vs IT 2018 por las menores comisiones de propiedad y alquiler y de terceras partes cobradas.
- El **flow through a EBITDA** (propiedad y alquiler) se vio severamente impactado por el efecto Semana Santa y la recuperación de la demanda en destinos alternativos.
- Las ventas a través de **Melia.com** crecieron un +4,4% en el periodo vs IT 2018 a pesar del efecto Semana Santa y el impacto resultante de la recuperación en destinos alternativos

El comportamiento de nuestros hoteles situados en España durante el IT se ha visto afectado en gran medida por el efecto Semana Santa, la cual tuvo lugar en Abril (2T), en contraste con el 2018 cuando se celebró en marzo. Este aspecto benefició a nuestros hoteles urbanos, pero sin embargo tuvo implicaciones negativas en los vacacionales, particularmente en las Islas Canarias. Por región, los aspectos más destacables han sido los siguientes:

ÁREA NORESTE

Nuestros hoteles de Madrid registraron un comportamiento positivo en el IT 2019, tras haber registrado un incremento de RevPAR (Propiedad y Alquiler) del +4,5% frente al mismo periodo del año anterior, gracias a las positivas dinámicas de mercado y mayor contribución de los segmentos MICE y de grupos, particularmente en hoteles como el Meliá Castilla, Meliá Barajas, ME Madrid y Meliá Princesa, a pesar del pequeño retroceso en la demanda individual en las áreas Central y Noroeste en enero y febrero dado el hecho de que la Semana Santa tuvo lugar en abril, sumado al impacto negativo de algunas reformas y reposicionamientos en nuestras operaciones. Asimismo, el comportamiento de nuestros hoteles situados en el Este de España ha sido positivo, en términos generales, durante el primer trimestre del año frente al IT 2018 como resultado de la creciente demanda de los segmentos MICE y de grupos, la cual afectó positivamente a algunos hoteles como el Meliá Barcelona Sarriá, ME Sitges Terramar y Tryp Apollo, entre otros. Adicionalmente, hemos de destacar el muy buen comportamiento de nuestros hoteles de Barcelona, los cuales registraron un crecimiento del RevPAR de +10,2% y cerraron un trimestre en positivo principalmente por la recuperación mostrada por el segmento de grupos.

SUR DE ESPAÑA

El efecto de la Semana Santa tuvo un impacto negativo en nuestros hoteles situados en el Sur del España, principalmente en los de Málaga y Benidorm, como resultado de la fuerte caída en la demanda individual, la cual impactó negativamente en hoteles como el Meliá Villaitana, Sol Príncipe, Sol Pelícanos Ocas y House Costa del Sol durante el mes de marzo. Dicho esto, ha de destacarse la contribución positiva a las figuras reportadas por la región de nuestros hoteles situados en Sevilla, particularmente del Meliá Lebreros, y Sierra Nevada, con estos últimos reportando unos números similares a los del año pasado a pesar de que las condiciones climáticas no fueron óptimas.

ISLAS BALEARES

El primer trimestre del año ha sido negativo para nuestros hoteles situados en las Islas Baleares principalmente por el efecto Semana Santa y la caída registrada por el segmento MICE dado el menor número de eventos que tuvieron lugar en Mallorca durante el periodo, lo que impactó negativamente en el comportamiento del Meliá Palma Bay, Hotel Palma Bellver e Ininside Palma Bosque.

ISLAS CANARIAS, CABO VERDE Y MARRUECOS

Durante el primer trimestre del año, nuestros hoteles situados en las Islas Canarias se vieron negativamente impactados por la reducción en el número de plazas aéreas disponibles resultante de algunas bancarrotas y cancelaciones de rutas, incluyendo las de Alemania o Air Berlín, sumadas al incremento de demanda en destinos alternativos, lo que impactó a la demanda individual en diversos hoteles como el Meliá Jardines del Teide o el Gran Meliá Palacio de Isora, entre otros. Adicionalmente, algunos de nuestros hoteles estuvieron cerrados por reformas y reposicionamientos, lo que redujo el número de habitaciones disponibles frente al IT 2018. En el lado positivo, nos gustaría destacar el relativamente buen comportamiento de los segmentos de grupos y tripulaciones, así como la mayor contribución de nuestros hoteles situados en Marruecos.

PERSPECTIVAS

De cara al segundo trimestre del año, tenemos expectativas positivas para nuestros hoteles de España, particularmente para los de Madrid, dado el impacto positivo del efecto Semana Santa sumado a la contribución de la Final de la Champions League y de algunos eventos internacionales que se celebrarán en la ciudad, como el de Eular, que se espera impacten positivamente en los segmentos MICE y de grupos. Además, también tenemos expectativas positivas para nuestros hoteles situados en las [Islas Baleares](#), aunque somos cautos, particularmente en Menorca e Ibiza, a pesar del positivo impacto que esperamos durante la Semana Santa en abril. Finalmente, para nuestros hoteles situados en las [Islas Canarias](#), esperamos un comportamiento negativo durante el 2T frente al mismo periodo del año anterior por el aumento de la competencia procedente de destinos alternativos, la cual se espera impacte negativamente en algunos de nuestros hoteles, como el Gran Meliá Palacio de Isora o el Meliá Jardines del Teide, y que a su vez se sumará a las implicaciones negativas en nuestras operaciones de algunas reformas y reposicionamientos que reducirán el número de habitaciones disponibles en el periodo. Por último, en [Cabo Verde](#) prevemos una mejora frente al mismo periodo del año pasado como resultado de la mayor contribución del Meliá Llana y del Sol Dunas.

CARTERA Y PROYECTOS

No hemos incorporado ningún hotel a nuestra cartera de España durante el primer trimestre del año, ya que nos hemos centrado en reposicionamientos, reformas y cambios de marca de cara a penetrar en mayor medida en segmentos superiores y en mejorar las instalaciones de los hoteles.

Al igual que en el caso de la división EMEA y, como parte de la reorganización interna que afectó a los hoteles incluidos en las diferentes divisiones que integran nuestro Negocio Hotelero, 76 hoteles (23.311 habitaciones) han sido integrados en la división Spain.



