

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL, S.A. (la “**Sociedad**”), en cumplimiento de lo establecido en la Ley del Mercado de Valores, pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores la siguiente:

INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

El Consejo de Administración de la Sociedad, celebrado el día 26 de febrero de 2020, ha adoptado, entre otros y por unanimidad, los siguientes acuerdos:

1. Formular las Cuentas Anuales (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de cambios en el patrimonio neto, Estado de flujos de efectivo y Memoria) e Informes de Gestión (incluido el IAGC y el Estado de Información No Financiera) de Meliá Hotels International S.A. a nivel individual y de su Grupo Consolidado, todo ello correspondiente al ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2019. Esta información, junto con los respectivos informes de auditoría, estarán disponibles en la página web corporativa [www.meliahotelsinternational.com]
2. Aprobar el Informe Anual sobre Remuneraciones de los miembros del Consejo de Administración (IRC) del ejercicio cerrado al 31 de diciembre de 2019. Dicho Informe estará asimismo disponible en la página web corporativa.
3. Tomar nota y razón del nombramiento y toma de posesión del Sr. Consejero Externo Independiente, D. Fernando d’Ornellas Silva, como Presidente de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
4. Nombrar a la Consejera Externa Independiente Dña. Carina Szpilka Lázaro, Vocal de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, a propuesta de dicha Comisión.

En consecuencia, tras el cambio de presidencia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y nombramientos habidos, la composición de la misma es la siguiente:

- Presidente: D. Fernando d’Ornellas Silva.
- Vocal: Dña. M^a Antonia Escarrer Jaume, representante persona física de Hoteles Mallorquines Consolidados S.L.
- Vocal: D. Francisco Javier Campo García
- Vocal: D. Luís María Díaz de Bustamante y Terminel.
- Vocal: Dña. Carina Szpilka Lázaro.

5. Tomar nota y razón del nombramiento del Sr. Consejero Externo Independiente, D. Francisco Javier Campo García, como Presidente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, con efectos de a la finalización del Consejo.
6. Nombrar a la Consejera Externa Independiente Dña. Cristina Henríquez de Luna Basagoiti, Vocal de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

En consecuencia, tras los acuerdos anteriores, la composición de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, es la siguiente:

