



Ref 61/00
Noviembre, 2000

LOS BENEFICIOS NETOS CONSOLIDADOS DE SOL MELIÁ AUMENTAN UN 51 % AL CIERRE DEL TERCER TRIMESTRE DEL AÑO 2000

La facturación consolidada de la compañía ha aumentado un 33 % en ese mismo periodo

Sol Meliá ha hecho público hoy miércoles, día 15 de noviembre, los resultados económicos obtenidos por la compañía hotelera al cierre del tercer trimestre del año 2000, los cuales superan los objetivos que el mencionado grupo se había marcado para dicho ejercicio. Así, los beneficios netos consolidados han sido de 17,459 millones de pesetas - 105 millones de euros - lo que ha supuesto un incremento del 51% con respecto a 1999. Además, el total de ingresos consolidados de Sol Meliá ha ascendido a 112.012 millones de pesetas - 673 millones de euros -, un 33% más que el año anterior.

En cuanto a los beneficios de explotación, antes de intereses, amortizaciones e impuestos (EBITDA) obtenidos por Sol Meliá durante el tercer trimestre del año 2000, la cifra alcanzada ha sido de 35,115 millones de pesetas - 211 millones de euros -, un 31% más que en el año anterior.

Estos excelentes resultados se han producido gracias a la fortaleza de los principales mercados de Sol Meliá, así como por la reciente integración de Hoteles TRYP, que ha supuesto la incorporación de 60 establecimientos operativos al grupo, sin contar los 15 proyectos que la cadena tenía en cartera y que serán inaugurados a lo largo del año 2001 y del 2002.

Cabe destacar el excelente comportamiento registrado por los hoteles de la División de Europa Vacacional, sobre todo los de nuestro país, área en la que se concentra gran parte de la oferta de Sol Meliá y cuyas cifras superan las de la ya extraordinaria temporada de 1999. Las cifras alcanzadas compensan en gran manera la relativa discreta actuación que esta División tuvo durante el primer semestre del año. Por otra parte, también ha sido muy bueno el comportamiento de los establecimientos de la División Europa Urbana, que prácticamente no se han visto afectados por la tradicional calma que caracteriza a los hoteles de ciudad durante el verano, perspectiva que se sigue valorando como muy positiva.

Asimismo, los resultados obtenidos por Sol Meliá al cierre del tercer trimestre de 2000 reflejan la clara recuperación que están experimentando los establecimientos de las Divisiones de América y Asia-Pacífico.

Entrando en el "Top Ten": 83 nuevos hoteles incorporados durante el año 2000

Desde principios de año y hasta el 30 de septiembre de 2000, Sol Meliá ha incorporado 83 nuevos establecimientos a su cartera. Sol Meliá ofrece un total de 336 hoteles distribuidos en 30 países de 4 continentes, equivalentes a más de 82.000 habitaciones.

Tras la integración de la cadena Hoteles TRYP Sol Meliá ha consolidado su liderazgo absoluta en España, y especialmente en Madrid, donde, una vez incorporados todos los proyectos que actualmente están en construcción, dispondrá de 27 establecimientos.

Esta operación, que ha tenido como resultado la creación de un gran grupo hotelero, que contará con más de 410 hoteles y una oferta superior a las 102.000 habitaciones, ha permitido entrar a Sol Meliá en el codiciado "Top Ten" del ranking mundial de cadenas hoteleras.

BBB con proyección estable

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

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

La decisión ha sido fruto del análisis de los ratios financieros, de las últimas inversiones realizadas por Sol Meliá, así como de las perspectivas de futuro que presenta el grupo hotelero. La obtención del rating BBB con proyección estable afianza la capacidad de Sol Meliá para captar más recursos en los mercados de capitales, algo que la compañía está potenciando en la actualidad para diversificar sus fuentes de financiación. A pesar de la infravaloración actual de la acción Sol Meliá, de los 33 analistas que siguen este valor, 27 recomiendan comprar, 4 mantener y sólo 2 vender. La mayoría de dichos profesionales sitúan el precio objetivo de la acción de Sol Meliá en 15 euros.

Sol Meliá prosigue la "e-transformación" de la compañía

Desde principios de año, cuando Sol Meliá anunció la creación de una División General de E-Business encargada de liderar el ambicioso proyecto de "E-transformación" del grupo, ya se han materializado varios de las operaciones previstas.

En este sentido, a nivel interno, cabe destacar la progresiva modernización de la infraestructura tecnológica de los hoteles y de las sedes corporativas, así como la

implantación de avanzados programas de gestión "on line". La inversión que Sol Meliá ha destinado a este proyecto ha sido de 5.000 millones de pesetas.

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

El primer portal, "Hotelnetb2b", que está destinado al comercio electrónico entre empresas, ha permitido reunir por primera vez, en un proyecto conjunto, a las principales cadenas hoteleras españolas, que habitualmente compiten en los mercados.

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

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

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

Sol Meliá, más de 330 hoteles en 30 países. Para más información:
<http://www.solmelia.com>.