CUBA

INDICADORES FINANCIEROS

	IT 2019	IT 2018	%		IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	5,3	6,3	-16,6%
Propiedad	-	-	-	Comisiones de terceros	5,3	6,3	
Alquiler	-	-	-	Comisiones hoteles propiedad y alquiler	-	-	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	0,0	0,0	
Propiedad	-	-	-				
Alquiler	-	-	-				

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL CUBA	-	-	-	-	-	-	64,8%	-5,5	96,7	-2,9%	62,6	-10,6%
TOTAL CUBA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	66,4%	-3,5	97,5	-4,4%	64,7	-9,2%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 1.149,4 (vs 1.101,6 en IT 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Internacional Varadero	Cuba / Varadero	Gestión	200 (de un total de 946)

Desafilaciones entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL CUBA	35	13.625	34	13.425	0	0	4	923	0	0	0	0	4	923
Gestión	35	13.625	34	13.425	0	0	4	923	0	0	0	0	4	923
Franquicia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

CUBA RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** en USD (gestión) cayó un -17,8% en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior por la desaceleración registrada en la industria turística del país.
- Los **ingresos totales por comisiones** en dólares retrocedieron un -22,0% en el IT 2018 debido a diversos factores que se comentarán a continuación.
- Las ventas a través de **Melia.com** presentaron una subida del +4,4% en el período frente al IT 2018 a pesar del deterioro mostrado por la industria turística del país, aunque hemos llevado a cabo acciones comerciales para revertir la situación.

Durante el primer trimestre del año, la temporada alta, tal y como se había esperado, los niveles de actividad de la industria turística en Cuba mostraron algunos síntomas negativos resultantes de la intensa competencia procedente de destinos alternativos en el Caribe, la cual produjo un incremento en la oferta de habitaciones en determinados destinos. Este factor motivó una caída significativa en ARR, aunque no obstante en algunos destinos turísticos, como La Habana, Camagüey, Cienfuegos y Santiago de Cuba, hemos venido observando un modesto crecimiento en las tasas de ocupación como resultado del anteriormente mencionado retroceso en precios sumado a la recuperación del segmento de circuitos.

En este complejo contexto, las ventas a través de nuestro canal directo melia.com se vieron afectadas dado el relativamente débil comportamiento de nuestros hoteles situados en La Habana.

Si analizamos los principales mercados emisores del país, nos gustaría destacar el incremento en el número de visitantes procedentes de España, Polonia, Suiza y Francia. Sin embargo, en el lado negativo, se registraron caídas en el número de turistas procedentes de Canadá, Argentina, México y determinados destinos de Europa por diversos factores, tales como la caída en el número de plazas aéreas y vuelos directos hacia y desde el país, el incremento en la oferta de habitaciones en otros destinos alternativos o la depreciación del peso argentino, entre otros.

PERSPECTIVAS

Nos esperamos cambios significativos en nuestras operaciones de Cuba para el segundo trimestre del año, ya que nuestros hoteles situados en el país continuarán sufriendo las presiones competitivas de destinos alternativos y su efecto en precios. Adicionalmente, nos gustaría destacar que durante el periodo nuestras operaciones se verán impactadas por el hecho de que algunos de nuestros hoteles situados en el país, tales como el Paradisus Varadero, Meliá Las Américas, Hotel Sirenas y Sol Santa María, se verán afectados por reformas y reposicionamientos destinadas a mejorar sus instalaciones.

Finalmente, si observamos la evolución esperada de las ventas a través de nuestro canal directo melia.com, prevemos un crecimiento de doble dígito que debería resultar del efecto positivo de la *Wonder Week* sumado a la nueva estrategia de fijación y gestión de precios resultante de nuestras cada vez mejores capacidades digitales.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante el primer trimestre de 2019, abrimos parcialmente el Meliá Internacional Varadero (Varadero, gestión, 946 habitaciones), un resort de 5 estrellas todo incluido que reforzará nuestra posición de liderazgo en el país. En este sentido, se han puesto a disposición del público 200 habitaciones del hotel, mientras que el resto se incorporarán en los próximos meses hasta junio. Además, durante el trimestre el Paradisus Los Cayos, ha seguido penetrando y consolidando su posición en segmentos superiores desde su apertura en diciembre de 2018, gracias en parte a las nuevas habitaciones disponibles para la venta que se han incorporado al hotel en el periodo.



ASIA

INDICADORES FINANCIEROS

	IT 2019	IT 2018	%		IT 2019	IT 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	1,3	1,6	-18,1%
Propiedad	-	-	-	Comisiones de terceros	1,1	1,1	
Alquiler	-	-	-	Comisiones hoteles propiedad y alquiler	-	-	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	0,2	0,5	
Propiedad	-	-	-				
Alquiler	-	-	-				

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUIER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL ASIA	-	-	-	-	-	-	58,0%	3,5	71,5	1,4%	41,5	8,0%
TOTAL ASIA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	58,1%	4,5	72,4	1,8%	42,1	10,3%
China	-	-	-	-	-	-	59,0%	5,7	64,3	-2,7%	38,0	7,7%
Sudeste Asiático	-	-	-	-	-	-	57,6%	2,8	74,0	2,9%	42,6	8,2%

* Habitaciones disponibles IT 2019 (miles): 406,9 (vs 425,6 en IT 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Ho Tram	Vietnam / Ho Tram	Gestión	77 (de un total de 213)

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/03/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-------	---------------	----------	--------------

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IT 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL ASIA	22	5.091	21	5.016	6	952	9	2.596	4	668	4	1.029	23	5.245
Gestión	22	5.091	21	5.016	6	952	9	2.596	4	668	4	1.029	23	5.245
Franquicia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ASIA RESULTADOS PRIMER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** en USD (gestión) cayó un -1,1% en el período frente al IT 2018 debido a las caídas de precios explicada principalmente por la depreciación sufrida por las monedas locales frente al USD durante el periodo.
- Los **ingresos totales por comisiones** en dólares decrecieron un -14,4% en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior por las inferiores comisiones de terceras partes cobradas.
- Las ventas a través de **Melia.com** crecieron un +9,2% en el primer trimestre del año frente al IT 2018 por la mayor penetración de nuestra plataforma entre clientes actuales y potenciales.

