



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

RESULTADOS DEL TERCER 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 TERCER TRIMESTRE 2019

CUENTA P&G Y PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS*

(Millones de euros)	Septiembre 2019	Septiembre 2018*	% cambio
INGRESOS	1.388,1	1.414,1	-1,8%
Ingresos sin plusvalías	1.385,7	1.389,7	-0,3%
EBITDAR	392,6	425,1	-7,6%
EBITDA	374,9	406,9	-7,9%
EBITDA sin plusvalías	373,0	387,4	-3,7%
EBIT	183,7	228,7	-19,7%
RESULTADO FINANCIERO	(54,0)	(59,1)	+8,7%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	138,4	177,4	-22,0%
BENEFICIO NETO	105,7	133,0	-20,5%
BENEFICIO NETO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE	96,8	126,9	-23,7%
BPA (€)	0,42	0,55	-23,7%
REVPAR Propiedad y Alquiler (€)	88,9	88,7	0,2%
REVPAR Propiedad, Alquiler y Gestión (€)	71,1	71,8	-1,0%
Margen EBITDAR (sin plusvalías)	28,2%	29,2%	-99 bps
Margen EBITDA (sin plusvalías)	26,9%	27,9%	-96 bps

Nota: Tras la entrada en vigor de la nueva norma relativa a alquileres (NIIF 16), las cifras reportadas de 2018 se han ajustado para facilitar la comparativa entre periodos. En este sentido, para aquellos interesados, el Anexo incluye los impactos de estos efectos en nuestros estados financieros de 2019.

Comportamiento operativo

- Pese al impacto negativo en la evolución de los hoteles en República Dominicana la sólida estrategia implementada nos ha permitido mantener el **RevPAR PyA** del trimestre plano frente al mismo periodo del año anterior.
- El **EBITDA sin plusvalías** se situó en +€373M (-3,7% frente a los 9M 2018).
- Nuestro canal directo mejoró su penetración entre clientes y las ventas a través de **melia.com** crecieron un +1,7% en los primeros nueve meses del año, destacando el OTB para los próximos meses con un crecimiento del +10,6%, así como la evolución de MeliáPro, nuestra plataforma digital B2B, canal que ha crecido un +19,5%.
- Meliá se posiciona en 2019 como la **Compañía Hotelera más Sostenible del Mundo** según el Corporate Sustainability Assessment de la agencia de inversión sostenible SAM. Obteniendo la puntuación máxima en Estrategia Climática y la mejor de la industria en Derechos Humanos, Desarrollo del Talento, Código Ético y Gestión de Riesgos

Deuda y apalancamiento

- El **Resultado Financiero Neto** mejoró en un +8,7% respecto al mismo periodo del año anterior.
- La **Deuda Neta pre NIIF 16**, se situó en los €655,7M, lo que representa un incremento de +€48,2M frente a diciembre de 2018.
- Tras el anuncio del **programa de recompra de acciones** de hasta un importe máximo de €60 millones, el ratio de apalancamiento Deuda Neta/EBITDA pre NIIF 16 se situará, a cierre de ejercicio, ligeramente por encima de 2.0x.

Expansión

- Nuestra **cartera** global se situó en 329 hoteles y unas 84 mil habitaciones a septiembre de 2019. Durante el tercer trimestre, hemos **abierto** 4 nuevos hoteles (478 habitaciones) en China, Vietnam y Tanzania, todos ellos en contratos de gestión. Además, **desafilamos** 2 hoteles (290 habitaciones), ambos en España.
- Asimismo, hemos **firmado** 1 nuevo hotel (987 habitaciones) en Bulgaria y nuestra cartera de **proyectos** global es de 57 hoteles y más de 14 mil habitaciones, de las cuales cerca del 90,0% han sido firmadas bajo contratos de gestión y franquicias.

Perspectivas 2019

- Para el último trimestre del año, en nuestros hoteles de **EMEA**, las previsiones son positivas, destacando la evolución esperada de los hoteles en Alemania así como los de Italia, concretamente la plaza de Milán, donde en este último trimestre se procederá con una incorporación el Inside Torre Galfa. En cuanto a **España** prevemos un mejor comportamiento de los hoteles vacacionales, y somos cautos en cuanto a los hoteles de Cataluña, ante la situación ya conocida, si bien esperamos un impacto positivo por la celebración de la “Cumbre del Clima” que tendrá lugar en el mes de noviembre en Madrid. En **América**, seguimos viendo un reto del negocio, debido principalmente a la evolución de República Dominicana, ante la ausencia de grupos. En México estamos viendo un crecimiento del negocio para los próximos meses. Todo unido hace que estimemos un RevPAR para el cuarto trimestre de ligero crecimiento.



Paradisus 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

	9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	1.203,0	1.213,9	-0,9%
Propiedad	571,5	597,3	
Alquiler	631,5	616,6	
De los cuales ingresos de habitaciones	779,7	774,5	0,7%
Propiedad	317,8	321,8	
Alquiler	461,9	452,7	
EBITDAR	328,5	345,2	-4,8%
Propiedad	149,7	173,7	
Alquiler	178,8	171,5	
EBITDA	310,9	328,2	-5,3%
Propiedad	149,7	173,7	
Alquiler	161,2	154,5	
EBIT	141,6	170,7	-17,0%
Propiedad	99,7	127,0	
Alquiler	41,9	43,7	

	9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA*			
Ingresos Modelo Gestora totales	232,1	246,9	-6,0%
Comisiones de terceros	38,7	39,9	
Comisiones hoteles propiedad y alquiler	73,9	75,6	
Otros ingresos	119,6	131,4	
EBITDA Modelo Gestora Total	76,4	77,4	-1,3%
EBIT Modelo Gestora Total	68,3	70,3	

* Otros ingresos en 9M 2019 incluyen €103,4M de ingresos corporativos no atribuibles directamente a ninguna división. Ídem en 9M 2018 por €101,1M.

	9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	change
OTROS NEGOCIOS HOTELEROS			
Ingresos	45,4	45,0	0,9%
EBITDAR	2,1	2,9	
EBITDA	2,0	1,8	
EBIT	0,9	1,1	

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	71,8%	-1,9	123,8	2,9%	88,9	0,2%	66,3%	-2,0	107,2	2,0%	71,1	-1,0%
TOTAL HOTELES BASE COMPARABLE	74,5%	-0,6	124,8	1,1%	92,9	0,4%	67,7%	-1,0	105,3	0,6%	71,4	-0,8%
AMERICA	61,6%	-8,4	121,8	5,7%	75,1	-6,9%	61,3%	-4,3	110,1	4,6%	67,5	-2,2%
EMEA	73,2%	0,0	138,1	1,9%	101,0	1,9%	72,2%	-0,6	139,9	2,8%	101,0	2,0%
SPAIN	75,0%	-0,2	118,7	2,1%	89,1	1,8%	72,9%	-0,8	110,7	1,9%	80,8	0,8%
CUBA	-	-	-	-	-	-	53,0%	-5,1	80,6	-1,1%	42,7	-9,8%
ASIA	-	-	-	-	-	-	63,2%	3,6	73,5	1,3%	46,5	7,4%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 8.771,1 (vs 8.727,7 en 9M 2018) en P y A // 18.250,4 (vs 17.781,5 en 9M 2018) en P, A y G.

