

## Resultados del tercer trimestre 2001

### Resumen Financiero

Los ingresos y el EBITDAR –EBITDA excluyendo alquileres- se han incrementado en un 18,1% y un 15,7% respectivamente. Si excluimos el efecto de la venta de cuatro de nuestros hoteles el año pasado, el EBITDAR se hubiese visto aumentado en un 18,5% hasta septiembre. El 32,8% de margen de EBITDAR refleja la positiva evolución de nuestros principales mercados. El EBITDA ha aumentado un 9,6%, cifra que hubiese sido un 12,4% si excluimos la venta de los cuatro hoteles mencionados. El beneficio neto ha bajado en un 9,8% debido a las plusvalías generadas el año pasado por la venta de activos. Excluyendo el Beneficio Extraordinario, el Beneficio Neto se hubiera incrementado un 11,4%.

### Operaciones

El RevPar total de Sol Meliá se ha incrementado un 6%. Las huelgas de Iberia y de los conductores de autobuses en las Islas Baleares durante el mes de julio, así como el negativo impacto de la ecotasa en la imagen de las Islas, han reducido el nivel de ocupación durante el tercer trimestre un 3%. Con un 10% de incremento en el RevPar, nuestros hoteles urbanos en España evolucionan satisfactoriamente. Sin embargo, esta positiva tendencia se ha visto diluida por la insatisfactoria evolución de nuestros hoteles en el resto del continente. El RevPar de la División América se ha visto deteriorado en comparación con la primera mitad del año a causa de los acontecimientos del 11 de septiembre: +9,1% frente al 13,5%. El RevPar total de los hoteles Tryp ha aumentado un 8,4%. Los ingresos por comisiones de los contratos de management han aumentado un 13,1%.

### Principales variables

(Millones de Euros)	Sept-01	Sept-00	% Incr.
<b>REVPAR (Euros)</b>	51	48	6%
<b>INGRESOS</b>	795,3	673,2	18,1%
<b>EBITDA</b>	231,1	210,9	9,6%
<b>EBITDAR</b>	260,6	225,3	15,7%
<b>MARGEN DE EBITDAR</b>	32,8%	33,5%	
<b>BENEFICIO NETO</b>	94,7	104,9	-9,8%
<b>CASH FLOW OP</b>	163,0	143,4	13,7%
<b>APALANCAMIENTO</b>	75,6%	58,0%	

(7 de Nov) (\*)

(\*) Deuda neta/ Cap total.

### Acontecimientos recientes

Durante este trimestre, la compañía ha incorporado dos nuevos establecimientos en Italia: el Meliá Milán y el Tryp Verona, bajo régimen de propiedad y alquiler respectivamente. Estos dos establecimientos, junto con el ya operativo Meliá Roma Aurelia Antica y tres proyectos a añadir en Roma y Cerdeña representan un total de 1.290 habitaciones. Además, las renovaciones de los hoteles Boutique de París estarán finalizadas a finales de año. En lo que respecta al Meliá White House, el 20% de las habitaciones pendientes de ser reformadas estarán operativas a principios de 2.002. Respecto a la E-transformación, todos los hoteles europeos están actualmente interconectados a través del sistema S.A.P.

### Perspectivas

Los sucesos del pasado 11 de septiembre y el negativo impacto que estos tuvieron en algunos de nuestros principales mercados, especialmente Latinoamérica, las ciudades europeas fuera de España, el Norte de África y Oriente Medio, van a resultar decisivos a la hora de impedirnos alcanzar nuestros objetivos de crecimiento a corto plazo. La contribución de España para el EBITDA del cuarto trimestre (55% del total) se encuentra a niveles más bajos que en el tercer trimestre (75% del total) debido a la naturaleza cíclica de España como destino turístico vacacional. Este factor resultará fundamental a la hora de impedir a la compañía mantener el ya mencionado 9,6% de crecimiento acumulado en EBITDA hasta final del presente ejercicio. Asimismo, nos gustaría resaltar el hecho de que los beneficios de la compañía se verán afectados debido a los retrasos producidos en la apertura de alguno de los hoteles de la antigua Tryp. Sol Meliá espera que estas habitaciones adicionales estarán completamente operativas a lo largo de 2002. De cualquier modo, el plan de expansión, el cual requiere una inversión muy limitada dado que básicamente se lleva a cabo a través de contratos de alquiler y management, el retraso de proyectos de nueva construcción, la recientemente actualizada y mejorada planta hotelera y, más importante, la buena situación financiera, nos permitirán afrontar más cómodamente las posibles contingencias en nuestra industria. Más aún, la diversificación en España –principal integrante de nuestro EBITDA con un 65%– en los segmentos vacacional y urbano, además de los beneficios al ser considerado como un destino seguro para el turismo en comparación con el Norte de África y Oriente Medio, nos hace ser optimistas sobre el moderado impacto de los acontecimientos en Sol Meliá respecto a sus competidores. En lo que respecta a crecimiento futuro, Sol Meliá tiene firmados 68 proyectos de hoteles, lo que representa un total de 16.243 habitaciones que serán incorporadas en los próximos dos años.

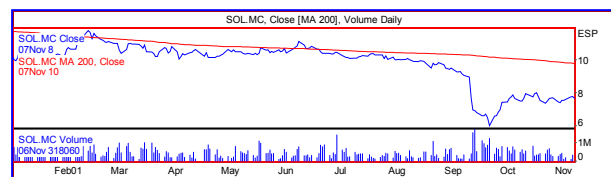
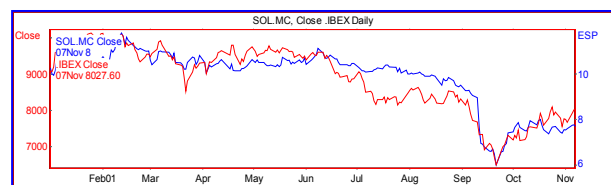
### Sol Meliá Performance

A 31 de diciembre	1999	2000(*)	Sept. 01
Beneficio Neto (M. Euros)	88	113	95
BPA	0,5	0,63	0,51
CFPA	0,9	1,14	0,88

Asumiendo la mitad de los 13,2 millones de acciones emitidas en la adquisición de Tryp.