Las figuras reportadas por nuestros hoteles situados en Asia, en base comparable, han sido positivas en términos generales, ya que hemos sido capaces de reportar un incremento en ingresos del +1,0% y de un +4,0% en GOP. Además, los ingresos por comisiones cerraron el trimestre planos frente al IT 2018, a pesar de la depreciación del CNY frente al USD, aunque el EBITDA fue negativo por el impacto de los mayores costes por asesoramiento legal y los menores ingresos cobrados por servicios técnicos que esperamos sean compensados en los próximos meses. Junto a ello, si analizamos los principales mercados emisores de la división, hemos percibido un incremento de la demanda de visitantes procedentes de Estados Unidos, África y Europa debido al mayor atractivo y estabilidad de algunos destinos de Asia, lo que motivó un fuerte aumento de la demanda individual, mientras que, por otro lado, la división se ha convertido en un importante mercado emisor para diversos de nuestros hoteles situados en Europa y el Caribe.

A nivel país, nuestros hoteles situados en **China** se enfrentaron a un complejo entorno de mercado y a una mayor competencia durante el periodo, lo que hizo que cerraran el trimestre registrando una pequeña caída del -1,1% en RevPAR (en USD), aunque en moneda local el RevPAR creció un +5,2%, resultante de la depreciación del CNY frente al USD sumado al hecho de que los ingresos del Gran Meliá Xian también cayeron como consecuencia de la reforma en uno de sus restaurantes. Ambos aspectos, compensaron la mayor contribución a nuestras operaciones de algunos hoteles, como el Ininside Zhengzhou o el Meliá Shanghai Hongqiao, entre otros.

En **Vietnam**, tanto los ingresos, como el EBITDA (en USD), crecieron durante el periodo frente al IT 2018 gracias al positivo comportamiento de algunos hoteles, como el Meliá Hanoi o el Sol Beach House Phu Quoc, que se beneficiaron de la creciente demanda de turistas internacionales, principalmente Europeos en temporada alta, sumada al gran número de eventos políticos internacionales que tuvieron lugar en Hanoi durante el trimestre, tales como la visita del Presidente de Argentina o la reunión entre el Presidente de Estados Unidos y el de Corea del Norte. En el lado negativo, el Meliá Danang sufrió debido a la reciente reapertura de parte de sus instalaciones tras una importante reforma y la caída del número de visitantes procedentes de Corea del Sur, los cuales optaron por destinos alternativos dentro del país, como Cam Ranh, y otras regiones. Por su parte, nuestros hoteles situados en **Indonesia** registraron un sólido crecimiento de RevPAR (en USD) del +3,5%, que en moneda local fue del +7,1%, dadas las positivas dinámicas de mercado, siendo ejemplos significativos el Meliá Bali, el cual durante el IT 2018 todavía se estaba recuperando de los efectos de la erupción del Volcán Agung, así como el Sol Beach House Legian y el Ininside Jogjakarta, los cuales mejoraron en gran medida sus rentabilidades a pesar de que ambos siguen estando en *ramp up*.

En el lado negativo, en **Birmania** nuestro hotel Meliá Yangon registró un pequeño retroceso en ingresos como resultado del mayor número de competidores en la ciudad y a pesar de que mejoró su rentabilidad como consecuencia del éxito derivado del plan de acción destinado a aumentar la eficiencia del hotel llevado a cabo recientemente, mientras que en **Malasia** sufrimos durante el periodo y nuestro hotel Meliá Kuala Lumpur cerró el trimestre con una fuerte caída en ingresos que impactó negativamente en nuestras operaciones dentro del país. Finalmente, en **Tailandia** nuestro hotel The Imperial Boat House Koh Samui permaneció cerrado en el periodo debido a una importante reforma que finalizará a finales de 2019 y que resultará en la reapertura y posterior cambio de marca del hotel, el cual pasará a denominarse Meliá Koh Samui.

PERSPECTIVAS

De cara al segundo trimestre del año, tenemos expectativas positivas, en términos generales, para todos los países asiáticos en los que operamos, ya que prevemos que continúen beneficiándose de una cada vez mayor demanda por parte de turistas de todo el mundo, particularmente procedentes de Estados Unidos y Europa, así como de la cada vez mayor penetración de nuestros hoteles, incluyendo muchos de ellos que están todavía en *ramp up*, en segmentos superiores sumado al efecto positivo de las nuevas aperturas en países con alto potencial de crecimiento, como **China**, **Tailandia** y **Vietnam**. Asimismo, esperamos una mejora de la demanda en **Indonesia**, principalmente después de las Elecciones Generales, así como en **Birmania** y **Malasia**, motivada por incremento de la misma esperado para la temporada alta.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante el IT 2019 incorporamos 1 hotel a nuestra cartera en Asia, bajo contrato de gestión, el Meliá Ho Tram (Vietnam, 77 habitaciones que representan una apertura parcial, ya que el resto de habitaciones se incorporarán a lo largo del 2T), mientras que en el segundo trimestre del año esperamos abrir 3 nuevos hoteles en el país, todos ellos bajo contratos de gestión: Inside Saigon Central (Ho Chi Minh, 72 habitaciones), Meliá Hoi An (Hoi An, 150 habitaciones) y Meliá Ninh Binh (Ninh Binh, 153 habitaciones), los cuales nos permitirán incrementar nuestra presencia en un país que actualmente se está beneficiando de unas positivas dinámicas de mercado, un incremento de la demanda internacional y de un fuerte potencial de crecimiento.





Meliá Ba Vi Mountain Retreat | Vietnam

OTROS NEGOCIOS

2

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

INNSIDE
BY MELIÃ

TRYP

Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

CLUB MELIÁ Y THE CIRCLE

El primer trimestre del año 2019 ha sido positivo para nuestro negocio de tiempo compartido, el cual se benefició de la apertura, el pasado diciembre, del nuevo hotel vacacional de 5 estrellas todo incluido Grand Reserve at Paradisus Palma Real – The Circle en República Dominicana. A pesar de que el hotel todavía está en *ramp up*, nos ha permitido incrementar el número de miembros a un nivel de doble dígito frente al mismo periodo del año anterior, a pesar del hecho de que el número de potenciales clientes disponibles fue significativamente inferior y que el precio medio por contrato registró una pequeña caída.