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	9M 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
HOTELES GLOBALES	329	83.863	329	83.253	2	298	26	8.171	16	3.151	13	2.771	57	14.391
Gestión	129	38.397	129	37.556	1	153	19	5.797	12	2.560	12	2.661	44	11.171
Franquicia	48	9.860	47	9.714	0	0	2	1.083	3	468	1	110	6	1.661
Propiedad	44	13.281	45	13.735	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	108	22.325	108	22.248	1	145	5	1.291	1	123	0	0	7	1.559

AMERICA

INDICADORES FINANCIEROS

	9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	305,5	326,4	-6,4%
Propiedad	282,3	302,5	
Alquiler	23,2	23,9	
De los cuales ingresos de habitaciones	137,3	143,9	-4,6%
Propiedad	118,0	123,7	
Alquiler	19,3	20,3	
EBITDAR	79,5	104,0	-23,5%
Propiedad	73,1	98,7	
Alquiler	6,4	5,3	
EBITDA	77,5	100,6	-22,9%
Propiedad	73,1	98,7	
Alquiler	4,4	1,8	
EBIT	47,3	73,4	-35,5%
Propiedad	49,0	77,9	
Alquiler	-1,6	-4,5	

	9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA			
Ingresos Modelo Gestora totales	35,5	40,5	-12,3%
Comisiones de terceros	5,2	5,6	
Comisiones hoteles propiedad y alquiler	18,8	21,5	
Otros ingresos	11,5	13,4	

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	61,6%	-8,4	121,8	5,7%	75,1	-6,9%	61,3%	-4,3	110,1	4,6%	67,5	-2,2%
TOTAL AMERICA BASE COMPARABLE	70,1%	-6,0	121,4	0,1%	85,2	-7,9%	66,2%	-2,7	107,4	1,6%	71,1	-2,4%
Brasil	-	-	-	-	-	-	60,3%	4,1	79,2	6,1%	47,8	13,8%
México	68,8%	-6,7	123,1	5,1%	84,8	-4,2%	68,8%	-4,9	123,1	-0,5%	84,8	-7,1%
República Dominicana	61,3%	-11,3	114,3	2,4%	70,0	-13,5%	61,3%	-11,3	114,3	2,4%	70,0	-13,5%
Resto de América	49,4%	-11,2	136,1	14,6%	67,2	-6,6%	55,9%	-6,4	123,1	12,4%	68,8	0,9%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 1.828,9 (vs 1.784,5 en 9M 2018) en P y A // 3.051,9 (vs 3.054,9 en 9M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Cartagena Karmairi	Colombia / Cartagena	Franquicia	146

Desafilaciones entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Tryp Sao Paulo Berrini	Brasil / Sao Paulo	Gestión	171
Meliá Coco Beach	Puerto Rico / San Juan	Propiedad	486
ME Miami	Estados Unidos / Miami	Gestión	129
Tryp Sao Paulo Itaim	Brasil / Sao Paulo	Gestión	133

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	IS 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL AMERICA	38	11.669	41	12.432	0	0	1	498	1	500	2	356	4	1.354
Gestión	18	4.428	22	5.020	0	0	1	498	1	500	2	356	4	1.354
Franquicia	2	286	1	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	16	6.406	16	6.723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	2	549	2	549	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

AMERICA RESULTADOS TERCER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** en dólares (propiedad, alquiler y gestión) cayó un **-7,3%** frente al 3T 2018 dado el deterioro de nuestras operaciones.
- Los **ingresos por honorarios** en dólares cayeron un **-34,3%** frente al 3T 2018 por las menores comisiones en los hoteles de propiedad y alquiler, principalmente por la evolución de los hoteles de República Dominicana.
- Las ventas a través de **Melia.com** cayeron en un **-4,8%** en el 3T frente al mismo periodo del año anterior.

A nivel operativo, el tercer trimestre de la regional América sigue con la misma tendencia que en el trimestre anterior. Por una parte, **México** continúa con una lucha contra los diferentes factores negativos que han venido impactando al destino desde el 2018, como es el tema de la inseguridad y el tema del sargazo que ha traído cancelaciones de reservas anticipadas de clientes, además de bajadas en tarifas, reflejando una disminución en su RevPar (USD) en un **-16%**. Por otro lado, en **Punta Cana**, a raíz de la disminución de la capacidad aérea, provocada por una información sensacionalista difundida por algunos medios de comunicación y que finalmente ha quedado desacreditada por el Departamento de Estado, que provocó una caída de la confianza por parte del mercado estadounidense en el destino, afectando a los segmentos de tour operación y Canal Directo. El segmento MICE ha sufrido importantes cancelaciones de grupos, si bien es importante destacar que parte de las cancelaciones han logrado ser desviadas a otros hoteles nuestros en el Caribe, principalmente a México y Nassau. El RevPar (USD) ha disminuido en **-32%** vs. 3T 2018.

En **Estados Unidos**, RevPAR (USD) **-4%**, Nueva York sigue con la misma tendencia que el resto del año, con mejoras en los segmentos de canal directo, Ecommerce, MICE y un ligero déficit en Corporate y tour operación, mientras que, en Orlando, según reportes del destino, se indica una caída en ocupación para todo el destino, esto se debe a un incremento en las casas vacacionales, así como por el impacto del Huracán Dorian, que afectó a la demanda.

Brasil, por su parte, presenta un crecimiento en el RevPAR (USD) del **+14%** debido al aumento en tarifa promedio y ocupación. Estos resultados se deben principalmente al mes de Julio con la celebración de un importante congreso religioso, así como de grandes Ferias como ANDAV, Labace, Tecocarne, CONARH, Equipotel y ABAV, afectando positivamente al segmento MICE.

PERSPECTIVAS

Para el cuarto trimestre, en **Punta Cana**, la ausencia de Grupos y en general del mercado americano nos indican retos importantes, si bien una vez despejadas las dudas sobre la seguridad del destino, esperamos una normalización de la demanda por parte del cliente norteamericano, destacar en este sentido la aportación del Gobierno así como de los hotelero de la zona para recuperar el destino en el menor tiempo posible. Los mercados alternativos están presionando para conseguir mayor reducción en tarifas, lo cual están consiguiendo con algunos competidores que a la vez siguen forzando de manera general los precios a la baja. En **México** se han trazado diversas estrategias, entre ellas algunas enfocadas al mercado local para fechas con bajadas de ocupación en las temporadas que el resto de los mercados no suelen viajar, Comentar que tras la Cancún Travel Mart (importante feria turística) se está percibiendo una reactivación de la demanda, con un ritmo de reservas positivas, destacar positivamente las expectativas del área de Los Cabos, con un nivel de reservas de grupos por encima del año pasado. En el caso de **Brasil**, las perspectivas para 4T son muy alentadoras, favorecido principalmente por el mes de Octubre (con la presencia de Ferias y Congresos) y primeras dos semanas de Diciembre.

CARTERA Y PROYECTOS

No hemos incorporado ningún hotel durante el tercer trimestre a nuestra cartera en América y no esperamos hacerlo durante el resto del año.



Gran Meliá Iguazu pool

EMEA

INDICADORES FINANCIEROS

	9M 2019	9M 2018	%		9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	278,3	268,1	3,8%	Ingresos Modelo Gestora totales	20,9	21,7	-3,9%
Propiedad	78,0	74,7		Comisiones de terceros	1,1	0,8	
Alquiler	200,3	193,4		Comisiones hoteles propiedad y alquiler	16,2	14,5	
De los cuales ingresos de habitaciones	203,7	194,8	4,6%	Otros ingresos	3,6	6,4	
Propiedad	54,7	51,8					
Alquiler	149,0	143,0					
EBITDAR	73,0	68,1	7,2%				
Propiedad	20,7	17,2					
Alquiler	52,3	50,9					
EBITDA	70,4	65,9	6,8%				
Propiedad	20,7	17,2					
Alquiler	49,7	48,7					
EBIT	25,2	26,4	-4,2%				
Propiedad	13,9	12,6					
Alquiler	11,4	13,8					

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 EMEA	73,2%	0,0	138,1	1,9%	101,0	1,9%	72,2%	-0,6	139,9	2,8%	101,0	2,0%
TOTAL EMEA BASE COMPARABLE	73,0%	0,4	138,4	2,7%	101,0	3,3%	72,3%	0,1	140,2	3,0%	101,3	3,2%
Alemania	71,8%	0,4	108,1	0,9%	77,6	1,5%	71,8%	0,4	108,1	0,9%	77,6	1,5%
Francia Unido	76,1%	-6,0	168,9	-7,3%	128,5	-14,1%	76,1%	-6,0	168,9	-7,3%	128,5	-14,1%
Reino Unido	74,9%	0,3	175,4	5,0%	131,5	5,4%	71,6%	0,8	229,3	4,3%	164,2	5,5%
Italia	72,2%	0,9	223,7	3,3%	161,4	4,5%	75,3%	0,7	172,9	3,4%	130,2	4,4%
Resto de Europa	78,4%	1,3	153,1	9,5%	120,1	11,4%	67,1%	-4,8	156,6	15,1%	105,0	7,4%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 2.016,3 (vs 1.964,4 en 9M 2018) en P y A // 2.191,4 (vs 2.114,8 en 9M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Inside Paris Charles de Gaulle	Francia / París	Alquiler	266
Inside Prague Old Town	República Checa / Praga	Gestión	89
Gran Meliá Arusha	Tanzania / Arusha	Gestión	171