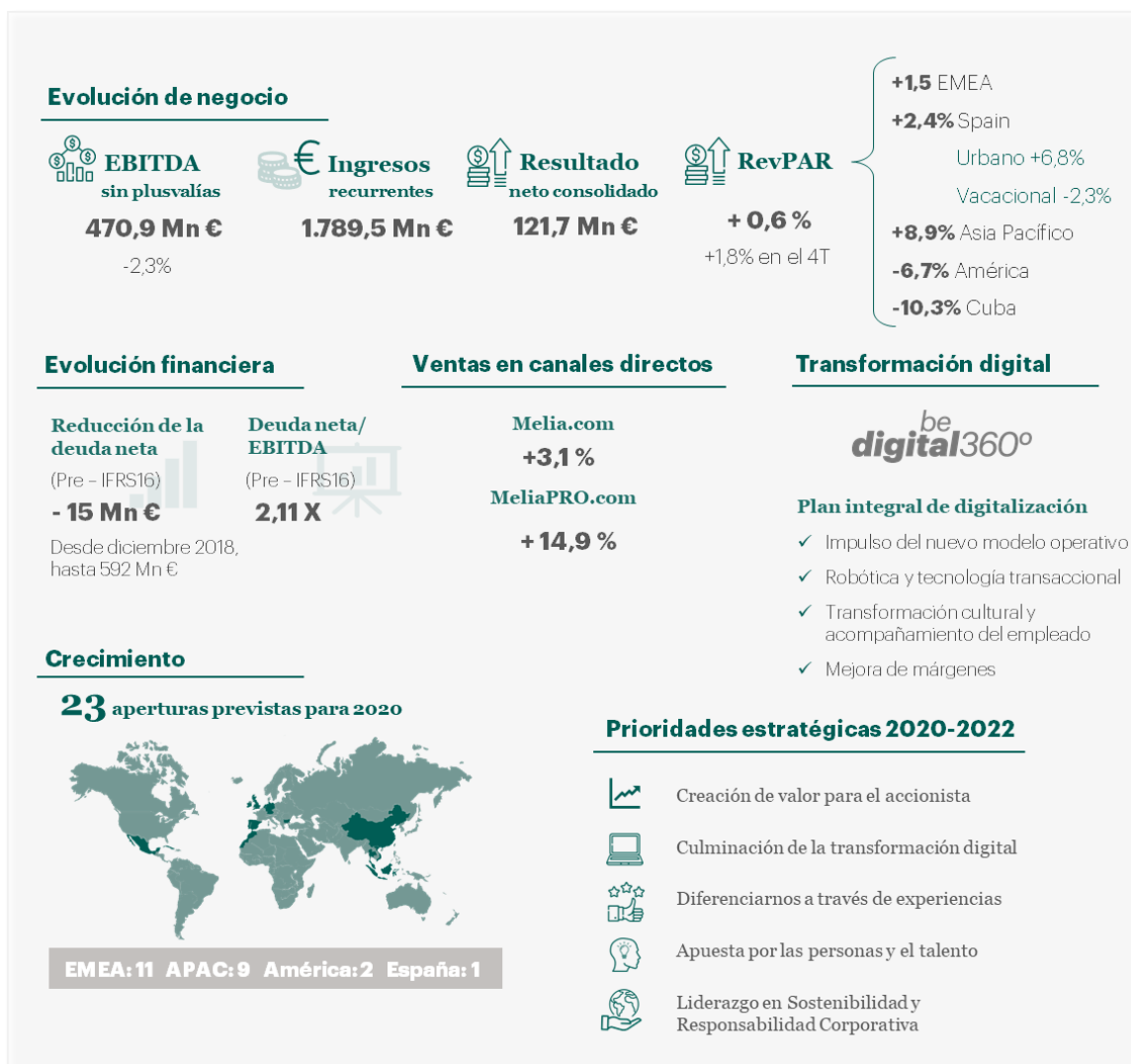
- Presidente: D. Francisco Javier Campo García.
- Vocal: D. Juan Arena de la Mora.
- Vocal: D. Fernando d'Ornellas Silva.
- Vocal: Dña. Carina Szpilka Lázaro
- Vocal: Dña. Cristina Henríquez de Luna Basagoiti.

Se acompaña Nota de Prensa e Informe de Resultados

En Palma (Mallorca), a 26 de febrero de 2020
Meliá Hotels International, S.A.

Meliá obtiene un Ebitda sin plusvalías de 470,9 M€ y un resultado neto de 121,7 M€, influido por los menores extraordinarios respecto al 2018

El Grupo destaca la inusual coincidencia de eventos, que tuvieron lugar en 2019, como la campaña *fake* promovida por algunos medios y que afectó a la reputación como destino de la República Dominicana, la invasión del alga sargazo en México, o la caída de algunos segmentos en Cuba, como impactos más destacados, estimando en la mayoría de los casos una pronta recuperación



Gabriel Escarrer Jaume, Vicepresidente Ejecutivo y Consejero Delegado de Meliá Hotels International: “Los resultados de Meliá en 2019 se sitúan en línea con las expectativas, acusando la confluencia de varios extraordinarios con un impacto sin precedentes en algunos destinos. Si bien hay algunos signos de recuperación, como demuestran la reactivación de las ventas de República Dominicana en el mercado US, la desaparición del Sargazo en México y el cambio de tendencia ya patente hasta ahora en Canarias, vivimos momentos ciertamente complejos. En ausencia de estos impactos, y apoyándonos en nuestras palancas estratégicas de competitividad y creación de valor, entre las que destacaría la digitalización, las experiencias, las personas y la sostenibilidad, la compañía afrontará los próximos años con la fortaleza y resiliencia necesarias”.