Si observamos áreas específicas y tipos de producto, nos gustaría destacar, por un lado, el positivo comportamiento registrado por nuestro nuevo producto The Circle en la [República Dominicana](#), particularmente en Punta Cana, donde las diferentes estrategias de marketing y campañas comerciales implementadas durante el trimestre han dado sus frutos, tal y como refleja el incremento en el número de clientes y en el precio medio por contrato, lo que permitió aumentar los ingresos frente al IT 2018. Adicionalmente, las migraciones de clientes del antiguo producto Club Meliá al nuevo The Circle aumentaron a nivel de dígito medio, siendo este aspecto uno de los factores que explican la positiva evolución del precio medio por contrato de los miembros. Por otro lado, en [México](#), país que todavía está sufriendo debido al empeoramiento de las condiciones económicas que tiene lugar desde hace unos meses, también hemos sido capaces de cerrar positivamente la temporada alta, a pesar de que la segmentación de clientes ha cambiado desde estadounidenses a locales como consecuencia de distintos problemas más allá de nuestro control, como los de sargazo (algas) y advertencias de viaje mantenidas por la Administración Trump, que han afectado a determinados destinos turísticos dentro del país como Playa del Carmen y Cancún. En este contexto, el número de miembros se ha mantenido estable frente al mismo periodo del año anterior por los atractivos servicios y precios ofrecidos.

Para el segundo trimestre del año, tenemos expectativas positivas derivadas de la mayor contribución esperada por el nuevo producto dentro de la división gracias al mejor posicionamiento del resort entre clientes, ya que estos ahora tienen la posibilidad de experimentar y sentir sensaciones únicas dentro del hotel, así como debido a las diversas estrategias y acciones de marketing y reingeniería de procesos destinadas a hacer frente a las necesidades y adaptar los servicios y productos ofrecidos a clientes de segmentos superiores y de lujo. En este sentido, también estamos centrados en seleccionar y formar a nuestros equipos de ventas para vender el producto de una manera única específicamente adaptada, diseñada y personalizada para cada tipo de nacionalidad de cliente, así como para estar totalmente alineada y comprometida con nuestro negocio, cultura corporativa y estrategia, lo cual debería hacer que el proceso de venta sea mucho más eficiente y que, consecuentemente, las tasas de conversión aumenten y sea más fácil que los clientes opten por mejorar y aumentar los servicios contratados, lo que a su vez debería permitir aumentar el precio medio por contrato a un buen ritmo.

NEGOCIO INMOBILIARIO

Durante el primer trimestre del año, hemos cerrado la venta del Meliá Coco Beach, nuestro hotel situado en Puerto Rico, por \$72,0M tras haberse completado el proceso de debida diligencia solicitado por el actual propietario. En este sentido, dado que este proceso ha sido positivo, no se ha llevado a cabo ningún cambio en el acuerdo inicialmente alcanzado para la venta. Además, no se ha generado ninguna plusvalía a nivel de EBITDA durante el período, al igual que en el IT 2018.

Finalmente, en relación con nuestra estrategia inmobiliaria para los próximos meses, nos mantenemos abiertos a evaluar potenciales oportunidades que puedan surgir para seguir creando valor a nuestros accionistas por medio de ventas de activos no estratégicos, así como centrados en continuar incrementando el valor de nuestra cartera actual por medio de reposicionamientos, reformas y cambios de marcas destinados a mejorar nuestra penetración en segmentos superiores y de lujo.





Inside Palma Bosque | Mallorca - España

ESTADOS FINANCIEROS

3

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Aviso importante: La Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada ha sido adaptada por la implementación de los principios contables incluidos en las NIIF 16. En este sentido, los resultados de 2018 se han ajustado para facilitar su comparativa con los de 2019.

Ingresos Operativos

Los **Ingresos Consolidados Totales** cayeron un **-2,0%** en el IT 2019 frente al mismo período del año anterior por lo siguiente:

- Impacto positivo de los tipos de cambio de **+€14,5M** por la evolución del dólar frente al euro.
- En moneda constante, los ingresos consolidados totales decrecieron en **-€22,7M** principalmente debido a la caída del RevPAR en moneda constante del **-4,7%**, así como el impacto negativo de algunas reformas y reposicionamientos.

Gastos de Explotación

Los **Gastos de Explotación Totales** cayeron un **-1,1%** en el primer trimestre del año vs IT 2018 debido a los siguientes aspectos:

- Impacto negativo resultante de la evolución de los tipos de cambio de **+€9,6M**.
- En moneda constante, los ahorros totales fueron de **-€12,8M** debido a la caída en los gastos de explotación totales por las menores tasas de ocupación durante el periodo, así como por los ahorros asociados a eficiencias en costes.

EBITDA

El **EBITDA** cayó un **-4,5%** en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior, mientras que el **margen EBITDA** empeoró en **-62 pb**, aunque sin embargo en moneda constante este deterioro hubiese sido de **-101 pb**.

El gasto en **Depreciación y Amortización** creció un **+8,7%** en el IT 2019 frente al mismo periodo del año anterior, siendo los principales aspectos que explican este incremento los siguientes:

- Evolución del tipo de cambio USD/EUR de **+€0,9M**.
- Diferencias resultantes de la aplicación de la NIIF 16 de **+€2,6M**.
- Apertura de The Circle, incorporación de otros hoteles a la cartera e integración del ME London.

Resultado de Explotación (EBIT)

El **Resultado de Explotación** retrocedió un **-24,2%** en el primer trimestre del año frente al IT 2018.

Por su parte, el **Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación** fue de **-€0,7M**, lo que se compara con los **-€3,5M** registrados en el IT 2018, siendo esta evolución explicada principalmente por los dividendos recibidos de algunas JV y la integración de Adprotel.