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 30/09/2019

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

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	9M 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL EMEA	83	15.844	81	15.331	1	145	8	2.829	10	1.806	3	608	22	5.388
Gestión	9	863	8	615	0	0	2	619	6	1.215	2	498	10	2.332
Franquicia	31	7.518	31	7.518	0	0	2	1.083	3	468	1	110	6	1.661
Propiedad	7	1.397	7	1.397	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	36	6.066	35	5.801	1	145	4	1.127	1	123	0	0	6	1.395

EMEA RESULTADOS TERCER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) crecieron un **+0,9%** en el trimestre frente al mismo periodo del año anterior.
- Los **ingresos por honorarios** mejoraron en un **+9,7%** en el 3T frente al mismo periodo de 2018 principalmente por el aumento en los honorarios de los hoteles de propiedad y alquiler.
- Las ventas a través de **Melia.com** aumentaron un **+8,7%** en el trimestre frente al 3T 2018.

El comportamiento de nuestros hoteles situados en EMEA ha sido ligeramente positivo durante el 3T del año con diferentes comportamientos en los países en los que operamos, siendo los principales aspectos a tener en cuenta los siguientes:

ALEMANIA/AUSTRIA/REPÚBLICA CHECA

Como ya anticipamos, el tercer trimestre se ha visto impactado por un calendario, de ferias comerciales, menos favorable que el mismo periodo del año anterior, particularmente en plazas como Munich y Berlín. Adicionalmente hemos tenido ciertas dificultades en el segmento MICE en la mayoría de nuestros destinos clave que hemos podido compensar parcialmente con los clientes Corporate e individuales, lo que ha impactado en el precio medio. El RevPAR del trimestre estanco ha sido del **-1,8%**. Melia.com ha crecido un **13,9%**, siendo uno de los pilares clave para recuperarse del segmento grupal. Por último, destacar el comportamiento positivo de nuestro hotel situado en Praga, el Ininside Prague Old Town

REINO UNIDO

El RevPAR (en GBP) de los hoteles en Reino Unido, en términos comparables y para el tercer trimestre presenta un crecimiento del **+2%**, destacar el comportamiento de la nueva incorporación, el hotel London Kensington, con un crecimiento sólido pese al proceso de reforma que está sufriendo. También nos gustaría resaltar la evolución del Me London, con un crecimiento del RevPAR (en GBP) durante los 9 meses del año del **+11,5%**.

FRANCIA

Este año la evolución del RevPAR está siendo negativamente afectada por la incorporación del Ininside Charles de Gaulle, en proceso de ramp up así como que el precio medio del área del aeropuerto es inferior al del centro de Paris. Destacar que tras medio de año de operaciones ha alcanzado una ocupación estable (79%, en el trimestre estanco) y sigue aumentado en precio medio.

El tercer trimestre ha tenido sus altibajos en la ciudad. Los meses de julio y agosto han ido por debajo del año anterior, con presión en precios, en cambio septiembre ha sido uno de los mejores meses. El RevPAR del tercer trimestre, en bases comparables, ha crecido en un **+0,4%**.

ITALIA

Trimestre positivo para los hoteles de Italia, que alcanzaron un crecimiento del RevPAR del **+8,9%** en el trimestre frente a al año anterior, con mejoras tanto en ocupación como precio medio. Destacar la temporada de verano de Milán, y especialmente el Melia Milano con un incremento del RevPAR del **+21%**. Después de varios trimestres con caídas de RevPAR en Génova, motivados por el desastre del Puente Morandi, y tras reajustes en la estrategia comercial hemos sido capaces de cambiar la tendencia, mostrando un tercer trimestre con un crecimiento del **+5%**. Por otro lado, en Roma, tras un buen comienzo del trimestre, la demanda de última hora no tuvo el comportamiento esperado, lo que ha provocado que dicha plaza presente números similares al mismo periodo del año anterior.

PERSPECTIVAS

Para el cuarto trimestre de 2019, esperamos el siguiente comportamiento por países : En **Alemania** somos optimistas, esperando un crecimiento de un dígito medio, con Berlin y Munich mostrando una recuperación versus el tercer trimestre. En nuestros hoteles de **Reino Unido**, pese al impacto de las reformas de los hoteles Meliá White House, que está permitiendo reposicionar el hotel y mejorar su precio medio por habitación, así como del London Kensington, seguimos viendo un ligero crecimiento, al igual que en los hoteles de **Francia**. En **Italia** para este último trimestre, prevemos una evolución con un crecimiento de un dígito medio en RevPAR , al igual que en el tercer trimestre, gracias a la evolución de los hoteles de Milán, y recuperación del Gran Meliá Roma.

CARTERA Y PROYECTOS

En el 3T 2019 hemos incorporado un nuevo hotel a nuestra cartera de EMEA: el Gran Meliá Arusha (Tanzania, 171 habitaciones) bajo contrato de gestión. Para el resto del año, esperamos incorporar otro hotel, en este caso bajo contrato de alquiler, el Ininside Torre Galfa (Milán, 145 habitaciones), el cual nos permitirá seguir beneficiándonos de la dinámica positiva del mercado de Milán.

SPAIN

INDICADORES FINANCIEROS

HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
	9M 2019	9M 2018	%		9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
Ingresos agregados totales	619,2	619,4	0,0%	Ingresos Modelo Gestora totales	57,9	67,9	-14,7%
Propiedad	211,2	220,1		Comisiones de terceros	20,3	19,6	
Alquiler	408,0	399,3		Comisiones hoteles propiedad y alquiler	38,8	39,7	
De los cuales ingresos de habitaciones	438,7	435,7	0,7%	Otros ingresos	-1,2	8,6	
Propiedad	145,1	146,3					
Alquiler	293,7	289,4					
EBITDAR	175,9	173,1	1,6%				
Propiedad	55,9	57,7					
Alquiler	120,1	115,4					
EBITDA	163,0	161,7	0,8%				
Propiedad	55,9	57,7					
Alquiler	107,1	103,9					
EBIT	69,1	71,0	-2,7%				
Propiedad	36,9	36,6					
Alquiler	32,2	34,4					

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	75,0%	-0,2	118,7	2,1%	89,1	1,8%	72,9%	-0,8	110,7	1,9%	80,8	0,8%
TOTAL SPAIN BASE COMPARABLE	76,5%	0,8	120,4	0,7%	92,1	1,7%	74,0%	-0,4	109,5	0,8%	81,0	0,2%
Resorts	76,3%	-0,4	114,9	-2,6%	87,7	-3,1%	75,2%	-1,5	108,5	-2,3%	81,6	-4,2%
Hoteles Urbanos	73,8%	-0,1	122,5	7,1%	90,4	7,0%	72,8%	+0,6	119,2	6,6%	86,9	7,5%
Resto de Áreas	-	-	-	-	-	-	59,0%	-3,6	77,8	5,4%	45,9	-0,7%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 4.925,8 (vs 4.978,7 en 9M 2018) en P y A // 8.145,5 (vs 8.063,4 en 9M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Tryp Indalo Almería	España / Almería	Alquiler	186
Tryp Zaragoza	España / Zaragoza	Gestión	162
Tryp Valencia Azafata	España / Manises	Propiedad	128

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	9M 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL SPAIN	149	36.565	152	37.049	0	0	5	1.710	0	0	3	600	8	2.310
Gestión	43	13.321	44	13.480	0	0	4	1.546	0	0	3	600	7	2.146
Franquicia	15	2.056	15	2.056	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	21	5.478	22	5.615	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	70	15.710	71	15.898	0	0	1	164	0	0	0	0	1	164

SPAIN RESULTADOS TERCER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) a nivel global subió un **+2,3%** en el 3T 2019 frente al mismo periodo del año anterior, gracias a los hoteles urbanos, con una mejora del **+9,2%**, sobresaliendo plazas como Barcelona, Valencia y Madrid con un incremento cualitativo de su RevPar, parcialmente compensados por la evolución de los hoteles vacacionales, que durante este trimestre, caen en un **-1,0%**.
- Los **ingresos totales por honorarios** cerraron el trimestre con una ligera reducción del **-1,2%** frente al 3T 2018 debido a la bajada en los hoteles de propiedad y alquiler.
- Las ventas a través de **Melia.com** crecieron un **+1%** en el trimestre frente al mismo periodo del año anterior.