### Evolución en Bolsa 03/01/01 – 07/11/01

Volumen medio diario:	4.660.466 Euros
Máximo periodo,	11,85 Euros
Mínimo periodo,	5,96 Euros
Precio Cotización 7 Nov 2001	7,8 Euros
Número de acciones	184.776.777
Capitalización de mercado, 7 Nov 2001	1.441.258.861 Euros



### DEPARTAMENTO FINANCIERO

Gremio Toneleros, 24  
 Polígono Son Castelló  
 07009-Palma de Mallorca, Baleares España  
 Tel: (34-71) 22-44-58 - Fax: (34-71) 22-44-98  
 E-mail: [arancha.sanchez-flor@solmelia.com](mailto:arancha.sanchez-flor@solmelia.com)  
[carlos.lopez.garcia@solmelia.com](mailto:carlos.lopez.garcia@solmelia.com)

# ÍNDICE

Página

---

<b>1. Carta del Director General de Comunicaciones</b>	<b>1</b>
<b>2. Información de las Operaciones</b>	<b>5</b>
<b>3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidada</b>	<b>10</b>
<b>4. Balance de Situación Consolidado</b>	<b>12</b>
<b>5. Expansión</b>	<b>16</b>

# **1. Carta del Director General de Comunicaciones y Relaciones Institucionales.**

---

Estimado amigo,

A continuación presentamos los resultados consolidados hasta el 30 de septiembre de 2001 comparados con el mismo periodo del año pasado. El EBITDA Total consolidado ha crecido un 9,6%, menor que el objetivo de la compañía debido principalmente a dos motivos: primeramente el efecto de las huelgas tanto de Iberia como de los transportes en las Baleares, el negativo impacto en la imagen de la Ecotasa y la reducción de los visitantes alemanes y, por otra parte, debido a los sucesos acaecidos el 11 de septiembre, que han influido en el bajo rendimiento de los hoteles que dependen de manera sustancial de los visitantes americanos y que han visto decrecer sus grados de ocupación y los ingresos por convenciones y congresos. La renovación de nuestros hoteles en París y Londres, el cambio de segmento en estos mercados, y el retraso en la apertura del Meliá Milán, no han sido de ayuda en este aspecto.

Los sucesos del 11 de septiembre no sólo han supuesto un terrible impacto para la comunidad internacional, sino que probablemente la Industria Turística y de Transporte hayan sufrido el impacto de forma más sensible que cualquier otra industria en la economía mundial.

Hasta el momento estamos sufriendo un retraso en las reservas, un cambio en los destinos hacia lugares más cercanos a los países de residencia y una reducción en la previsión de llegadas de turistas a corto plazo en 2001. De cualquier modo, la Organización Mundial de Turismo mantiene sus previsiones de crecimiento en el largo plazo de mil millones de turistas internacionales para 2010 y de mil quinientos para 2020.

El impacto sobre Sol Meliá de los ataques terroristas y sus repercusiones en el último trimestre de 2001 dependen de la zona y tipo de hoteles afectados, es decir urbano frente a vacacional.

En la División América, pese a la compañía carece de hoteles en EEUU, Sol Meliá está sufriendo de manera acusada el descenso en sus hoteles vacacionales en Méjico y República Dominicana. Las razones son su alto grado de dependencia de los turistas americanos y la reticencia de los viajeros europeos a realizar viajes de larga distancia. Además, la compañía está percibiendo un descenso en la demanda por parte de nuestros principales clientes en Latinoamérica: Argentina y Brasil, debido a la situación económica en la región. Las actividades referidas a congresos y convenciones representan una parte sustancial de los ingresos en los hoteles de esta división, donde Sol Meliá incorporó a finales de 1999, 18 salas para convenciones y congresos con capacidad para 3.400 personas en sus hoteles del caribe.

La compañía ha advertido un efecto similar en la División de Cuba, básicamente debido a la reticencia de los clientes europeos y canadienses a realizar largos viajes. Esta situación se ha visto agravada desgraciadamente por el impacto del huracán Michelle, que ha afectado la región de los Cayos donde hay siete hoteles en funcionamiento, y en Varadero, donde otros siete hoteles de la compañía operan bajo contratos de management.

Dentro de la División Europa Vacacional, durante el mes de septiembre, la compañía se ha beneficiado del inmediato flujo de clientes europeos procedentes del norte de África y de Oriente Medio hacia España, considerado como destino refugio. La compañía considera que este efecto continuará a lo largo de 2002. Sin embargo, durante los meses de octubre y noviembre nuestros hoteles vacacionales en España han sufrido un descenso en las reservas así como un ligero aumento en las cancelaciones de vuelos debido a la actual situación de incertidumbre: los Tour Operadores están reduciendo en este momento el número de rutas y Sol Meliá, como otras compañías, ha adelantado el cierre de invierno, de algunos de sus hoteles vacacionales en las Islas Baleares y la Costa del Sol.

Respecto a la División Europa Urbana, después del 11 de septiembre y durante el resto del dicho mes, los hoteles urbanos en España vieron reducidos sus niveles de ocupación en un 8%. Esto se ha visto recuperado de forma sustancial durante el mes de octubre. Las perspectivas a corto plazo para las ciudades españolas continúan siendo buenas debido a la positiva evolución de la economía española en comparación con el resto de los integrantes de la UE y la limitada dependencia de los visitantes norteamericanos. Como suele ocurrir en esta División, la clientela de los hoteles urbanos en España procede principalmente de territorio nacional y éstos siguen viajando dentro del país a un ritmo normal. No obstante, aquellos hoteles con una presencia de visitantes norteamericanos significativa, como el Meliá Castilla y los hoteles del área de la Gran Vía madrileña, se están viendo afectados por la situación actual. Además, se está notando una desaceleración en la actividad referente a convenciones y congresos, así como la cancelación de la convención de la ASTA – Sociedad Americana de Agencias de Viaje – cuya celebración estaba prevista en Sevilla. Los hoteles del resto del continente han tenido un comportamiento por debajo de las expectativas durante el trimestre y se espera que se vean afectados por la actual situación ya que tienen un grado de clientela norteamericana mayor. Los hoteles de París y Londres se han visto afectados sensiblemente en términos de ocupación y todavía están inmersos en procesos de renovación. Roma, Milán y Verona han abierto recientemente sus puertas y están sufriendo las consecuencias de las condiciones económicas mundiales, lo que supondrá cierto retraso respecto a lo previsto a la hora de alcanzar un nivel de funcionamiento óptimo.

