

SOL MELIÁ OBTIENE UN BENEFICIO NETO DE 13,2 MILLONES DE EUROS

- **Se ha producido un 9,3 % de incremento de ingresos y un 30% en EBITDA**
- **El beneficio ordinario se ha visto incrementado en un 452%, llevando al beneficio neto a alcanzar los 13,2 millones de euros, lo que supone multiplicar por cinco las cifras de 2003**

Palma de Mallorca, 11 de mayo de 2004.- Sol Meliá ha presentado hoy martes los resultados económicos obtenidos por la cadena hotelera al cierre del primer trimestre del año. En ellos se destaca un incremento del EBITDA (beneficio antes de amortización, intereses e impuestos) del 30% que, de no considerarse la depreciación del dólar, alcanzaría la cifra de +64%. Los datos confirman la evolución positiva de la compañía hotelera que, desde la conclusión de la guerra de Irak en abril de 2003, ha visto crecer su EBITDA trimestre a trimestre, y concretamente en un 7% en el último trimestre de 2003 al 30% en el primero de 2004. Todo ello confirman unos resultados que están por encima del consenso del mercado.

La fortaleza de las operaciones en Latinoamérica y en el Caribe así como las de los hoteles de la marca Meliá en Europa han sido los factores que han protagonizado el incremento de ingresos del 9,3% de Sol Meliá. Adicionalmente, el desarrollo de las alianzas estratégicas llevadas a cabo durante 2003 con Cendant y con los principales grupos de distribución online han hecho que la facturación de solmelia.com se haya incrementado en un 120% alcanzando los 12 millones de euros.

La estandarización de las marcas de Sol Meliá, tomando como base un hotel ideal en todos sus servicios, ha producido también una optimización de recursos y un incremento en los márgenes operativos de la compañía, que han obtenido una mejora de 19,2% a 22,8%. La innovación que se está llevando a cabo desde la dirección de alimentos y bebidas está resultando una aportación positiva no sólo en términos económicos sino también en la calidad de estos productos en los hoteles.

Fruto del acuerdo firmado en 2003 con Warner Bros Consumer Products, Sol Meliá incrementará hasta cinco los hoteles Sol que contarán con áreas tematizadas para el próximo verano. El gran afecto demostrado durante el pasado año a los personajes de Los Picapiedra ha incrementado los deseos de las familias por compartir sus vacaciones junto a ellos. Además de los hoteles Sol Milanos Pingüinos (Menorca) y Mirlos Tordos (Mallorca), la oferta se extiende al Sol Príncipe Principito (Málaga), Sol Falcó (Menorca) y Sol Antillas Barbados (Mallorca).

El mercado norteamericano ha recibido con gran expectación la apertura del primer hotel de la compañía. Hard Rock Hotel, quinta marca del grupo, fruto de la *joint venture* con Rank Group Corporation, cuenta ya con un establecimiento en Chicago y otro de próxima apertura en San Diego.

Indicadores cuenta de resultados consolidada - 1er trimestre			
	mar-04	mar-03	%
Ingresos	228.6	209.1	9.3%
EBITDA	52.1	40.2	30%
Beneficio Ordinario	5.5	(1.6)	452%
Beneficio Neto	13.2	2.7	386%

Expansión durante el primer trimestre de 2004

Sol Meliá abrió durante este trimestre el Paradisus Puerto Rico que, desde su inicio, ha sido incluido en el selecto club *The Leading Hotels of the World*. Este hotel en el que la compañía ha invertido 145 millones de dólares es el primer “todo incluido de lujo” en el país y está llamado a convertirse en uno de los mejores hoteles de la compañía. El Paradisus Puerto Rico cuenta con 490 *junior suites* y la más selecta variedad de las más representativas ofertas culinarias, así como una arquitectura integrada en un enclave único.

	Hoteles	Habitaciones
Incorporaciones en el Primer trimestre de 2004	4 Paradisus Puerto Rico Tryp Indalo - Almería Tryp San Lázaro - Santiago Meliá Rex Boutique Hotel - Ginebra	883
Hoteles abiertos a 31/03/04	330	80.854
Número de contratos firmados a 31/03/04	15	3.721

Sol Meliá, Premio Empresa y Sociedad 2004 por su Acción Social

Sol Meliá recibió en marzo el “Premio Empresa y Sociedad 2004” en reconocimiento a los proyectos que desarrolla la compañía en el marco de su Plan de Acción Social. Estos premios están dirigidos a las empresas que desarrollan programas de apoyo a personas desfavorecidas y son los de mayor prestigio en España en el campo de la Acción Social de las empresas privadas. En 2003 Sol Meliá realizó 624 proyectos con una inversión de 1.026.073 euros, a lo que hay que añadir 3.775.270 euros a Centros Especiales de Empleo (empresas con 70% de personal minusválido).

Ref 24/04