Por áreas/ciudades destacamos:

Durante el 3T2019, nuestros hoteles de **Barcelona** mejoraron su RevPAR en un **+16,4%** principalmente por precio, impactados por el Congreso ESMO que tuvo lugar durante el mes de septiembre. Destacando en todo el periodo el hotel Meliá Sarrià, gracias a que la buena materialización de grupos le ha permitido mejorar su precio medio.

Los hoteles de **Valencia**, han presentado una mejora del **+15,62%**. El Palacio de Congresos ha sido el gran impulsor de los eventos de este trimestre, eventos como : Gravity y CRS (Julio), EFIC (Septiembre), siendo el hotel Meliá Valencia el mayor beneficiado.

El comportamiento de nuestros hoteles en **Madrid**, presentaron un crecimiento en RevPAR de un **11,70%**, gracias en parte a la celebración del Congreso ERS (Respiratorio Europeo) en septiembre.

Zona Sur con una mejora del RevPAR del **+4,6%**. Destacan los hoteles Sol Sancti Petri y Gran Meliá Don Pepe. Los hoteles de la región de Andalucía registraron un crecimiento del **+2,14%**. En esta área los hoteles vacacionales han incrementado su RevPar un **+4,14%** tanto por ocupación como por precio. Por otro lado, los hoteles urbanos han bajado en un **-3,7%** impactados por el cierre parcial por reforma del hotel Meliá Lebreros durante este trimestre.

Nuestros hoteles en las **Islas Baleares** registraron una caída de RevPAR del **-1,9%** en el trimestre vs 3T2018. Mallorca **-0,9%** vs año anterior, los hoteles urbanos han ido en línea con el año anterior, mientras que los hoteles vacacionales siguen con la tendencia negativa del año **-1,75%**. Ibiza muestra una bajada del **-6,57%**, básicamente explicado por precio, motivado por el rebranding y reforma completa de varios hoteles de la competencia.

Canarias es el destino que más cae con un **-11%** vs el 3T2019. Sigue con su tendencia negativa a causa de la recuperación, así como la apuesta de los TOs alemanes a destinos emergentes como Turquía, Egipto y Túnez, impactando de manera negativa a la capacidad aérea del destino.

PERSPECTIVAS

Para el cuarto trimestre, en términos generales, esperamos una mejora de RevPAR en un dígito bajo, sobre todo gracias a los **hoteles vacacionales** tanto por una mejora de la ocupación como por precio medio. A pesar de que los **hoteles urbanos** han contribuido muy positivamente a la cifra de RevPar de la regional este año, en el 4T la situación no se prevé tan positiva en estos hoteles por una ligera caída en ocupación vs 4T2018 impactando sobre todo en **Cataluña**, ya que existe cierta incertidumbre, motivada por los recientes disturbios. En **Madrid** pese a que no se repite el congreso CPHI – mayor feria del mundo de la industria farmacéutica - que tuvo lugar en octubre del año pasado, hay que destacar la celebración de la “Cumbre del Clima” que tendrá lugar en el mes de noviembre. En **Baleares**, destacar la demanda de eventos confirmados para el próximo ejercicio, con un impacto positivo en los hoteles del Paseo Marítimo de Palma así como los de Calviá. En **Canarias** afortunadamente, la quiebra de Thomas Cook tiene un impacto menor ya que la política de venta anticipada para el destino ha funcionado muy bien y la venta de última hora está respondiendo bien con otros operadores y el canal directo, actualmente las reservas están un **4%** por encima del año pasado. También destacar que tras la World Travel Market, celebrada estos días en Londres, y que pese a las incertidumbres de las próximas elecciones en Reino Unido así como el Brexit, las ventas anticipadas para el próximo verano, están por encima del año pasado. El mercado se ha reordenado más rápidamente de lo esperado tras la quiebra de Thomas Cook.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante este trimestre, no se han incorporado nuevos hoteles en nuestra cartera de España, si bien hemos desafiliado 2 hoteles no estratégicos para la compañía, el Tryp Azafata (Valencia , 128 habitaciones) debido a su venta, así como el Tryp Zaragoza (Zaragoza, 162 habitaciones) este último bajo contrato de gestión. Durante el cuarto trimestre, se procederá con la reapertura del Ininside Zaragoza (antiguo Meliá Zaragoza), tras una importante reforma y cambio de marca.

CUBA

INDICADORES FINANCIEROS

	9M 2019	9M 2018	%		9M 2019	9M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	9,7	10,4	-6,9%
Propiedad	-	-	-	Comisiones de terceros	8,1	9,7	
Alquiler	-	-	-	Comisiones hoteles propiedad y alquiler	-	-	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	1,6	0,7	
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	-	-	-	-	-	-	53,0%	-5,1	80,6	-1,1%	42,7	-9,8%
TOTAL CUBA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	54,7%	-3,0	79,3	-4,8%	43,4	-9,7%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 3.573,1 (vs 3.285,7 en 9M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 30/09/2019

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

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	9M 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	14.371	34	13.425	0	0	4	923	0	0	0	0	4	923
Gestión	35	14.371	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 TERCER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** en USD (gestión) se vio impactado por circunstancias ya conocidas, registrando un retroceso del **-10,7%** en el trimestre frente al 3T 2018.
- Los **ingresos totales por honorarios** en dólares disminuyeron en un **-13,0%** en el trimestre frente al mismo periodo del año anterior, por diversos aspectos que serán comentados más adelante.
- Las ventas a través de **Melia.com** en “room nights” aumentaron un **+1%** en el 3T 2019 frente al mismo periodo del año anterior. Este crecimiento fue posible gracias a las acciones implementadas para un manejo dinámico de las tarifas, la participación en todas las campañas globales, regionales y particulares en Melia.com, y en especial por las aportaciones del Melia Internacional Varadero, hotel que ha tenido una notable proyección en ventas on-line desde su apertura.

En línea con la primera mitad del año, durante el tercer trimestre, la actividad turística en Cuba se mantuvo sujeta a tensiones. Las medidas tomadas por parte de la Administración Trump hacia Cuba continuó afectando las operaciones grupales conocidas como “People to People”. Por otro lado, estas medidas también afectaron a las empresas navieras encargadas del transporte de combustibles hacia Cuba lo que generó tensiones con la disponibilidad de los mismos, y ha dificultado la operación de los hoteles.

En este contexto general se produjo un deterioro del precio medio en USD del **-3.5%** respecto al mismo período del año anterior. Los ajustes en tarifas fueron nuevamente muy marcados en La Habana, Cienfuegos, Jardines del Rey, y Santiago de Cuba.

Por el lado de la ocupación se registró una caída de casi **-3.6** puntos porcentuales respecto al mismo trimestre del año anterior, siendo los polos más afectados Cayo Largo, Camaguey, Santiago de Cuba, Varadero y La Habana.

Los resultados del trimestre continuaron estando impactados por importantes reformas parciales en varios hoteles, entre los que destacan las remodelaciones del Paradisus Varadero, parte del Complejo Sol Rio de Luna y Mares, y el Melia Las Américas; además de la continuación de las obras de remodelación y ampliación del Hotel Sirenas y del Sol Santa Maria.

Por el lado positivo destacar cierta recuperación de los mercados de Canadá, Argentina, Italia y Chile, así como el importante crecimiento del mercado interno

PERSPECTIVAS

La quiebra del grupo Thomas Cook es el elemento más significativo que impactará la División en el 4to Trimestre del 2019, afectando a los mercados de Reino Unido y Alemania, debido a la falta de vuelos. Asimismo, se espera el impacto de las recientes decisiones de Trivago de retirar un grupo numeroso de hoteles de Cuba de sus canales de venta, motivados por la entrada en vigor del Título III de la ley Helm Burton. Todas estas circunstancias apuntan a una reducción del REVPAR de un dígito medio comparado con el año anterior, siendo Holguín, Cayo Largo y La Habana los más afectados.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante este trimestre, no hemos incorporado nuevos hoteles en nuestra cartera. Seguimos centrados en continuar mejorando las instalaciones de nuestros hoteles por medio de reformas y reposicionamientos. Al cierre del año se espera la reapertura del Hotel Sirenas, bajo la nueva denominación de Sol Varadero Beach, con 356 habitaciones totalmente renovadas bajo este nuevo concepto que se introduce por primera vez en Cuba.