En lo que se refiere a la estructura de la deuda de la compañía, nos sentimos cómodos con los actuales niveles de apalancamiento y seguiremos esforzándonos en fortalecer y diversificar nuestro Balance con el objetivo de consolidar nuestros positivos ratings

crediticios. Sol Meliá tiene una calificación BBB (perspectiva estable) y BBB+ por parte de Standard & Poor's y Fitch IBCA respectivamente. En estos tiempos de incertidumbre económica mundial, consideramos que nuestra fortaleza de Balance es una de las mayores ventajas competitivas si la situación económica actual se ve prolongada.

En términos de futuras inversiones, Sol Meliá ha reducido su plan de expansión debido al predominio de contratos de alquiler y management, que representan en la actualidad un 22% y 71% respectivamente de las nuevas habitaciones a incorporar. De los 19 proyectos de alquiler, 16 de ellos están localizados en España, con un gasto de alquiler anual de 5.380€ por habitación. La compañía ha retrasado los proyectos que implicaban nuevas construcciones en Cádiz, Tenerife y Marruecos hasta que la actual situación se torne más estable. La inversión programada para dicha expansión representa un total de 132 millones de euros durante los próximos dos años, dedicados en gran parte a la construcción de un complejo hotelero vacacional en Puerto Rico.

Considerando la incorporación de 170 hoteles en los últimos 5 años y la renovación de 70 hoteles en propiedad, el 75% de la planta hotelera es prácticamente nueva. Por lo tanto, no se esperan grandes inversiones para la renovación de hoteles en el futuro más inmediato teniendo margen para disminuir la inversión en mantenimiento de producto. Al mismo tiempo, la "E-transformación" de la compañía está prácticamente concluida, lo que implica que sólo unas pequeñas inversiones asociadas son necesarias y que la compañía ya puede aprovecharse de todas las ventajas de la nueva tecnología implementada en la misma.

Profundizando más aún, y en particular en aquellas zonas que se han visto más afectadas, la compañía continúa racionalizando sus operaciones e incorporando medidas de recorte en el gasto. En este aspecto, hemos recortado los gastos en nuestra sede central, reduciendo el número de directores generales de 14 a 9 así como las correspondientes estructuras bajo los mismos. Además, hemos reorganizado nuestras operaciones en América, las oficinas centrales de Miami y dividido la región en Norte y Sur para utilizar de formas más efectiva nuestra estructura en Brasil. Lo mismo ocurre para Oriente Medio y África, donde hemos concentrado nuestras oficinas en Túnez, eliminando nuestras direcciones generales y oficinas en Marruecos, Egipto, Grecia y Turquía además del equipo responsable del desarrollo en el área. En Europa, hemos trasladado nuestras oficinas de venta de hoteles a edificios de oficinas en aquellos hoteles situados en regiones donde no habían sido todavía integradas.

A nivel operativo se han reducido costes principalmente a través de la dotación de nuevos sistemas internos de control en las áreas de Compras, Comida y Bebida, GSA (garantía de satisfacción del cliente), así como de los programas de animación en los hoteles. La combinación de sistemas internos y la externalización de costes, además del uso de nuevas técnicas como comidas precocinadas, nos permitirá reducir tanto costes en personal como los costes asociados con estas áreas, sin afectar a la calidad del servicio ni a la

satisfacción del cliente. Estimamos que estas medidas representarán una reducción de costes de 30 millones de euros.

La compañía cree que nuestra privilegiada situación en el mercado hotelero español en este período de incertidumbre en otras regiones constituye un elemento diferenciador para nuestro futuro comportamiento respecto a nuestros principales competidores. España está considerada como un destino seguro para el turismo y gozamos de una gran ventaja dado nuestro liderazgo tanto en el segmento vacacional como en el urbano dentro del territorio nacional, de donde procede un 65% de nuestro EBITDA total, donde somos más de 3 veces más grandes que RIU y cuatro veces más que NH.

Saludos,

Jaime Puig de la Bellacasa

Director General de Comunicación y Relaciones Institucionales

## **2. Información de las operaciones.**

### **2.1 Hoteles en propiedad.**

Las cifras de Tryp consolidan globalmente en el 2001. Durante el 2000, Sol Meliá asumió la Cuenta de Pérdidas y Ganancias desde el 1 de julio. Para una mejor comparación, vamos a presentar las compañías de forma separada.

#### **2.1.1- Sol Meliá**

El RevPar en los Hoteles en Propiedad – incluyendo propiedad y alquiler – se ha incrementado un 6% debido principalmente al rendimiento positivo de la División América y los hoteles urbanos en España anteriormente a los hechos acaecidos el 11 de septiembre. El incremento del RevPar hasta septiembre se ha visto diluido por el perjuicio que los atentados han causado al sector turístico

La compañía hace un balance positivo de la temporada de verano, confirmando nuestras previsiones para 2001 hechas hace un año. Las huelgas de las líneas aéreas Iberia y de los conductores de autobús en las Baleares durante el mes de Julio, junto con el negativo impacto de la ecotasa, han reducido la tasa de ocupación durante el tercer trimestre un 3%. El aumento del 6,1% del A.D.R. viene explicado por los aumentos de precios en la mayoría de nuestras áreas vacacionales de España, es decir en Baleares, la Costa del Sol y las Islas Canarias.