Resultado Neto

El **Resultado Neto** en el IT 2018 fue de **€11,5M** tras haber retrocedido un **-23,4%** frente al mismo período del año anterior.

El **BPA** del período se situó en **€0,05**, lo que se compara con los **+€0,07** del IT 2018.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (continuación)

% cambio IT 19 vs IT 18	IT 2019	IT 2018	(Millones de Euros)	3M 2019	3M 2018	% cambio 3M 19 vs 3M 18
Segmentación de Ingresos						
	416,8	432,9	Total HOTELES	416,8	432,9	
	66,4	70,3	Modelo Gestora	66,4	70,3	
	335,3	345,9	Hoteles Propiedad y Alquiler	335,3	345,9	
	15,1	16,6	Otros Negocios Hoteleros	15,1	16,6	
	2,6	1,8	Ingresos Negocio Inmobiliarios	2,6	1,8	
	18,9	21,0	Ingresos Club Meliá	18,9	21,0	
	23,3	18,2	Gastos Generales	23,3	18,2	
	461,6	474,0	Ingresos Agregados Totales	461,6	474,0	
	(68,6)	(72,8)	Eliminaciones en Consolidación	(68,6)	(72,8)	
-2,0%	393,0	401,1	Ingresos Consolidados Totales	393,0	401,1	-2,0%
	(45,8)	(44,7)	Consumos	(45,8)	(44,7)	
	(118,9)	(111,1)	Gastos de Personal	(118,9)	(111,1)	
	(132,2)	(144,3)	Otros gastos	(132,2)	(144,3)	
-1,1%	(296,9)	(300,1)	Total Gastos Operativos	(296,9)	(300,1)	-1,1%
-4,9%	96,1	101,0	EBITDAR	96,1	101,0	-4,9%
	(3,1)	(3,6)	Arrendamientos	(3,1)	(3,6)	
-4,5%	93,1	97,5	EBITDA	93,1	97,5	-4,5%
	(30,2)	(27,9)	Depreciación y Amortización	(30,2)	(27,9)	
	(33,1)	(30,3)	Depreciación y Amortización (ROU)	(33,1)	(30,3)	
-24,2%	29,8	39,3	EBIT (RESULTADO DE EXPLOTACIÓN)	29,8	39,3	-24,2%
	(7,6)	(6,6)	Financiación Bancaria	(7,6)	(6,6)	
	(9,5)	(11,5)	Gasto Financiero de Arrendamientos	(9,5)	(11,5)	
	3,9	3,3	Otros Resultados Financieros	3,9	3,3	
	(3,4)	(3,7)	Resultado Cambiario	(3,4)	(3,7)	
-9,9%	(16,7)	(18,5)	Resultado Financiero Total	(16,7)	(18,5)	-9,9%
	(0,7)	(3,4)	Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	(0,7)	(3,4)	
-28,2%	12,5	17,3	Resultado Antes de Impuestos	12,5	17,3	-28,2%
	(2,9)	(4,3)	Impuestos	(2,9)	(4,3)	
-26,8%	9,5	13,0	Resultado Consolidado	9,5	13,0	-26,8%
	(2,0)	(2,0)	Atribuido a Intereses Minoritarios	(2,0)	(2,0)	
-23,4%	11,5	15,0	Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	11,5	15,0	-23,4%



RESULTADO FINANCIERO Y DEUDA

Resultado Financiero

El **Resultado Financiero Total** mejoró durante el trimestre tras haber registrado una caída del **-9,9%** vs IT 2018 como resultado de los siguientes aspectos:

- Incremento en **Financiación Bancaria (+€1,0M)** frente al IT 2018 por la integración de Adprotel y el mayor volumen de deuda en dólares, la cual presentó un mayor tipo de interés a pagar. En este sentido, el tipo de interés promedio satisfecho durante el IT 2019 fue del 3,24% frente al 3,19% en el IT 2018.
- Ligero incremento en **Otros Resultados Financieros (+€0,6M)** frente al mismo periodo del año anterior.
- Adicionalmente, la aplicación de la NIIF 16 motivó una caída de gastos financieros de **+€2,0M** vs IT 2018.
- Caída del **Resultado Cambiario (-€0,3M)** resultante del fortalecimiento del USD vs EUR y del peso mexicano frente al dólar durante el trimestre.

IT 2019	IT 2018	Ítem	3M 2019	3M 2018
(3,4)	(3,7)	Resultado Cambiario	(3,4)	(3,7)
(9,5)	(11,5)	Gasto Financiero de Arrendamientos	(9,5)	(11,5)
(7,6)	(6,6)	Financiación Bancaria	(7,6)	(6,6)
3,9	3,3	Otros Resultados Financieros	3,9	3,3
(16,7)	(18,5)	Resultado Financiero Total	(16,7)	(18,5)

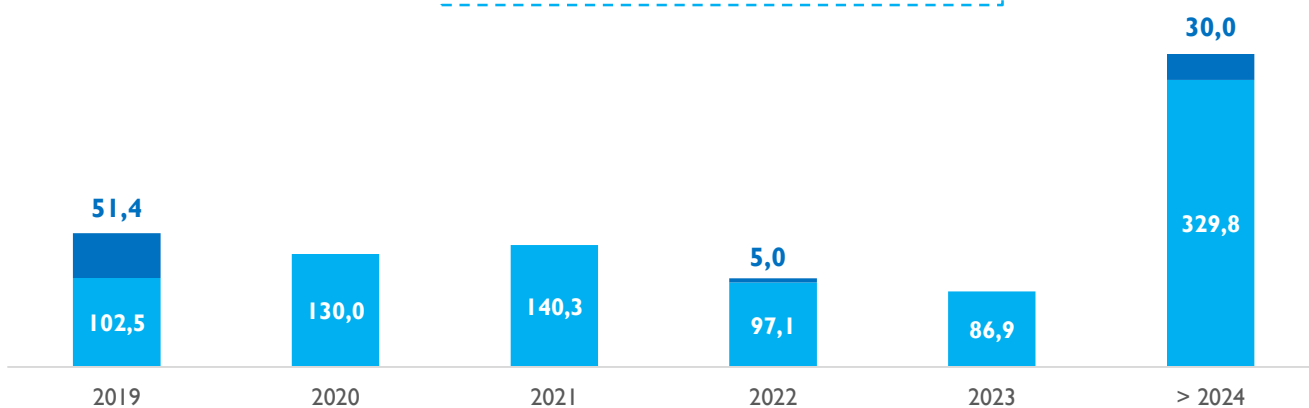
Deuda

Durante el primer trimestre del año, la **Deuda Neta** aumentó en **+€25,2M** y cerró el periodo en **+€632,7M**. Dicho esto, si consideramos el impacto de la NIIF 16, la Deuda Neta se incrementó en **+€50,8M** vs Diciembre 2018 hasta situarse en los **+€1.894,6M**.