Palma, 26 de febrero de 2020.- El resultado de Meliá Hotels International en 2019 estuvo muy afectado por la combinación de una serie de impactos extraordinarios de origen muy diverso, concentrados especialmente en la región del Caribe, especialmente en la República Dominicana y México, países ambos con un peso y contribución muy importante. Otros eventos como el brote de coronavirus en China han tenido, hasta el momento, un impacto moderado en las cuentas de la compañía, dado que el 100% de los cinco hoteles operativos son de gestión, si bien el Grupo mantiene una posición de cautela ante la evolución de esta alerta sanitaria. El grupo ha elaborado un plan de contingencia global y se encuentra preparado para garantizar la seguridad y salud de sus clientes y empleados, así como el mantenimiento de las operaciones y la cobertura jurídica y financiera necesaria.

A pesar de ello, (excluyendo las plusvalías) Meliá mantuvo sus ingresos recurrentes en el nivel de 2018, (1.789,5M€) y obtuvo un Ebitda de 470,9 millones de euros, tan solo un 2,3% por debajo del año anterior. El Resultado Neto Consolidado (121,7M€) se sitúa un 19,8% por debajo del obtenido en 2018, influenciado por las menores plusvalías.

En materia financiera, la situación de la Compañía sigue siendo saludable, habiendo reducido la deuda neta pre-IFRS16 en 15 millones durante 2019, y manteniendo un ratio de Deuda neta/Ebitda pre-IFRS16 ligeramente por encima de las 2 veces (2,11X) influenciada por el programa de recompra de acciones lanzado en octubre de 2019.

En cuanto a los resultados operativos, la compañía consiguió un ligero incremento del Ingreso Medio por Habitación disponible (RevPAR) en propiedad y alquiler, que mejora un 0,6% en los 12 meses, registrando un incremento de +1,8% en el cuarto trimestre del año. La mejora de la tarifa media (+2,3%) gracias a la estrategia de marcas y de mejora del portfolio hotelero del Grupo está detrás de esta evolución del RevPAR, por encima de los problemas mencionados en la división de América.

Las ventas de Melia.com alcanzaron un nivel histórico (+3,1% frente al año 2018) mientras la plataforma de B2B MeliaPro aumentó un destacado 14,9% sus ventas a profesionales y partners de la distribución.

Transformación digital

En el marco del programa BeDigital360, durante 2019 se lograron avances en materia de gestión y tecnología, como la aplicación de RPA a los procesos transaccionales de gestión interna, automatizando procesos como la gestión de cobros, el aseguramiento de ingresos de *e-commerce* o la automatización de la facturación, así como focalizando la estrategia de gestión de servicios como ETT's, Lavandería, Energía, etc.

Con vistas al año 2020, la compañía impulsará la innovación y la tecnología para evolucionar hacia un modelo operativo digitalizado y más eficiente, que maximice las oportunidades de la tecnología y la robótica para mejorar la experiencia del cliente, la eficiencia de los procesos transaccionales, y las economías de escala para la compañía. El programa espera generar sinergias, eficiencia en los procesos y en definitiva, contribuir a la mejora de márgenes. De manera importante, BeDigital360 incluye un Plan de Acompañamiento integral para el empleado, que asegure la transformación cultural necesaria para que puedan sumarse al cambio.

Prioridades estratégicas

Tras finalizar su último Plan Estratégico, durante 2019 Meliá Hotels International ha desarrollado una intensa reflexión para definir las grandes prioridades del grupo para los próximos años, marcadas por el actual entorno "VUCA" (Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo) que impone un importante grado de flexibilidad y agilidad, dados los frecuentes cambios de escenario y de condiciones competitivas. Atendiendo a estos grandes retos, el Grupo ha definido una serie de **líneas estratégicas**: la creación de valor para el accionista, la transformación digital, la demanda de experiencias, el desafío del talento y la exigencia en materia social y medioambiental.

- En primer lugar, frente al reto **de crear valor para el accionista**, la compañía prevé avanzar en el modelo "gestor", que ofrece una mayor rentabilidad a medio plazo con una inversión limitada a la adquisición de contratos de gestión de alto valor, así como en optimizar el valor patrimonial del Grupo, y por supuesto, en una expansión cualitativa y focalizada en el mundo vacacional (con 3 grandes áreas vacacionales que concentrarán el 80% del crecimiento: Cuenca Mediterránea, Caribe y Sudeste Asiático). La actual cartera de futuras incorporaciones es de 62 hoteles y más de 15.000 habitaciones, de las cuales el 90% han sido firmadas bajo contratos de gestión y franquicia.