Con un incremento acumulado en el RevPar del 5,1%, la División Europa Urbana ha evolucionado satisfactoriamente gracias a los hoteles españoles, sector que lideramos con 15.661 habitaciones y que ha experimentado un incremento en el RevPar del 10%. La media diaria de ingreso por habitación ocupada (ADR) se ha situado en un 17%. Sin embargo, el peor comportamiento de París y Londres especialmente en el tercer trimestre ha diluido el buen rendimiento que se ha dado en España. Aparte del significativo decremento en la ocupación durante el mes de septiembre, Londres se ha visto afectado muy negativamente por la fiebre aftosa. Las remodelaciones en París han durado más de lo previsto. Nuestro hotel está en las últimas fases de su renovación

En la División América, el incremento del 9,1% del RevPar hasta septiembre, originado por la positiva evolución de los hoteles vacacionales en el Caribe y la notable evolución de nuestros hoteles urbanos en México D.F. y Caracas, los cuales han tenido un incremento en la tasa de ocupación de un 25% respecto al año pasado. Desafortunadamente, la positiva evolución pre-septiembre, no será extrapolable a la evolución anual debido al negativo comportamiento de octubre, durante el cual la compañía ha registrado un descenso en las ocupaciones de la división, y las negativas precisiones a corto plazo debidas al peso de los clientes americanos en estos destinos y al rechazo de los europeos a hacer viajes de larga distancia, junto con la disminución de los viajes de convenciones e incentivos, que representan un porcentaje elevado de negocio en esta división.

A continuación presentamos las estadísticas por habitación en los hoteles tanto en alquiler como en propiedad.

**Tabla 1: Estadísticas a nivel de hotel 01/00 sin Tryp (RevPar & A.D.R. en Euros)**

<b>HOTELES EN PROP/ALQUILER</b>	<b>Sept-01/00</b>	<b>% OCUPACIÓN</b>	<b>RevPar</b>	<b>A.D.R.</b>
<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>2.001</b>	81,8%	40,7	49,7
	<b>%o/2.000</b>	<b>-0,7%</b>	<b>5,2%</b>	<b>6,1%</b>
	<b>2.000</b>	82,5%	38,6	46,8
<b>EUROPA URBANA</b>	<b>2.001</b>	66,4%	61,81	93,15
	<b>%o/2.000</b>	<b>-5,8%</b>	<b>5,1%</b>	<b>14,4%</b>
	<b>2.000</b>	72,2%	58,8	81,4
<b>AMERICA</b>	<b>2.001</b>	67,2%	59,0	87,8
	<b>%o/2.000</b>	<b>1,9%</b>	<b>9,1%</b>	<b>6,0%</b>
	<b>2.000</b>	65,3%	54,1	82,8
<b>TOTAL</b>	<b>2.001</b>	74%	50,6	68,0
	<b>%o/2.000</b>	<b>-1,7%</b>	<b>6,1%</b>	<b>8,6%</b>
	<b>2.000</b>	76,1%	47,7	62,6

### **2.1.2.- Hoteles Tryp**

El incremento de RevPar total ha sido del 8,4%, reflejando la buena evolución de los hoteles en España hasta este tercer trimestre de 2001.

En la División Europa Urbana, el incremento en RevPar se explica por el aumento de la ocupación del 12,5% debido a la buena evolución del mercado de hoteles urbanos en España y el incremento de precios que Sol Meliá ha establecido para los hoteles de Tryp por el cambio de segmento de vacacional a negocios-empresa, con el fin de alcanzar las sinergias anuales estimadas. La inclusión de los hoteles Tryp dentro de nuestra Sistema Central de Reservas “SolRes” está dando sus frutos.

En la División Europa Vacacional el incremento del 9,5% en el RevPar se explica tanto por el incremento en ocupación y precios derivados de las relaciones con los Tour Operadores y de la fuerza de ventas en el sector vacacional.

**Tabla2: Estadísticas a nivel de hotel 01/00. Tryp hotels (RevPar & A.D.R. in Euros)**

<b>HOTELES EN PROP/ALQUILER</b>	<b>Sept.-01/00</b>	<b>% OCUPACIÓN</b>	<b>RevPar</b>	<b>A.D.R.</b>
<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>2.001</b>	76,4%	36,2	47,4
	<b>%o/ 2000</b>	4,4%	9,5%	3,2%
	<b>2.000</b>	<b>72,1%</b>	<b>33,1</b>	<b>46,0</b>
<b>EUROPA URBANA</b>	<b>2.001</b>	65,8%	57,9	88,0
	<b>%o/ 2000</b>	-3,4%	7,0%	12,5%
	<b>2.000</b>	69,2%	54,1	78,2
<b>TOTAL</b>	<b>2.001</b>	69,7%	50,0	71,7
	<b>%o/ 2000</b>	-0,7%	8,4%	9,5%
	<b>2.000</b>	<b>70,4%</b>	<b>46,1</b>	<b>65,5</b>



A continuación detallamos las estadísticas de hoteles para todo el grupo (Sol Meliá y Tryp) que serán comparables con las estadísticas de 2002. Las cifras de Tryp en 2000 están incluidas y por ello diluyen las de Sol Meliá debido a menores RevPars en ambas divisiones, reflejo de las potenciales sinergias.

**Tabla 3: Detalle de los ingresos de habitaciones hoteles propios / alquilados 01/00 (Sol Meliá y Tryp)**

<i>HOTELES PROP/ALQUILER</i>	<i>Sept-01/00</i>	<i>% OCUPACIÓN</i>	<i>RevPar</i>	<i>A.D.R.</i>
<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>2,001</b>	80,9%	39,9	49,3
	<b>%o/2,000</b>	<b>-2,1%</b>	<b>3,5%</b>	<b>6,2%</b>
	<b>2,000</b>	83,0%	38,5	46,5
<b>EUROPA URBANA</b>	<b>2,001</b>	66,4%	60,32	90,90
	<b>%o/2,000</b>	<b>-5,3%</b>	<b>3,9%</b>	<b>12,2%</b>
	<b>2,000</b>	71,7%	58,1	81,0
<b>AMÉRICA</b>	<b>2,001</b>	67,2%	59,0	87,8
	<b>%o/2,000</b>	<b>1,9%</b>	<b>9,1%</b>	<b>6,0%</b>
	<b>2,000</b>	65,3%	54,1	82,8
<b>TOTAL</b>	<b>2,001</b>	73%	50,3	68,5
	<b>%o/2,000</b>	<b>-2,7%</b>	<b>5,7%</b>	<b>9,7%</b>
	<b>2,000</b>	76,2%	47,6	62,5

A continuación desglosamos los componentes de crecimiento en ingresos por habitación de los hoteles en propiedad y gestión para toda la compañía. Los incrementos en RevPar y en habitaciones disponibles, derivados de la adquisición de Tryp, explican el incremento de los Ingresos por Habitación en las dos divisiones Europeas.

