

Noviembre, 1998

## **LOS BENEFICIOS NETOS DE SOL MELIÁ AUMENTAN UN 20,9% AL CIERRE DEL TERCER TRIMESTRE.**

**La compañía de gestión hotelera ha añadido a su estructura 42 nuevos establecimientos desde principios de año e incorporará 6 antes del final de 1998.**

Durante los nueve meses del año en curso, coincidiendo con el término de la temporada estival, la compañía española de gestión hotelera Sol Meliá ha obtenido unos beneficios netos de 4.992 millones de pesetas, un 20,9% de incremento respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

El total de ingresos percibidos en los nueve primeros meses de 1998, correspondiente a la gestión de sus 243 hoteles, ha ascendido a 11.013 millones de pesetas, equivalente a un aumento del 13,1% en relación al mismo periodo de 1997.

La fuerte diversificación de la oferta de la compañía, con un 42% de establecimientos de ciudad y un 58% de vacacionales, así como su distribución geográfica en 25 países de 4 continentes, junto a la continua incorporación de oferta hotelera a la misma, permiten alcanzar las previsiones realizadas para este periodo y el objetivo del 20% de crecimiento del beneficio por acción estimado para el ejercicio.

En este sentido, el buen comportamiento de los mercados correspondientes a las divisiones de Europa Vacacional y Europa Urbana, con un 75% de la oferta total de establecimientos de la compañía, junto al rendimiento de la división de Cuba y el mantenimiento de la división América, han permitido compensar la bajada registrada en Asia.

En el transcurso de los tres trimestres del año, Sol Meliá ha abierto 42 nuevos hoteles, con una oferta de 15.449 habitaciones añadidas, alcanzando así la cifra total de 65.084 estancias repartidas en 25 países. Junto a estas incorporaciones, la compañía ha firmado contratos para integrar a su estructura 6 nuevos hoteles antes de que finalice 1998.

Asimismo, Sol Meliá dispone de contratos firmados para añadir 32 hoteles adicionales en los próximos 2 años, y cuenta con otros 33 en avanzado estado de negociación, con independencia de los que se consigan en el futuro.

En otro orden de cosas, la compañía acaba de firmar la creación del nuevo gran operador español, Viva Tours, junto a Iberia y otras empresas



españolas del sector, donde participará con un 22% de la sociedad. Además, Sol Meliá llegó a importantes acuerdos de comercialización y marketing con las líneas aéreas: American Airlines, Portugalia Líneas Aéreas, Continental Airlines y Lanchile.

---

---