

**INFORMACIÓN TRIMESTRAL**  
**(DECLARACIÓN INTERMEDIA O INFORME FINANCIERO TRIMESTRAL):**

TRIMESTRE : **Primero**

AÑO: **2009**

FECHA DE CIERRE DEL PERIODO : **31/03/2009**

**I. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR**

<b>Denominación Social:</b>	SOL MELIA, S.A.
-----------------------------	-----------------

<b>Domicilio Social:</b>	C/ Gremio Toneleros, 24	<b>C.I.F.:</b>
		A-78304516

**II. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LA INFORMACIÓN REGULADA PREVIAMENTE PUBLICADA**

*Explicación de las principales modificaciones respecto a la información periódica previamente publicada: (sólo se cumplimentará en el caso de producirse modificaciones)*

### III. DECLARACIÓN INTERMEDIA

Contiene



Información adicional  
en fichero adjunto

Sol Meliá presenta hoy sus Resultados correspondientes al primer trimestre de 2009. La cuenta de resultados acusa la debilidad de la demanda y contrasta además con el primer trimestre de 2008, periodo en el que la intensidad del impacto de la crisis sobre el sector turístico era todavía moderada.

Los ingresos entre enero y marzo ascendieron a 266,7 millones de euros, un 9,6% menos que en el mismo periodo del año anterior, mientras que el EBITDA descendió un 37,4% en el mismo periodo de cómputo, pasando de 62,9 a 39.4 millones de euros. A su vez, la comparativa muestra cómo el Beneficio Neto descendió un 97,5%, ofreciendo un resultado positivo de 0,5 millones.

La caída de la actividad, más acusada en el segmento corporativo, y la reducción de la duración y el gasto medio de las estancias para el segmento vacacional han motivado igualmente, junto a la falta de visibilidad imputable a la generalización de las reservas de último minuto, un descenso del 14.2% del RevPAR.

Lo más positivo que muestra el periodo es la notable mejora en los Resultados Financieros, que pese al endurecimiento en las condiciones de los mercados, se cifra en un 28,2% gracias a la bajada del Euribor; igualmente, Sol Meliá reporta la firma de un préstamo sindicado por importe de 80 millones de euros, que sumado a un crédito hipotecario por 20 millones, colocan a la Compañía en una confortable situación de liquidez para afrontar sus compromisos de deuda para 2009 y 2010.

#### PLAN DE CONTINGENCIA 2009

Ante la debilidad e incertidumbre del entorno, Sol Meliá concentra todos sus recursos y experiencia en el desarrollo de un Plan de Contingencia que, potenciando fortalezas internas tales como la disciplina de costes ó su solidez financiera, permita a la empresa fortalecerse competitivamente de cara a la salida de la crisis. Cuatro son los Ejes de Actuación en torno a los que gira este plan: Incremento de Ingresos, racionalización de Costes, Gestión de Riesgos y Equilibrio financiero y de caja.

1)En cuanto al primero de los Ejes, Ingresos, Sol Meliá ha establecido Objetivos relacionados con la eficiencia de ventas, la gestión de los mercados emisores y la consolidación de las relaciones tanto con el cliente directo como con los intermediarios comerciales clave. Cabe destacar el doble foco de este Programa, que distingue los "ingresos por habitación" de los "otros ingresos".

2)En relación con la optimización de Costes, como ya informamos el trimestre pasado, Sol Meliá prevé que las medidas implementadas a nivel de Unidades de Negocio y oficinas Corporativas tengan un importante impacto en ahorros, que alcanzarán los 55.6 millones de euros. Como corresponde a una Compañía de servicios orientada al cliente, todas las iniciativas de racionalización de gasto aprobadas en este capítulo conllevan la exigente condición de no afectar a la experiencia del cliente en los establecimientos (cost to serve). Así, Sol Meliá ha conseguido ahorros significativos vía-generación de eficiencias internas y re-negociación de contratos y compras, entre otras fórmulas que no afectan a la integridad de dicha experiencia.

3)El tercer Eje de Actuación enmarca todas las iniciativas dirigidas por la Compañía hacia una proactiva gestión de Riesgos: Sol Meliá trabaja así en la adaptación del mapa de Riesgos a la presente situación de los mercados, y aunque ninguna de las numerosas quiebras vividas en el sector de la distribución, tour-operación ó líneas aéreas ha impactado de manera apreciable a la Compañía, la hotelera ha desarrollado un conjunto de acciones preventivas dirigidas a evitar la morosidad, mantener en márgenes aceptables el periodo medio de cobro, y activar las coberturas de seguros en general.

4) Por último, Sol Meliá considera prioritario salvaguardar el equilibrio de su balance y flujos de caja, por lo que ha desarrollado una batería de iniciativas relacionadas con la financiación y condiciones de la misma. Las iniciativas encuadradas en este Eje de Actuación han dado como resultado una mejora en la estructura de la deuda de la Compañía, una mejora en el esquema de amortización de la misma, y una plena tranquilidad en cuanto a la liquidez para 2009 y 2010. Por lo que se refiere a las inversiones, Sol Meliá mantendrá su objetivo de no sobrepasar los 90 millones de euros de inversión en 2009, primordialmente orientada al mantenimiento de sus hoteles en condiciones óptimas. La inversión nueva por expansión o crecimiento del portfolio será inapreciable, pues Sol Meliá ya ha anunciado que las futuras incorporaciones de Hoteles serán realizadas bajo fórmulas poco intensivas en capital, tales como los contratos de Gestión, Alquiler ó Franquicia.

#### CRECIMIENTO Y PREVISIONES

Igualmente la Compañía quiere resaltar la continuidad y consistencia de su política de expansión, pues en los primeros meses de 2009 ha firmado ya la incorporación de 6 hoteles ( 1.331 habitaciones) , el 88% de las cuales lo hacen bajo un Contrato de Gestión, y el 12% restante en régimen de alquiler. Destaca la firma del "Hotel de la Reconquista", de Oviedo, uno de los establecimientos más renombrados y emblemáticos de la hotelería española, cuya gestión se ha concedido en dura competencia con primeras marcas de todo el mundo que aspiraban a gestionarlo. Para Sol Meliá, esta adjudicación es símbolo de la importancia que tiene la estrategia de revalorizar las Marcas de su portfolio, un importante activo para su crecimiento cuantitativo y cualitativo.

En conjunto, la empresa trabaja en la futura incorporación de 19 hoteles, 6 de los cuales se prevé que lo hagan durante 2009, sumando 2.073 nuevas habitaciones a su portfolio.

(1) Si la sociedad opta por publicar un informe financiero trimestral que contenga toda la información que se requiere en el apartado D) de las instrucciones de este modelo, no necesitará adicionalmente publicar la declaración intermedia de gestión correspondiente al mismo período, cuya información mínima se establece en el apartado C) de las instrucciones.

**IV. INFORME FINANCIERO TRIMESTRAL**