**Tabla 4: Detalle de los ingresos de habitaciones hoteles propios / alquilados 01/00 (Sol Meliá y Tryp)**

<b>% Incremento sept-01/00</b>	<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>EUROPA URBANA</b>	<b>AMERICA</b>	<b>TOTAL</b>
<b>RevPar</b>	3,5%	3,9%	9,1%	5,7%
<b>Habitaciones disponibles</b>	11,4%	37,9%	-8,9%	16,0%
<b>Ingresos de habitaciones</b>	15,3%	43,2%	1,2%	23,6%

El efecto de Tryp es más evidente en la División Europa Urbana, debido a la cantidad de hoteles urbanos de esta compañía. La disminución de habitaciones disponibles en la División América se origina por la venta de un complejo vacacional de 750 habitaciones en la República Dominicana, el Meliá Bávaro. Cabe destacar que el incremento en RevPar en la División América ha compensado la negativa aportación de la operación Meliá Bávaro en lo que a ingresos por habitación se refiere.

**Tabla 5: Detalles de ingresos hoteleros 01/00 para hoteles propios alquilados (Sol Meliá y Tryp).**

<b>Sept.-01/00</b> <b>(Millones Euro)</b>	<b>E.VACAC.</b>			<b>E.URBANA</b>			<b>AMERICA</b>			<b>TOTAL</b>		
	<b>01</b>	<b>%o/00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>%o/00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>%o/00</b>	<b>00</b>	<b>01</b>	<b>%o/00</b>	<b>00</b>
HABITACIONES	165	15%	143	201	43%	140	71	1,2%	70	437	24%	353
C y B	92	12%	82	63	36%	46	61	2%	60	216	15%	189
OTROS INGRESOS	14	12%	12	16	20%	13	16	11%	15	46	14%	40
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>271</b>	<b>14%</b>	<b>238</b>	<b>280</b>	<b>40%</b>	<b>200</b>	<b>148</b>	<b>2%</b>	<b>145</b>	<b>698,7</b>	<b>20%</b>	<b>582</b>

Este incremento de ingresos tan importante está explicado por la incorporación de Tryp en las divisiones Europeas

## 2.2. Hoteles en gestión.

Los fees de gestión han crecido un 11,5% principalmente debido a un 21,9% de incremento en los fees procedentes de la División Europa Vacacional durante 2001, especialmente en el tercer trimestre. El rendimiento dado por los hoteles en Croacia es responsable, en gran medida de dicho incremento.

El incremento del 5,4% de los fees de gestión en los hoteles de Europa Urbana se ha conseguido gracias a la positiva evolución de los hoteles urbanos en España. Sin embargo, el impacto sobre el negocio urbano durante el mes de septiembre ha empeorado el crecimiento acumulado.

El mismo efecto ha sufrido la División América, donde el negativo rendimiento durante el mes de septiembre ha deteriorado la evolución en el crecimiento.

Respecto a la División Cuba, la compañía ha sufrido una reducción en los fees sobre el beneficio de explotación del 10,3%. Sin embargo ha visto aumentados sus fees de gestión en un 22,6%.

La División Asia-Pacífico ha sufrido una disminución en los fees de gestión debido a que uno de los hoteles de Tailandia ha causado baja.

**Tabla 6: Fees de gestión de hoteles gestionados para terceros.**

Ingresos por Fees (millones de Euros)		Sep-01	Incr. 01/00	Sep-00
EUROPA VACACIONAL	S/Ventas	5,7	20,5%	4,8
	S/G.O.P.	2,7	25,2%	2,2
		<b>8,5</b>	<b>21,9%</b>	<b>6,9</b>
EUROPA URBANO	S/Ventas	4,7	6,3%	4,5
	S/G.O.P.	1,7	3,1%	1,6
		<b>6,4</b>	<b>5,4%</b>	<b>6,1</b>
AMÉRICA	S/Ventas	3,0	7,9%	2,8
	S/G.O.P.	3,1	-0,5%	3,1
		<b>6,0</b>	<b>3,5%</b>	<b>5,8</b>
ASIA-PACÍFICO	S/Ventas	1,4	-7,0%	1,5
	S/G.O.P.	1,5	5,4%	1,4
		<b>2,9</b>	<b>-0,8%</b>	<b>2,9</b>
CUBA	S/Ventas	8,1	38,9%	5,8
	S/G.O.P.	2,6	-10,3%	2,9
		<b>10,7</b>	<b>22,6%</b>	<b>8,7</b>
TOTAL BÁSICO		22,9	18,8%	19,3
TOTAL INCENTIVO		11,6	3,2%	11,2
<b>TOTAL</b>		<b>34,5</b>	<b>13,1%</b>	<b>30,5</b>

### **3. Cuenta de Pérdidas y Ganancias**

---

Para el estudio de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, conviene tener en cuenta que los hoteles Tryp se consolidan desde el 1 de julio de 2000, lo cual diluye los incrementos obtenidos en la primera mitad del año.

#### **■ Ingresos**

Los ingresos totales han crecido un 18,1%. Los ingresos por hotel han aumentado en un 20%.

#### **■ Gastos Operativos**

Los gastos de alquiler se han incrementado sustancialmente debido a la incorporación de Hoteles Tryp, cuyos hoteles son mayoritariamente en régimen de alquiler.

Los gastos de personal se han incrementado un 21,2%. El incremento de esta magnitud en bases comparables aumenta en un 8,5%.

El coste de la e-transformación representa 5 millones de Euros

#### **■ EBITDA/R**

El EBITDAR - EBITDA sin incluir alquileres- ha aumentado un 15,7%, debido al positivo rendimiento de España.