ASIA

INDICADORES FINANCIEROS

	9M 2019	9M 2018	%		9M 2019	9M 2018	%
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER	€M	€M	cambio	MODELO GESTORA	€M	€M	cambio
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	4,8	5,4	-10,8%
Propiedad	-	-	-	Comisiones de terceros	4,0	4,1	
Alquiler	-	-	-	Comisiones hoteles propiedad y alquiler	-	-	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	0,8	1,2	
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	-	-	-	-	-	-	63,2%	3,6	73,5	1,3%	46,5	7,4%
TOTAL ASIA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	64,1%	3,4	71,4	2,4%	45,7	8,1%
China	-	-	-	-	-	-	70,2%	4,7	65,2	-5,8%	45,8	1,0%
Sudeste Asiático	-	-	-	-	-	-	61,0%	3,3	76,6	3,7%	46,7	9,6%

* Habitaciones disponibles 9M 2019 (miles): 1.288,4 (vs 1.262,7 en 9M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Ho Tram	Vietnam / Ho Tram	Gestión	77 (sobre un total de 213)
Meliá Shanghai Parkside	China / Shanghai	Gestión	88
Innside Saigon Central	Vietnam / Ho Chi Minh	Gestión	69
Hoy An	Vietnam / Hoi An	Gestión	150

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 30/09/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Lavender Boutique Hotel	Vietnam / Ho Chi Minh	Gestión	107

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	9M 2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL ASIA	24	5.414	21	5.016	1	153	8	2.211	5	845	5	1.207	19	4.416
Gestión	24	5.414	21	5.016	1	153	8	2.211	5	845	5	1.207	19	4.416
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 TERCER TRIMESTRE 2019

- El **RevPAR** en USD (gestión) registró una subida del **+2,6%** frente al 3T 2018.
- Los **ingresos totales por honorarios** en dólares registraron un ligero deterioro del **-3,2%** en el periodo frente al 3T 2018.
- Las ventas a través de **Melia.com** durante este trimestre, se mantuvieron en línea **+0,4%** frente al mismo periodo del año pasado.

Nuestras operaciones en Asia registraron unos resultados mixtos en el periodo por diversos aspectos que afectaron a nuestras operaciones en la región.

A nivel país, en los hoteles de **China** los ingresos operativos crecieron en un **+7,6%** (en USD) comparados con el 3T2018, al mismo tiempo el GOP se incrementó en un **+15%**. Si bien el RevPAR (en USD) disminuyó en un **-3,55%**, afectado por la devaluación del CNY con el USD en 2019. Destacar la evolución del Gran Meliá Xian, debido a la finalización de las reformas en las áreas productivas del hotel, así como los hoteles Meliá Shanghai Hongqiao y el Innside Zhengzhou, hoteles más estables tras su tercer año de operación.

En **Vietnam**, el RevPAR (en USD) creció en un **+6,9%** comparados con 3T2018, en línea con los ingresos operativos. Destacar el Meliá Hanoi, que pese a las importantes reformas que se están acometiendo y que han afectado al segmento MICE, el hotel ha seguido creciendo a nivel de ingresos en un **+3,4%**. Mismo caso que el Meliá Danang Beach Resort, que pese a las reformas y a la disminución del mercado coreano, el hotel ha logrado crecer tanto en ingresos como en GOP, por otro lado continua el buen comportamiento del Sol Beach House Phu Quoc, debido principalmente al aumento de la demanda en esta isla.

En **Indonesia**, en general, todos los hoteles (excepto el Gran Meliá Jakarta) han mostrado una evolución positiva de ingresos y rentabilidad, especialmente en los hoteles que están en ramp-up como el INNSiDE Yogyakarta, Sol House Bali Kuta y Sol House Bali Legian. En **Birmania**, el Meliá Yangon sigue la misma tendencia que en trimestres anteriores, que pese al incremento de la competencia en el área ha seguido mejorando sus ingresos. Finalmente en **Malasia**, nuestro hotel Meliá Kuala Lumpur, en los dos últimos trimestres ha logrado mejorar su evolución después de la caída de la demanda que presenciamos en la ciudad durante el primer trimestre del año.

PERSPECTIVAS

Para el cuarto trimestre del 2019, esperamos consolidar la tendencia positiva mostrada por nuestros hoteles **chinos** hasta la fecha. En los casos de **Vietnam, Birmania y Malasia**, no anticipamos ningún cambio significativo en la evolución de los hoteles en el cuarto trimestre. En **Indonesia**, tras las elecciones presidenciales del país, prevemos un crecimiento de la demanda, especialmente en el segmento MICE con impacto positivo en ciudades como Yakarta, Makassar y Yogyakarta. Los destinos turísticos de Bali, en este trimestre, inician su temporada alta.

CARTERA Y PROYECTOS

Se han incorporado tres nuevos hoteles a nuestra cartera durante el tercer trimestre del año, todos ellos bajo contratos de gestión: INNSiDE Saigon Central (Vietnam, 69 habitaciones), The Hoi An Historic Hotel, managed by Meliá (Vietnam, 150 Rooms) y el Meliá Shanghai Parkside (China, 88 habitaciones), que nos ayudarán a reforzar nuestra presencia y posicionamiento en ambos países.

Para el resto de 2019, también esperamos la consolidación del hotel recientemente inaugurado en 2019, Meliá Ho Tram Beach Resort (Vietnam, 245 habitaciones), que se inauguró en marzo de 2019.





OTROS NEGOCIOS

2

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

CLUB MELIÁ Y THE CIRCLE

Durante este tercer trimestre del 2019 hemos seguido consolidando nuestra actividad comercial en The Grand Reserve en la República Dominicana a través de la comercialización de nuestro producto Circle by Meliá, tanto desde la misma República Dominicana como desde México, donde hemos observado una positiva evolución gracias a la aceptación de este producto por parte de nuestros clientes y socios en la región.

Nuestros principales indicadores comerciales evolucionan positivamente y en este periodo hemos fidelizado un 11% más de familias a nuestra base de socios, pese a que hemos observado una disminución del 18% en la afluencia de clientes susceptibles de comprar nuestro producto, debido a la caída en ocupación hotelera en la región de Punta Cana por la afectación a nivel internacional que el destino ha tenido, así como en México, donde la ocupación y tarifa promedio de nuestros hoteles también se ha visto afectada por la situación del sargazo y la inseguridad en el país. Nuestro precio medio por contrato vendido se ha incrementado un 1% y hemos crecido un 5% el volumen de ventas por cada cliente que visita nuestras salas Circle, lo cual nos sitúa con un crecimiento del 12% en el volumen neto de ventas respecto al mismo periodo de 2018.

Pese a la bajada de afluencia turística en el destino, la actividad comercial en la [República Dominicana](#) refleja una evolución positiva tanto en el área de captación de clientes nuevos como en el área de migraciones y ventas adicionales a socios ya existentes. Nuestro ratio de conversión de clientes potenciales a socios nuevos creció un 2%, el precio medio por contrato se fortaleció, creciendo un 11% y nuestra eficiencia medida a través el volumen de ventas por cada cliente que visito nuestra sala Circle creció un 6%.

Por su parte, nuestra actividad comercial en [México](#) refleja una evolución positiva raíz de la incorporación a la venta del nuevo producto Circle by Meliá el pasado mes de junio, creciendo un 18% nuestro ratio de conversión de clientes potenciales a socios nuevos, lo cual nos permite también crecer un 28% en el número de familias que se incorporan a la base de socios Circle. Nuestro volumen neto de ventas creció un 12% y nuestra eficiencia medida a través el volumen de ventas por cada cliente que visito nuestra sala Circle también creció en un 4%.