Asimismo, la segmentación de nuestros instrumentos de deuda por fecha de vencimiento se recoge a continuación:

Segmentación de la Deuda por vencimiento¹ (millones de €)

Vencimiento medio de la deuda: 4,2 años



1) Excluyendo Pólizas de Crédito

■ Financiación Bancaria y Otros ■ Mercados de Capitales



Gran Meliá Palacio de Isora Resort & Spa | Tenerife – España

MELIÁ EN BOLSA

4

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÃ

TRYP

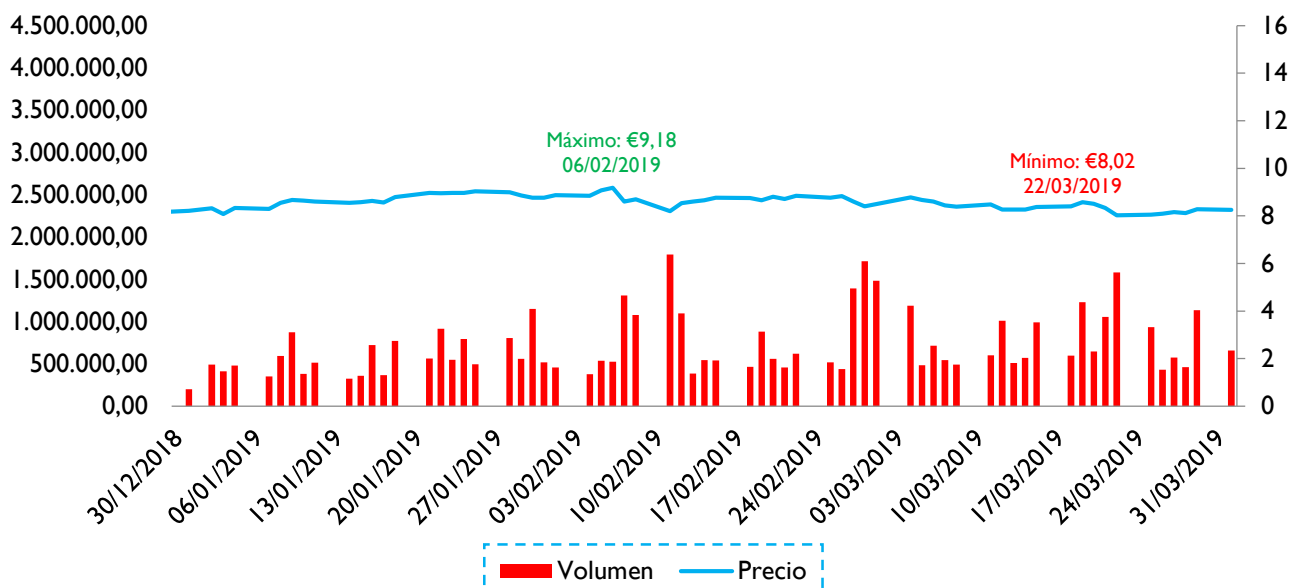
Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

LA ACCIÓN DE MELIÁ

El precio de la acción creció un **+0,8%** en el IT 2019, empeorando el comportamiento del Ibex 35 (**+8,2%**).



	IT 2019	2T 2019	3T 2019	4T 2019	2019
Volumen medio diario (miles de acciones)	729,1	-	-	-	729,1
Meliá (% cambio)	+0,8%	-	-	-	+0,8%
Ibex 35 (% cambio)	+8,2%	-	-	-	+8,2%

	IT 2019	2018
Número de acciones (millones)	229,70	229,70
Volumen medio diario (miles de acciones)	729,15	724,36
Precio máximo (euros)	9,18	12,66
Precio mínimo (euros)	8,02	7,96
Último precio (euros)	8,27	8,21
Capitalización de mercado (millones de euros)	1.899,62	1.885,84
Dividendo (euros)	-	0,17

Fuente: Bloomberg.

Nota: Las acciones de Meliá cotizan en el Ibex 35 y en el Índice FTSE4Good Ibex.

Eventos destacados de 2019:

- No se ha producido ningún evento significativo destacable en relación a nuestra acción hasta la fecha.



Gran Meliá Rome Villa Agrippina | Italia

ANEXO

5

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÃ

TRYP

Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

SEGMENTACIÓN MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

3M 2019	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	416,8	2,6	18,9	23,3	461,6	(68,6)	393,0
Gastos	317,0	3,1	15,9	29,5	365,5	(68,6)	296,9
EBITDAR	99,8	(0,5)	3,1	(6,3)	96,1	0,0	96,1
Arrendamientos	3,1	0,0	0,0	0,0	3,1	0,0	3,1
EBITDA	96,7	(0,5)	3,1	(6,3)	93,1	0,0	93,1
D&A	58,7	0,1	0,5	4,0	63,2	0,0	63,3
EBIT	38,1	(0,6)	2,5	(10,2)	29,8	0,0	29,8

3M 2018	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	432,9	1,8	21,0	18,2	474,0	(72,8)	401,1
Gastos	325,8	1,6	18,5	27,0	372,9	(72,8)	300,1
EBITDAR	107,1	0,2	2,5	(8,8)	101,0	0,0	101,0
Arrendamientos	3,6	0,0	0,0	0,0	3,6	(0,0)	3,6
EBITDA	103,5	0,2	2,5	(8,8)	97,5	0,0	97,5
D&A	54,0	0,1	0,6	3,4	58,2	0,0	58,2
EBIT	49,5	0,1	1,9	(12,2)	39,3	(0,0)	39,3



PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA Y PAÍS

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
Paradisus	72,0%	-9,3	159,2	4,4%	114,6	-7,5%	66,8%	-14,6	156,9	3,5%	104,8	-15,0%
ME by Meliá	72,5%	4,3	245,0	5,4%	177,7	12,0%	64,0%	5,6	244,3	3,4%	156,5	13,3%
Gran Meliá	46,0%	-4,6	198,3	12,3%	91,2	2,0%	47,0%	-3,6	171,2	8,6%	80,4	0,8%
Meliá	67,3%	-0,8	120,7	0,2%	81,2	-1,0%	63,7%	-1,8	104,9	-0,3%	66,8	-3,0%
Innside	63,0%	0,1	117,4	0,2%	73,9	0,3%	59,5%	1,0	107,0	-1,8%	63,7	0,0%
Tryp by Wyndham	65,3%	-1,1	81,1	4,3%	53,0	2,7%	60,1%	-1,1	75,2	1,5%	45,2	-0,4%
Sol	74,0%	-2,5	59,5	-4,7%	44,1	-7,8%	68,6%	-4,2	68,7	-2,3%	47,3	-10,7%
TOTAL	65,2%	-2,6	117,5	1,3%	76,6	-2,5%	62,9%	-3,1	104,5	0,8%	65,7	-4,0%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR PAÍSES RELEVANTES

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
AMERICA	66,0%	-5,5	136,6	6,1%	90,2	-2,1%	63,3%	-4,7	110,0	1,6%	69,6	-5,4%
República Dominicana	67,9%	-12,1	147,5	10,5%	100,1	-6,3%	67,9%	-12,1	147,5	10,5%	100,1	-6,3%
México	76,1%	-4,0	129,6	-3,6%	98,6	-8,4%	74,5%	-4,1	138,4	-2,3%	103,0	-7,5%
EE.UU.	75,9%	2,2	125,3	-2,2%	95,1	0,7%	75,9%	2,2	125,3	-2,2%	95,1	0,7%
Venezuela	14,7%	-24,3	143,9	111,4%	21,1	-20,4%	14,7%	-24,3	143,9	111,4%	21,1	-20,4%
Cuba	-	-	-	-	-	-	64,8%	-5,5	96,7	-2,9%	62,6	-10,6%
Brasil	-	-	-	-	-	-	51,2%	3,6	78,8	-2,6%	40,4	4,8%
ASIA	-	-	-	-	-	-	58,0%	3,5	71,5	1,4%	41,5	8,0%
Indonesia	-	-	-	-	-	-	53,1%	1,7	64,4	8,8%	34,2	12,4%
China	-	-	-	-	-	-	59,0%	5,7	64,3	-2,7%	38,0	7,7%
Vietnam	-	-	-	-	-	-	71,2%	9,9	90,7	-7,1%	64,6	8,0%
EUROPE	65,0%	-1,6	111,5	-0,1%	72,5	-2,5%	63,2%	-3,0	104,6	0,4%	66,2	-4,1%
Austria	65,7%	5,0	131,7	6,5%	86,6	15,3%	65,7%	5,0	131,7	6,5%	86,6	15,3%
Alemania	66,0%	-0,4	110,8	4,2%	73,2	3,5%	66,0%	-0,4	110,8	4,2%	73,2	3,5%
Francia	67,2%	-8,4	166,2	1,3%	111,7	-10,0%	67,2%	-8,4	166,2	1,3%	111,7	-10,0%
Reino Unido	67,6%	1,3	164,1	7,6%	110,9	9,7%	68,0%	1,7	160,1	5,0%	108,9	7,7%
Italia	64,6%	-1,9	176,0	0,0%	113,6	-2,8%	63,5%	-2,2	175,8	-0,2%	111,6	-3,6%
España	64,3%	-2,0	100,7	-2,9%	64,7	-5,8%	61,6%	-2,8	95,3	-2,3%	58,7	-6,6%
Hoteles Vacacionales	68,9%	-3,8	97,2	-8,9%	67,0	-13,7%	63,8%	-6,1	90,1	-5,0%	57,4	-13,4%
Hoteles Urbanos	61,7%	-0,6	102,8	1,2%	63,4	0,2%	61,2%	-0,4	100,0	1,5%	61,2	0,9%
TOTAL	65,2%	-2,6	117,5	1,3%	76,6	-2,5%	62,9%	-3,1	104,5	0,8%	65,7	-4,0%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR DIVISIÓN Y TIPOS DE CAMBIO

RESUMEN INDICADORES FINANCIEROS IT 2019

	HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER										MODELO GESTORA					
	Ingresos Agregados		Ingresos de Habitaciones		EBITDAR		EBITDA		EBIT		Comisiones Terceras Partes		Comisiones Propiedad y Alquiler		Otros Ingresos	
	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio
America	131,2	-5,2%	54,3	-3,7%	50,5	-1,7%	49,6	0,8%	39,4	-1,7%	2,0	10,8%	8,9	-5,9%	6,1	51,4%
EMEA	81,4	4,1%	57,7	4,1%	15,2	-0,7%	14,6	-0,8%	(1,0)	-161,4%	0,2	0,0%	4,5	0,5%	0,1	-90,6%
Spain	122,7	-5,2%	84,2	-5,1%	18,4	-12,2%	16,9	-17,2%	(13,8)	62,5%	4,7	-3,5%	7,0	-18,0%	(0,0)	-
Cuba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5,3	-16,5%	0,0	-	0,0	-
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	-4,3%	0,0	-	0,2	-51,9%
TOTAL	335,3	-3,1%	196,2	-2,2%	84,1	-4,0%	81,1	-3,9%	24,6	-25,8%	13,3	-7,1%	20,3	-3,5%	6,5	-6,3%

TIPOS DE CAMBIO 3M 2019

	3M 2019	3M 2018	3M 2019 VS 3M 2018
I unidad de divisa extranjera = X €	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1470	1,1321	+1,3%
Dólar Americano (USD)	0,8809	0,8137	+8,3%



IMPACTO DE NIIF 16 EN NUESTROS ESTADOS FINANCIEROS

El pasado 1 de enero de 2019 entró en vigor la nueva normativa sobre arrendamientos (NIIF 16), la cual supone cambios relevantes en la composición de nuestros activos y pasivos, así como en la estructura de nuestra cuenta de PyG. En este sentido, de cara a facilitar una adecuada comparativa, la siguiente tabla incluye los principales impactos de la nueva norma en nuestra cuenta de PyG Consolidada del IT 2019.