Si la compañía no hubiera reducido su capacidad en Latinoamérica y las Islas Canarias –Meliá Bávaro, Sol Las Olas, Sol Inn Bardinós y Apartamentos Punta Elena- en comparación con el año pasado el EBITDAR hubiera crecido un 18,5%.

El EBITDA se ha incrementado en un 9,6%. Excluyendo la pérdida de capacidad en la República Dominicana y el Archipiélago Canario, esta cifra hubiese aumentado en un 12,4%.

#### **■ Beneficio Neto**

El beneficio neto ha descendido un 9,8% debido a los 25,5 millones de Euros que se ingresaron el año pasado en Junio de 2000 como consecuencia de la venta de activos. Excluyendo dichos ingresos, el beneficio neto hubiera aumentado un 11,4%

El gasto de interés neto ha aumentado en 8,8 millones de Euros debido a la emisión de 340 millones de euros en bonos, enmarcado en el programa de EMTN's, para la financiación de la adquisición de Tryp.

El Beneficio de sociedades puestas en equivalencia incluye las cuentas de Meliá Viajes que se espera que entre en beneficios a partir de 2.003.

El gasto en amortizaciones ha crecido en 9,7 millones de Euros debido al incremento de activos, a consecuencia de las reformas y el periodo de amortización de 5 años de las inversiones en e-transformación. El impacto del ajuste de la inflación en Latinoamérica es de 10,1 millones de Euros.

El beneficio extraordinario se explica por 7,5 millones de Euros en plusvalías generadas por la venta de acciones de AOL Avant. El ajuste por inflación en Latinoamérica a esta partida es de 4,8 millones de Euros.

La tasa impositiva aplicada es del 15%, que es especialmente baja debido al impacto fiscal positivo de los 363 millones de Euros de Fondo de Comercio generados en la operación de Tryp.

**Tabla 7 : Cuenta de Perdas y Ganancias Consolidada de Sol Meliá**

<b>(Millones de Euros)</b>	<b>Sept. 01</b>	<b>Sept. 00</b>	<b>% incr,</b>
Ingresos de Hoteles	698,7	582,0	20,05%
Fees gestión	34,5	30,5	13,11%
Otros ingresos	62,2	60,7	2,47%
<b>Total ingresos</b>	<b>795,3</b>	<b>673,2</b>	<b>18,1%</b>
Consumos	(99,3)	(83,5)	
Gastos de personal	(244,3)	(201,5)	
Provisiones	(2,8)	(2,8)	
Gastos de alquiler	(29,6)	(14,4)	
Otros gastos operativos	(188,3)	(160,0)	
<b>Total gastos operativos</b>	<b>(564,3)</b>	<b>(462,3)</b>	<b>22,1%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>231,1</b>	<b>210,9</b>	<b>9,6%</b>
<b>EBITDAR</b>	<b>260,6</b>	<b>225,3</b>	<b>15,7%</b>
Beneficio/Perdida soc. equivalencia	(2,3)	0,1	
Intereses netos	(53,6)	(37,6)	
Diferencias de cambio	(0,4)	3,6	
<b>Resultado financiero</b>	<b>(54,0)</b>	<b>(34,0)</b>	<b>58,82%</b>
Amortizaciones	(70,5)	(60,8)	15,95%
Amortización del fondo e comercio	(2,1)	(3,4)	-38,23%
<b>Beneficio/(Perdida) de actividades ordinarias</b>	<b>102,1</b>	<b>112,8</b>	<b>-9,5%</b>
Resultado extraordinario	<b>12,5</b>	<b>29,6</b>	<b>-57,8%</b>
<b>Resultado antes de impuestos y minoritarios</b>	<b>114,7</b>	<b>142,5</b>	<b>-19,5%</b>
Impuestos	(16,8)	(32,8)	
<b>Resultado neto</b>	<b>97,9</b>	<b>109,7</b>	<b>-10,8%</b>
Minoritarios	(3,2)	(4,8)	
<b>Beneficio/(perdida) atrib. a la soc. dominante</b>	<b>94,7</b>	<b>104,9</b>	<b>-9,8%</b>
<b>CASH FLOW DE LAS OPERACIONES</b>	<b>163,5</b>	<b>143,4</b>	<b>14,0%</b>

## 4. Balance de Situación

---

### ■ Activo

---

En lo referido a Activos Inmateriales Netos, se ha producido un cambio, por valor de 363 millones de Euros, de la cuenta “Fondo de Comercio de sociedades consolidadas” a la cuenta “Bienes y Derechos Inmateriales” procedentes de la ya concluida absorción de Tryp. Este fondo de comercio derivado de la adquisición de Tryp será amortizado con cargo a reservas a final del ejercicio.

### ■ Pasivo

---

La partida “Emisión de obligaciones y otros valores negociables” se ha incrementado en 25 millones de Euros debido a una emisión privada de bonos dentro del programa de EMTN’s. Los bonos a corto plazo han sustituido a diversas líneas de crédito. Adicionalmente, 63 millones de Euros de deuda a corto plazo han sido refinanciadas mediante deuda a largo.

Estas medidas no aumentan nuestra deuda neta total y, a su vez, refuerzan nuestra estructura en deuda a través de una reducción en los tipos de interés medios. El valor de los créditos hipotecarios representa un 12,4% del total de nuestros activos.