La consolidación de la venta de nuestro producto Circle by Meliá en las dos regiones nos hace sentirnos optimistas de cara al 4Q del 2019, donde prevemos mantener crecimiento tanto en nuestra base de clientes y socios como en volumen neto de ventas. Seguiremos optimizando nuestros procesos comerciales y enfocándonos a maximizar cada una de las oportunidades de venta que tengamos en nuestras salas Circle, pues entendemos que la demanda de ocupación en ambos destinos seguirá con ciertos retos, y en el caso de México, la bajada en tarifas hoteleras podrá seguir repercutiendo en el perfil del comprador, pero confiamos que la flexibilidad de nuestro producto, así como el amplio abanico de precios que ofrece, nos permitirá adaptarnos a las condiciones comerciales en cada región.

NEGOCIO INMOBILIARIO

Durante el tercer trimestre de 2019, hemos procedido con la venta del hotel Tryp Azafata (Valencia, 128 habitaciones) por un importe de €8,3M, generando una plusvalía a nivel de EBITDA de €1,9M, lo que compara con la venta, durante el 3T del 2018, de 3 hoteles en España, que generaron unas plusvalías de €6,9M.

Cabe destacar que durante este trimestre se ha firmado la renegociación del “long leasehold” del hotel Meliá White House, cuyo vencimiento estaba previsto dentro de 15 años. El nuevo contrato amplía el vencimiento hasta los 125 años, y prevé un desembolso inicial de GBP92M, de los cuales se han pagado en el momento de la firma el 10%, pactando el pago del 90% restante en el año 2020. A cierre de septiembre el importe reconocido en el pasivo del balance del Grupo en aplicación de la NIIF 16 asciende a €213,3M (este importe incluye el 90% del desembolso inicial pagadero en 2020).





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 y Gastos de Explotación

Los **Ingresos Consolidados Sin Plusvalías** cayeron un **-0,3%** frente a los 9M 2018, afectados principalmente por la evolución del negocio de la división América.

Los **Gastos de Explotación Totales** crecieron un **+0,7%** frente al mismo periodo del año anterior.

Las cifras comentadas anteriormente se han visto impactadas por la evolución de las divisas vs el Euro, principalmente por la variación del USD.

EBITDA

El **EBITDA sin Plusvalías** fue de **+€373M (-3,7%** frente a los 9M 2018), mientras que el **margen EBITDA sin plusvalías** se deterioró en **-96 pb**.

El gasto en **Depreciación y Amortización** aumentó en un **+7,3%** frente al mismo periodo del año anterior por el efecto de los tipos de cambio, el impacto de NIIF 16 y nuevas aperturas.

Resultado de Explotación (EBIT)

El **Resultado de Explotación Sin Plusvalías** se situó en **+€181,8M**, representando una caída del **-13,1%** frente al mismo periodo año anterior.

Por su parte, el **Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación** fue **+€8,6M**, con un incremento de **+€0,8M** respecto a los 9M 2018.

El **Tipo Impositivo** del periodo fue del 23,6%, lo que se compara con el 25,0% satisfecho en los 9M 2018.

Resultado Neto

El **Resultado Neto** en los primeros 9 meses de 2019 fue de **+€105,7M**, lo que supone una caída del **-20,5% (-€27,3M)** frente al mismo periodo del año anterior, en el que se vio impactado por mayores plusvalías y la peor evolución del negocio en algunos destinos, principalmente República Dominicana y las Islas Canarias.

El **BPA** del período se situó en **+€0,42**, que se compara con los **+€0,55** reportados en los 9M 2018.



CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (continuación)

% cambio 3T 19 vs 3T 18	3T 2019	3T 2018	(Millones de Euros)	9M 2019	9M 2018	% cambio 9M 19 vs 9M 18
Segmentación de Ingresos						
	560,7	578,7	Total HOTELES	1.480,5	1.505,7	
	86,9	98,0	Modelo Gestora	232,1	246,9	
	458,8	468,2	Hoteles Propiedad y Alquiler	1.203,0	1.213,9	
	15,0	12,6	Otros Negocios Hoteleros	45,4	45,0	
	4,4	14,0	Ingresos Negocio Inmobiliarios	8,8	32,5	
	22,4	16,4	Ingresos Club Meliá	65,7	56,0	
	24,5	25,6	Corporativos	82,9	78,4	
	612,1	634,8	Ingresos Agregados Totales	1.638,0	1.672,6	
	(93,4)	(99,9)	Eliminaciones en Consolidación	(249,9)	(258,6)	
-3,0%	518,8	534,9	Ingresos Consolidados Totales	1.388,1	1.414,1	-1,8%
	(56,0)	(52,9)	Consumos	(152,7)	(149,5)	
	(143,5)	(142,7)	Gastos de Personal	(402,4)	(401,8)	
	(152,2)	(153,7)	Otros gastos	(440,3)	(437,7)	
0,7%	(351,7)	(349,3)	Total Gastos Operativos	(995,4)	(989,0)	0,7%
-10,0%	167,0	185,6	EBITDAR	392,6	425,1	-7,6%
	(9,0)	(9,7)	Arrendamientos	(17,7)	(18,2)	
-10,1%	158,1	175,9	EBITDA	374,9	406,9	-7,9%
	(30,9)	(28,5)	Depreciación y Amortización	(92,9)	(86,5)	
	(32,8)	(32,9)	Depreciación y Amortización (ROU)	(98,2)	(91,7)	
-17,5%	94,4	114,4	EBIT (RESULTADO DE EXPLOTACIÓN)	183,7	228,7	-19,7%
	(8,9)	(8,9)	Financiación Bancaria	(24,7)	(23,0)	
	(9,5)	(10,5)	Gasto Financiero de Arrendamientos	(28,3)	(33,4)	
	1,6	1,3	Otros Resultados Financieros	7,2	6,5	
	(3,3)	(4,9)	Resultado Cambiario	(8,2)	(9,3)	
-12,9%	(20,1)	(23,1)	Resultado Financiero Total	(54,0)	(59,1)	-8,7%
	7,2	9,0	Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	8,6	7,8	
-18,8%	81,4	100,3	Resultado Antes de Impuestos	138,4	177,4	-22,0%
	(19,2)	(25,1)	Impuestos	(32,7)	(44,3)	
-17,3%	62,2	75,2	Resultado Consolidado	105,7	133,0	-20,5%
	9,0	6,7	Atribuido a Intereses Minoritarios	8,9	6,2	
-22,2%	53,3	68,5	Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	96,8	126,9	-23,7%



Resultado Financiero

El **Resultado Financiero Neto** mejoró un **+8,7%** frente al mismo periodo del año anterior como resultado de:

- a) Aumento del gasto por **Financiación Bancaria** de -€1,7M principalmente por la integración de Adprotel en el segundo semestre de 2018 y del Me Cabo en el primer trimestre de 2019.
- b) Ligero crecimiento de **Otros Resultados Financieros** de +€0,7M.
- c) Reducción del **Gasto Financiero de Arrendamientos** de +€5,1M por la reducción del pasivo a medida que avanzan los contratos de arrendamiento.
- d) Caída en **Resultado Cambiario** de -€1,1M.