	Marzo 2019 Tras NIIF 16	NIIF 16	Marzo 2019 Antes de IFRS 16
EBITDAR	96,1	0,6	96,7
Arrendamientos	(3,1)	(32,3)	(35,3)
EBITDA	93,1	(31,7)	61,4
Depreciación y Amortización	(30,2)	0,0	(30,2)
Depreciación y Amortización (ROU)	(33,1)	33,1	0,0
EBIT (OPERATING PROFIT)	29,8	(31,7)	31,2
Financiación Bancaria	(7,6)	0,0	(7,6)
Gasto Financiero de Arrendamientos	(9,5)	9,5	0,0
Otros Resultados Financieros	3,9	0,0	3,9
Resultado Cambiario	(3,4)	0,0	(3,4)
Resultado Financiero Total	(16,7)	9,5	(7,1)
Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	-0,7	0,0	-0,7
Resultado Antes de Impuestos	12,5	(22,1)	23,4
Impuestos	(2,9)	(2,6)	(5,5)
Resultado Consolidado	9,5	(24,7)	17,9
Atribuido a Intereses Minoritarios	-2,0	0,0	-2,0
Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	11,5	(24,7)	19,9



Meliá Hotels International Equipo de Relación con Inversores

Datos de contacto:

Stéphane Baos
stephane.baos@melia.com
+34 971 22 45 81

Eduardo García
eduardo.garcia.palomo@melia.com
+34 971 22 45 54

DEFINICIONES

EBITDA y EBITDA sin plusvalías

El EBITDA (*Earnings Before Interest expense, Taxes and Depreciation and Amortization*) hace referencia al beneficio o pérdida derivada de las operaciones continuadas, antes de impuestos, intereses y gastos de depreciación y amortización.

Por su parte, el EBITDA sin plusvalías se calcula como EBITDA, tal y como se ha definido anteriormente, ajustado para excluir determinados conceptos como ganancias, pérdidas o costes asociados a ventas de activos, tanto los que consolidan globalmente, como los que no.

Márgenes EBITDAR y EBITDA sin plusvalías

El margen EBITDAR se obtiene dividiendo el EBITDAR entre los ingresos totales, excluyendo toda aquella plusvalía que haya podido generarse por ventas de activos a nivel de ingresos.

Por otro lado, el margen EBITDA sin plusvalías se obtiene dividiendo el EBITDA sin plusvalías entre los ingresos totales, excluyendo aquellas plusvalías que se hayan generado a nivel de ingresos por ventas de activos.

Deuda Neta

La Deuda Neta es una métrica financiera que la Compañía utiliza para evaluar su apalancamiento financiero. Se obtiene como la suma de la deuda a largo plazo más la deuda a corto plazo, todo ello minorado por el efectivo y otros activos equivalentes. En este sentido, nuestra definición de Deuda Neta puede que no sea totalmente comparable a la usada por otras compañías.

Ratio Deuda Neta / EBITDA

La ratio Deuda Neta / EBITDA es una métrica empleada habitualmente por analistas financieros, inversores y otros terceros para comparar la condición financiera de una determinada compañía. Como su propio nombre indica, se obtiene dividiendo la Deuda Neta entre el EBITDA. Del mismo modo que sucede con la Deuda Neta, nuestra definición de la métrica Deuda Neta / EBITDA puede que no sea totalmente comparable con la usada por otras compañías.

Tasa de Ocupación

La Tasa de Ocupación se obtiene como el cociente entre el total de noches de habitación vendidas entre el total de noches de habitación disponibles durante un periodo analizado. Mide el uso de la capacidad disponible de los hoteles y es usada por el equipo gestor para medir la demanda de un hotel o grupo de hoteles específicos en un determinado periodo. Asimismo, también sirve para fijar la tarifa promedio por habitación en función de si la demanda de habitaciones aumenta o decrece.

Tarifa Promedio por Habitación (Average Room Rate o ARR)

La Tarifa Promedio por Habitación, comúnmente conocida como ARR, se obtiene dividiendo los ingresos obtenidos por venta de habitaciones entre las noches de habitación vendidas en un determinado periodo. Mide el precio medio por habitación alcanzado por un hotel y proporciona una valiosa información relativa a dinámicas de precios y naturaleza de los clientes de un determinado hotel o grupo de hoteles. Es una métrica utilizada ampliamente en la industria y por el equipo gestor para evaluar los precios que la Compañía es capaz de cobrar en función del tipo de cliente. Asimismo, los cambios en la tarifa promedio por habitación tienen un impacto diferente tanto en ingresos, como en la rentabilidad del negocio, de aquellos producidos en la tasa de ocupación.

Ingreso por Habitación Disponible (Revenue Per Available Room o RevPAR)

El Ingreso por Habitación Disponible, comúnmente conocido como RevPAR, se obtiene dividiendo los ingresos de habitaciones entre el número de noches de habitación disponibles para la venta. Es una métrica primordial para el equipo gestor a la hora de evaluar el comportamiento del negocio, ya que está correlacionada con los dos indicadores principales de las operaciones de un hotel o grupo de hoteles: la tasa de ocupación y la tarifa promedio por habitación. Asimismo, el RevPAR se utiliza para medir y comparar el comportamiento en periodos comparables entre hoteles similares.

Flow Through

El *Flow Through* es una métrica financiera que se obtiene dividiendo los cambios en el EBITDA entre los cambios en los ingresos de un determinado periodo. Es un indicador relacionado con los márgenes que es evaluado por el equipo gestor habitualmente que indica, en porcentaje, qué parte del incremento de los ingresos fluye hacia el EBITDA.