**Tabla 8: Balance de Situación Consolidado (millones de Euros)**

<b>ACTIVO</b>	<b>Sep 01</b>	<b>Jun 01</b>	<b>%</b>
Tesorería	93,1	100,5	
Deudas de empresas puestas en equivalencia	18,8	7,4	
Existencias	40,4	37,8	
Clientes por ventas y prestación de servicios	165,8	161,9	
Otros deudores	69,7	96,4	
Provisiones	(19,8)	(21,6)	
Cartera de valores a C/P	3,7	23,7	
Créditos de empresas puestas en equivalencia	2,6	0,3	
Otros créditos	6,3	24,3	
Ajustes por periodificación	1,3	6,3	
Acciones propias	15,4	7,9	
<b>TOTAL ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>397,3</b>	<b>444,8</b>	<b>-11%</b>
Fondo de comercio de sociedades consolidadas	30,0	393,3	
Fondo de comercio de soc. puestas en equivalencia	1,9	1,9	
Bienes y derechos inmateriales	728,9	365,6	
Amort. y prov. de bienes y derechos inmateriales	(28,3)	(29,3)	
<b>Total activo inmaterial neto</b>	<b>732,4</b>	<b>731,4</b>	<b>0%</b>
Terrenos y construcciones	1.729,5	1.807,2	
Instalaciones técnicas y maquinaria	217,3	209,9	
Otros activos fijos	357,1	355,2	
Amortizaciones y provisiones de Inmovilizado material	(585,2)	(585,5)	
<b>Activo fijo neto</b>	<b>1.718,7</b>	<b>1.786,8</b>	<b>-4%</b>
Participaciones en empresas puestas en equivalencia	18,3	19,5	
Créditos a sociedades puestas en equivalencia	19,5	3,9	
Cartera de valores de L/P	120,8	109,6	
Otros créditos	48,8	52,4	
Provisiones	(3,5)	(14,6)	
<b>Inmovilizaciones financieras</b>	<b>204,0</b>	<b>170,8</b>	<b>19%</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>3.052,5</b>	<b>2.689,0</b>	<b>14%</b>
Gastos diferidos	23,9	23,5	
Gastos de establecimiento	23,8	20,7	
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>3.100,2</b>	<b>3.178,0</b>	<b>-2%</b>

**Tabla 8: Balance de Situación Consolidado (continuación)**

<b>PASIVO</b>	<b>Sep 01</b>	<b>Jun 01</b>	<b>%</b>
Emisión de obligaciones y otros valores negociables	64,0	34,9	
Deudas con entidades de crédito a C/P	100,3	199,9	
Deudas con sociedades puestas en equivalencia C/P	0,8	20,1	
Acreeedores comerciales	137,8	153,9	
Otras deudas no comerciales	125,3	120,2	
Cobros anticipados	3,7	3,8	
Provisiones de explotación	0,0	0,0	
<b>TOTAL PASIVO CIRCULANTE</b>	<b>431,8</b>	<b>532,8</b>	<b>-19%</b>
Emisión de obligaciones y otros valores negociables	549,8	548,6	
Deudas con entidades de crédito L/P	468,7	405,4	
Deudas con sociedades puestas en equivalencia L/P	0,0	0,0	
Otros acreedores L/P	72,2	76,5	
<b>TOTAL ACREEDOES A L/P</b>	<b>1,090,7</b>	<b>1,030,5</b>	<b>6%</b>
Capital suscrito	37,0	37,0	
Prima de emisión	796,1	796,1	
Reservas distribuibles	31,1	31,1	
Reservas en sociedades en integración global	300,3	295,2	
Reservas en sociedades puestas en equivalencia	3,1	3,0	
Reservas de revalorización R.D.L. 7/96	48,3	48,3	
Reservas no distribuibles	58,6	57,5	
Resultados de ejercicios anteriores	0,0	0,0	
Diferencias de conversión de soc. consolidadas (IG/IP)	45,1	113,3	
Diferencia de conversión de soc. puest. en equivalencia	(0,1)	(0,0)	
Pérdidas y Ganancias de sociedad dominante	97,9	56,0	
Pérdidas y ganancias de socios externos	(3,2)	(3,3)	
Dividendo Provisional	0,0	0,0	
<b>TOTAL FONDOS PROPIOS</b>	<b>1,414,1</b>	<b>1,434,1</b>	<b>-1%</b>
Dif. Negativas De consolidación de soc (IG/IP)	22,3	22,3	
Reservas de consolidación sociedades participadas	0,2	0,2	
Ingreso diferido	19,6	31,9	
Provisiones para riesgos y gastos	56,7	57,8	
INTERESES MINORITARIOS	64,6	68,4	
<b>TOTAL GENERAL PASIVO</b>	<b>3,100,2</b>	<b>3,178,0</b>	<b>-2%</b>



**Tabla 9. Ratios de liquidez**

		<b>Sep-01</b>	<b>Jun-01</b>
<b>A. LIQUIDEZ A CORTO PLAZO</b>			
RATIO DE LIQUIDEZ	Activo Circulante/Pasivo Circulante.	0,92	0,83
	Cash Flow de las operaciones/Gast. Financieros	3,04	3,2
<hr/>			
<b>B. LIQUIDEZ A LARGO PLAZO</b>			
RATIO APALANCAMIENTO	Deuda neta/Fondos propios	73,7%	72,43%
DEUDA RESPECTO F.P.	Total pasivo/Pasivo+Fondos propios	49,1%	49,19%
DEUDA NETA RESPECTO C.B.	7 Nov 01	75,6%	58,0%

## 5. Expansión

A continuación se presenta la descripción de la cartera de hoteles de Sol Meliá a 30 de Junio de 2.001.

**Tabla 10. Plan de Expansión.**

PROPIED.&ALQUILER	01/01/2.001		INCORP.		PÉRDIDAS		CAMBIOS		30/09/2.001		FIRMADOS		TOTAL GRUPO	
	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R
<b>EUROPA URBANA</b>	<b>76</b>	<b>12.247</b>	<b>4</b>	<b>634</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>80</b>	<b>12.881</b>	<b>17</b>	<b>2.418</b>	<b>97</b>	<b>15.299</b>
Hoteles en Propiedad	36	6.894	2	363	0	0	0	0	38	7.257	1	77	39	7.334
Hoteles en Alquiler	40	5.353	2	271	0	0	0	0	42	5.624	16	2.341	58	7.965
<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>63</b>	<b>17.492</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63</b>	<b>17.492</b>	<b>5</b>	<b>1.722</b>	<b>68</b>	<b>19.214</b>
Hoteles en Propiedad	42	13.016	0	0	0	0	0	0	42	13.016	2	1.012	44	14.028
Hoteles en Alquiler	21	4.476	0	0	0	0	0	0	21	4.476	3	710	24	5.186
<b>AMÉRICA (propiedad)</b>	<b>13</b>	<b>4.857</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>4.857</b>	<b>1</b>	<b>500</b>	<b>14</b>	<b>5.357</b>
<b>TOTAL PROPIEDAD</b>	<b>91</b>	<b>24.767</b>	<b>2</b>	<b>363</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>93</b>	<b>25.130</b>	<b>4</b>	<b>1.589</b>	<b>97</b>	<b>26.719</b>
<b>TOTAL ALQUILER</b>	<b>61</b>	<b>9.829</b>	<b>2</b>	<b>271</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>63</b>	<b>10.100</b>	<b>19</b>	<b>3.051</b>	<b>82</b>	<b>13.151</b>
<b>TOTAL ALQUILER</b>	<b>152</b>	<b>34.596</b>	<b>4</b>	<b>634</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>156</b>	<b>35.230</b>	<b>23</b>	<b>4.640</b>	<b>179</b>	<b>39.870</b>