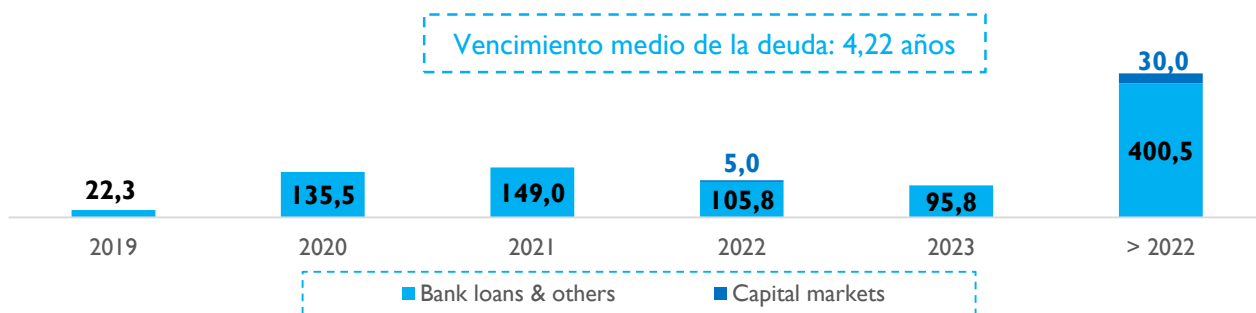
3T 2019	3T 2018	Ítem	9M 2019	9M 2018
-3,3	-4,9	Resultado Cambiario	-8,2	-9,3
-9,5	-10,5	Gasto Financiero de Arrendamientos	-28,3	-33,4
-8,9	-8,9	Gasto Financiero	-24,7	-23,0
1,6	1,3	Otros Resultados Financieros	7,2	6,5
(20,1)	(23,1)	Resultado Financiero Total	(54,0)	(59,1)

Deuda

La **Deuda Neta pre NIIF 16** se situó en +€655,7M a cierre de septiembre 2019, lo que representa un incremento de €48,2M frente a diciembre de 2018. Considerando el impacto de alquileres, la Deuda Neta se ha incrementado en €213,7M en el periodo hasta los €2.096,2M. debido principalmente a la renegociación del "long leasehold" del Meliá White House. Por último, y tras el anuncio del programa de recompra de acciones, el ratio de apalancamiento Deuda Neta/EBITDA pre NIIF 16 se situará , a cierre de ejercicio, ligeramente por encima de 2.0x.

La segmentación de nuestros instrumentos de deuda por fecha de vencimiento se recoge a continuación:

Segmentación de la Deuda por vencimiento¹ (millones de €)



1) Excluyendo Pólizas de Crédito





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

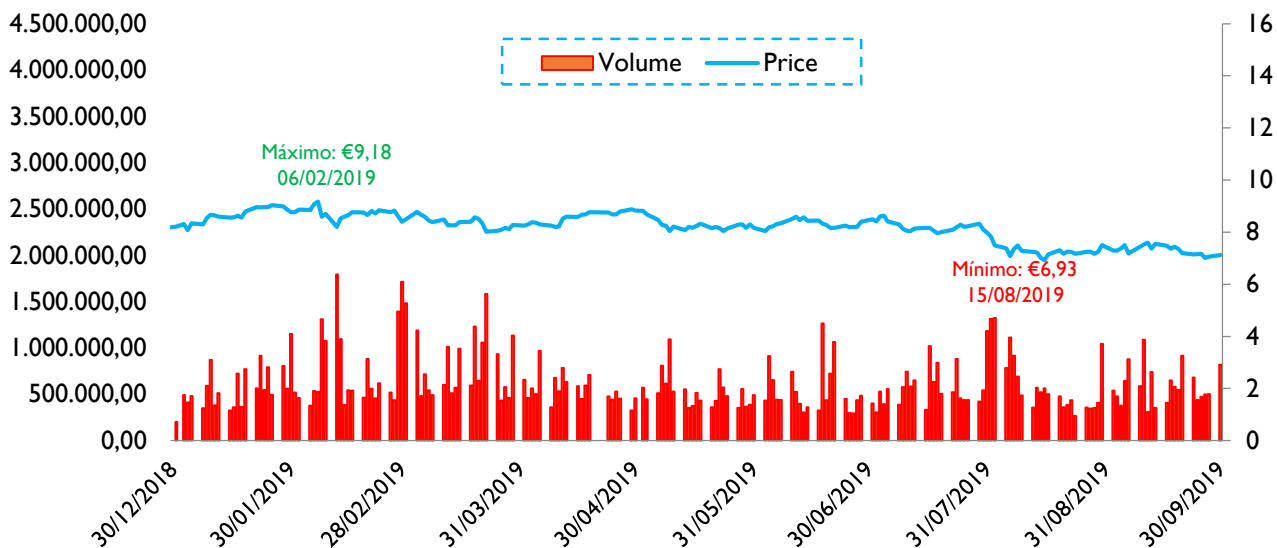
Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

LA ACCIÓN DE MELIÁ

Durante el tercer trimestre del año, el precio de la acción de Meliá bajó un **-15,2%**, empeorando el comportamiento del Ibex 35 (+0,5%). En lo que va de año, nuestras acciones se han devaluado un **-13,3%**, habiéndolo hecho en menor medida que el Ibex 35 (+8,3%).



	1T 2019	2T 2019	3T 2019	4T 2019	2019
Volumen medio diario (miles de acciones)	729,1	544,3	597,7	-	623,7
Meliá (% cambio)	+0,8%	+1,5%	-15,2%	-	-13,3%
Ibex 35 (% cambio)	+8,2%	-0,5%	+0,5%	-	+8,3%

	Septiembre 2019	2018
Número de acciones (millones)	229,70	229,70
Volumen medio diario (miles de acciones)	623,69	724,36
Precio máximo (euros)	9,18	12,66
Precio mínimo (euros)	6,93	7,96
Último precio (euros)	7,12	8,21
Capitalización de mercado (millones de euros)	1.635,46	1.885,84
Dividendo (euros)	0,18	0,17

Fuente: Bloomberg.

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

Eventos destacados de 2019:

- El día 10 de julio de 2019, la Compañía abonó un dividendo ordinario de €0,1830 por acción a sus accionistas.
- El pasado 21 de octubre de 2019, la Compañía anunció un programa de recompra de acciones propias, hasta un máximo de 8.500.000 acciones



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

9M 2019	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	1.480,5	8,8	65,7	82,9	1.638,0	(249,9)	1.388,1
Gastos	1.073,5	4,4	55,0	112,4	1.245,3	(249,9)	995,4
EBITDAR	407,0	4,4	10,7	(29,5)	392,6	(0,0)	392,6
Arrendamientos	17,7	0,0	0,0	(0,0)	17,7	(0,0)	17,7
EBITDA	389,3	4,4	10,7	(29,5)	374,9	0,0	374,9
D&A	82,4	0,2	0,7	9,6	92,9	0,0	92,9
D&A (ROU)	96,0	0,0	0,0	2,3	98,2	0,0	98,2
EBIT	210,9	4,2	10,0	(41,3)	183,7	0,0	183,7

9M 2018	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	1.505,7	32,5	56,0	78,4	1.672,6	(258,6)	1.414,1
Gastos	1.080,3	9,4	52,7	105,1	1.247,6	(258,6)	989,0
EBITDAR	425,5	23,0	3,2	(26,7)	425,1	0,0	425,1
Arrendamientos	18,2	0,0	0,0	(0,0)	18,2	0,0	18,2
EBITDA	407,3	23,0	3,2	(26,7)	406,9	(0,0)	406,9
D&A	75,3	(0,9)	1,3	10,8	86,5	0,0	86,5
D&A (ROU)	89,8	0,0	0,0	1,9	91,7	0,0	91,7
EBIT	242,2	23,9	2,0	(39,4)	228,7	(0,0)	228,7

3T 2019	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	560,7	4,4	22,4	24,5	612,1	(93,4)	518,8
Gastos	388,5	0,7	21,1	34,8	445,1	(93,4)	351,7
EBITDAR	172,2	3,7	1,4	(10,2)	167,0	(0,0)	167,0
Arrendamientos	9,0	0,0	0,0	(0,0)	9,0	(0,0)	9,0
EBITDA	163,2	3,7	1,4	(10,2)	158,1	0,0	158,1
D&A	27,4	0,1	0,1	3,3	30,9	(0,0)	30,9
D&A (ROU)	32,1	0,0	0,0	0,7	32,8	0,0	32,8
EBIT	103,7	3,6	1,3	(14,3)	94,4	0,0	94,4

3T 2018	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	578,7	14,0	16,4	25,6	634,8	(99,9)	534,9
Gastos	390,9	5,6	16,9	35,9	449,2	(99,9)	349,3
EBITDAR	187,9	8,4	(0,4)	(10,3)	185,6	0,0	185,6
Arrendamientos	9,7	0,0	0,0	(0,0)	9,7	0,0	9,7
EBITDA	178,2	8,4	(0,4)	(10,3)	175,9	0,0	175,9
D&A	25,9	(1,1)	0,2	3,5	28,5	0,0	28,5
D&A (ROU)	31,7	0,0	0,0	1,2	32,9	0,0	32,9
EBIT	120,5	9,5	(0,6)	(15,0)	114,4	(0,0)	114,4