GESTIONADOS		01/01/2.001		INCORP.		PÉRDIDAS		CAMBIOS		30/09/2.001		FIRMADOS		TOTAL GRUPO	
		H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R
<b>EUROPA URBANA</b>	<b>M</b>	30	4.529	3	283	1	44	0	0	32	4.768	5	634	37	5.402
	<b>F</b>	24	2.825	1	111	3	427	0	0	22	2.509	1	215	23	2.724
<b>EUROPA VACACIONAL</b>	<b>M</b>	49	18.033	8	1.432	0	0	0	0	57	19.465	12	3.403	69	22.868
	<b>F</b>	17	5.302	0	0	0	0	0	0	17	5.302	1	300	18	5.602
<b>AMÉRICA</b>	<b>M</b>	23	4.344	4	884	1	70	0	0	26	5.158	21	4.960	47	10.118
	<b>F</b>	10	1.369	0	0	0	5	0	0	10	1.364	0	0	10	1.364
<b>ASIA-PACÍFICO</b>	<b>M</b>	10	3.559	0	0	0	0	0	0	10	3.559	0	0	10	3.559
	<b>F</b>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CUBA</b>	<b>M</b>	20	7.385	1	591	0	0	0	0	21	7.976	5	2.091	26	10.067
<b>SUBTOTAL</b>	<b>M</b>	132	37.850	16	3.190	2	114	0	0	146	40.926	43	11.088	189	52.014
	<b>F</b>	51	9.496	1	111	3	432	0	0	49	9.175	2	515	51	9.690
<b>TOTAL</b>		<b>183</b>	<b>47.346</b>	<b>17</b>	<b>3.301</b>	<b>5</b>	<b>546</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>195</b>	<b>50.101</b>	<b>45</b>	<b>11.603</b>	<b>240</b>	<b>61.704</b>
<b>TOTAL GRUPO</b>		<b>335</b>	<b>81.942</b>	<b>21</b>	<b>3.935</b>	<b>5</b>	<b>546</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>351</b>	<b>85.331</b>	<b>68</b>	<b>16.243</b>	<b>419</b>	<b>101.574</b>

El número de hoteles en propiedad ha aumentado tras las recientes incorporaciones del Meliá Milano, en Italia, y el Meliá Trujillo en España. Dos nuevos hoteles en régimen de alquiler se han añadido a nuestra cartera: el Tryp Sondika, en Bilbao (España) y el Tryp Verona (Italia).

En la División Europa Urbana, la compañía ha aumentado su capacidad en Madrid, Segovia y Zamora. Además, hay que contar con una nueva incorporación en Frankfurt. En esta división, han causado baja tres hoteles en franquicia, dos en Marruecos, uno en Francia y otro en Valencia.

En la División Europa Vacacional se han incorporado cuatro hoteles en gestión en Marruecos. Los otros tres están situados en territorio nacional.

En la División América han empezado a operar cuatro nuevos hoteles en Brasil bajo régimen de gestión. Además, un hotel en régimen de gestión ha sido incorporado en Varadero (Cuba).

**Tabla 11. Resumen del plan de expansión**

	HOTELES	HABITACIONES
<b>01/01/2.001</b>	<b>335</b>	<b>81.942</b>
ADICIONES	21	3.939
PÉRDIDAS	5	546
<b>30/09/2.001</b>	<b>351</b>	<b>85.335</b>
FIRMADOS	68	16.243
NEGOCIACIÓN	27	7.823

**Tabla 12. Proyectos firmados en propiedad o alquiler:**

	2001		2002		2003		TOTAL	
	H	R	H	R	H	R	H	R
	<b>EUROPA URBANA</b>							
<b>España</b>	3	231	7	1.150	4	480	14	1.861
<b>Italia</b>	-	-	-	-	1	140	1	140
<b>Alemania</b>	-	-	1	231	-	-	1	231
<b>Túnez</b>	-	-	-	-	1	186	1	186
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>231</b>	<b>8</b>	<b>1.381</b>	<b>6</b>	<b>806</b>	<b>17</b>	<b>2.418</b>
	<b>EUROPA VACACIONAL</b>							
<b>España</b>	-	-	2	330	3	1.392	5	1.722
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>330</b>	<b>3</b>	<b>1.392</b>	<b>5</b>	<b>1.722</b>
	<b>AMÉRICA</b>							
<b>Puerto Rico</b>	-	-	1	500	-	-	1	500
<b>SUB-TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>500</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>231</b>	<b>11</b>	<b>2.211</b>	<b>9</b>	<b>2.198</b>	<b>23</b>	<b>4.640</b>

*Nota: los proyectos retrasados que requieren nuevas construcciones representan 1.012 habitaciones que han sido incluidas en el año 2.003.*

**Tabla 13. Proyectos bajo negociación:**

	HOTELES	HABITACIONES
<b>Europa Urbana</b>	19	4.453
<b>Europa Vacacional</b>	8	3.370
<b>TOTAL</b>	<b>27</b>	<b>7.069</b>

Estos proyectos serán incorporados bajo contratos de gestión o alquiler en una proporción del 70% y 30% respectivamente.

Creemos que alguno de nuestros hoteles bajo contratos de gestión o franquicia serán dados de baja el próximo año si se encuentran en regiones sin influencia, o zonas conflictivas, así como en el caso de que perjudiquen a la imagen de la compañía. Esto tendrá un impacto menor, el cual estimamos en 2 millones de Euros provenientes de fees de management.