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	64,9%	-11,2	136,7	4,7%	88,7	-10,6%	56,1%	-14,3	132,6	3,2%	74,4	-17,7%
ME by Meliá	66,9%	-6,5	288,6	4,3%	192,9	-4,9%	67,4%	1,9	265,1	2,0%	178,6	4,9%
Gran Meliá	53,1%	-7,2	245,3	15,3%	130,3	1,5%	55,0%	-5,4	207,1	10,3%	113,8	0,4%
Meliá	74,1%	0,4	127,2	2,4%	94,3	2,9%	65,3%	-0,6	106,6	2,0%	69,6	1,1%
Innside	71,0%	-1,3	118,7	-1,9%	84,3	-3,6%	69,1%	0,6	109,5	-3,1%	75,7	-2,3%
Tryp by Wyndham	73,5%	0,0	91,5	6,2%	67,3	6,1%	68,0%	0,4	80,6	3,7%	54,7	4,3%
Sol	78,5%	-0,5	80,2	-1,5%	62,9	-2,2%	73,6%	-1,8	83,8	0,3%	57,4	-3,0%
TOTAL	71,8%	-1,9	123,8	2,9%	88,9	0,2%	66,3%	-2,0	107,2	2,0%	71,1	-1,0%

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
AMÉRICA	61,6%	-8,4	121,8	5,7%	75,1	-6,9%	56,8%	-4,9	95,3	1,7%	54,1	-6,3%
República Dominicana	61,3%	-11,3	114,3	2,4%	70,0	-13,5%	61,3%	-11,3	114,3	2,4%	70,0	-13,5%
México	68,8%	-6,7	123,1	5,1%	84,8	-4,2%	68,8%	-4,9	123,1	-0,5%	84,8	-7,1%
EE.UU.	77,9%	-1,5	150,5	1,9%	117,2	0,0%	77,9%	-1,5	150,5	1,9%	117,2	0,0%
Venezuela	17,8%	-24,7	118,2	52,7%	21,1	-36,0%	17,8%	-24,7	118,2	52,7%	21,1	-36,0%
Cuba	-	-	-	-	-	-	53,0%	-5,1	80,6	-1,1%	42,7	-9,8%
Brasil	-	-	-	-	-	-	60,3%	4,1	79,2	6,1%	47,8	13,8%
ASIA	-	-	-	-	-	-	63,2%	3,6	73,5	1,3%	46,5	7,4%
Indonesia	-	-	-	-	-	-	61,6%	1,4	69,7	7,4%	42,9	9,9%
China	-	-	-	-	-	-	70,2%	4,7	65,2	-5,8%	45,8	1,0%
Vietnam	-	-	-	-	-	-	63,8%	5,6	96,4	-4,1%	61,5	5,2%
EUROPA	74,5%	-0,2	124,2	2,2%	92,5	1,9%	72,8%	-0,7	116,9	2,2%	85,0	1,2%
Austria	78,8%	3,8	141,0	11,1%	111,0	16,7%	78,8%	3,8	141,0	11,1%	111,0	16,7%
Alemania	71,8%	0,4	108,1	0,9%	77,6	1,5%	71,8%	0,4	108,1	0,9%	77,6	1,5%
Francia	76,1%	-6,0	168,9	-7,3%	128,5	-14,1%	76,1%	-6,0	168,9	-7,3%	128,5	-14,1%
Reino Unido	74,9%	0,3	175,4	5,0%	131,5	5,4%	75,3%	0,7	172,9	3,4%	130,2	4,4%
Italia	72,2%	0,9	223,7	3,3%	161,4	4,5%	71,6%	0,8	229,3	4,3%	164,2	5,5%
España	75,0%	4,0	109,2	2,5%	81,9	8,3%	67,9%	-1,8	100,5	2,5%	68,3	-0,1%
Hoteles Vacacionales	69,2%	-1,4	95,4	-4,6%	66,0	-6,5%	66,1%	-3,0	88,7	-1,6%	58,7	-5,9%
Hoteles Urbanos	70,9%	-0,6	119,9	7,2%	85,0	6,3%	70,3%	-0,3	115,2	6,7%	81,0	6,3%
TOTAL	71,8%	-1,9	123,8	2,9%	88,9	0,2%	66,3%	-2,0	107,2	2,0%	71,1	-1,0%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR DIVISIÓN Y TIPOS DE CAMBIO

RESUMEN INDICADORES FINANCIEROS 3T 2019

	HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER										MODELO GESTORA					
	Ingresos Agregados		Ingresos de Habitaciones		EBITDAR		EBITDA		EBIT		Honorarios Terceras Partes		Honorarios Propiedad y Alquiler		Otros Ingresos	
	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio
América	75,3	-17,8%	35,4	-2,0%	7,8	-65,3%	7,3	-66,5%	(3,8)	-129,4%	1,7	-7,8%	3,6	-30,9%	1,0	-80,1%
EMEA	96,4	2,4%	72,0	3,3%	27,0	1,5%	26,1	0,5%	11,9	-6,2%	0,5	19,2%	5,7	8,9%	0,5	-80,7%
Spain	287,1	1,6%	207,1	1,7%	100,0	1,3%	92,3	2,0%	60,8	5,9%	9,8	4,4%	18,8	-3,9%	(0,8)	-128,9%
Cuba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,1	-8,3%	0,0	-	0,0	-96,9%
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,7	2,4%	0,0	-	0,3	-36,8%
TOTAL	458,8	-2,0%	314,6	1,6%	134,7	-8,8%	125,7	-9,1%	68,9	-17,2%	14,8	2,0%	28,1	-6,3%	1,0	-91,2%

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES POR DIVISIÓN 3T 2019

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio
América	58,9%	-6,2	102,2	1,9%	60,3	-12,3%	61,2%	-1,0	95,2	-0,4%	58,3	-2,1%
EMEA	77,6%	+1,0	136,0	-1,1%	105,5	0,1%	77,1%	0,9	139,5	-0,3%	107,6	0,9%
Spain	82,8%	+0,1	131,5	1,3%	109,0	2,3%	81,1%	1,1	124,7	1,0%	101,2	2,3%
Cuba	-	-	-	-	-	-	45,4%	-3,6	69,2	1,9%	31,4	-5,6%
Asia	-	-	-	-	-	-	70,1%	2,5	76,2	4,7%	53,4	8,5%
TOTAL	77,3%	-0,0	128,3	0,6%	99,2	0,0%	70,2%	-0,5	112,6	0,8%	79,0	0,1%

TIPOS DE CAMBIO 9M 2019

	9M 2019	9M 2018	9M 2019 VS 9M 2018
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1324	1,1312	+0,1%
Dólar Americano (USD)	0,8901	0,8379	+5,9%

TIPOS DE CAMBIO 3T 2019

	3T 2019	3T 2018	3T 2019 VS 3T 2018
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1086	1,1206	-1,1%
Dólar Americano (USD)	0,8992	0,8602	+4,3%



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 9M 2019.

	Septiembre 2019 Tras NIIF 16	NIIF 16	Septiembre 2019 Antes de NIIF 16
EBITDA	374.919	(145.360)	229.559
Depreciación y Amortización	(92.930)	-	(92.930)
Depreciación y Amortización (ROU)	(98.243)	98.243	-
EBIT (OPERATING PROFIT)	183.746	(47.117)	70.205
Financiación Bancaria	(24.716)	-	(24.716)
Gasto Financiero de Arrendamientos	(28.310)	28.310	-
Otros Resultados Financieros	7.215	-	7.215
Resultado Cambiario	(8.193)	-	(8.193)
Resultado Financiero Total	(54.004)	28.310	(25.694)
Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	8.644	-	8.644
Resultado Antes de Impuestos	138.385	(18.806)	119.578
Impuestos	(32.658)	4.438	(28.220)
Resultado Consolidado	105.726	(14.368)	91.358
Atribuido a Intereses Minoritarios	8.939	0.691	9.630
Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	96.787	(15.059)	81.728



Meliá Hotels International Equipo de Relación con Inversores

Datos de contacto:

Stéphane Baos
stephane.baos@melia.com

+34 971 22 45 81

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.