- En segundo lugar, Meliá quiere mantenerse a la vanguardia de la **transformación digital** de la industria, y ha lanzado para ello un Programa denominado BE Digital 360, que continúa el caso de éxito del programa Be More Digital entre 2015 y 2019, en cuyo marco digitalizamos nuestros canales, a nuestro equipo de ventas, y todo nuestro ecosistema comercial de manera sumamente exitosa. Para los próximos años, los retos serán extender la cultura digital a toda la compañía, adaptar el modelo operativo, cambiar los procesos, introducir la robótica, etc., así como fomentar la importancia del dato y la analítica.
- En tercer lugar, para responder a la creciente “economía de la experiencia”, la compañía pondrá un foco muy importante en maximizar la **oferta de experiencias en los hoteles y en los destinos**, como vía para incrementar la satisfacción y maximizar los ingresos bajo una filosofía de “total revenue” o de “ingresos globales”, más allá del clásico ingreso por habitación y desayuno, que hoy en día no satisface la demanda de los clientes. Además, la oferta de experiencias personalizadas e inolvidables es una clave competitiva esencial frente a otros modelos alojativos como el alquiler vacacional, donde el alojamiento es básicamente una “commodity”.
- Igualmente, Meliá priorizará la **captación, desarrollo y retención del mejor talento**, como factor crítico para un sector tan intensivo en personas como la hospitalidad, en el que la tecnología no podrá nunca sustituir el servicio personalizado y el trato humano. Se prestará especial atención a las canteras de directores y otros colectivos críticos, y a la atracción y retención de talento, cultivando la “marca empleadora” esencial además en el proceso de expansión internacional del Grupo.
- Por último, tras ser reconocida en 2019 como la hotelera más sostenible del mundo en el *Corporate Sustainability Assessment* de la agencia de inversión sostenible SAM (perteneciente a S&P) la compañía mantiene el foco estratégico en la **sostenibilidad y la responsabilidad y gobierno corporativo** como pilares fundamentales de su reputación y posicionamiento, especialmente ante la actual emergencia climática. La compañía ha diseñado una hoja de ruta para seguir profundizando el compromiso social y la estrategia medioambiental, así como fortaleciendo los mecanismos de gobierno corporativo.

Como explica Gabriel Escarrer: “Nuestro Grupo ha demostrado una notable fortaleza y resiliencia, factores extremadamente importantes para mantener su liderazgo ante el actual entorno complejo y volátil. Para asentar estas fortalezas durante los próximos años, debemos reforzar nuestro modelo de negocio diversificado, nuestro talento, nuestra capacidad digital y analítica, la ventaja frente a modelos alojativos alternativos a través de auténticas experiencias de marca, y por supuesto, la reputación y confianza que generamos en nuestros *stakeholders*”.

Outlook 2020

El Grupo espera un ejercicio positivo en las principales ciudades europeas (a pesar de las reformas en varios hoteles de Reino Unido, Francia e Italia), y las ciudades españolas siguen con su tendencia positiva a pesar de la cancelación del Mobile World Congress en Barcelona. En el segmento vacacional las perspectivas son moderadamente optimistas, tanto en Canarias, (donde ya se aprecia una estabilización tras las caídas), como en el conjunto del Mediterráneo, tras haber alcanzado los principales destinos competidores como Turquía su récord histórico de ocupación. Con respecto a los efectos que está teniendo la incipiente extensión de la alarma por el Coronavirus Covid-19 fuera de China, la Compañía ha acusado cierto impacto por la cancelación de algunos eventos MICE como el MWC de Barcelona, o algunos eventos en Milán. En cualquier caso, mantiene la prudencia en sus previsiones, ante la evolución que pueda tomar la gestión de la alerta por el Covid-19 y el impacto consiguiente.

En lo que respecta a América, se estima que la recuperación en República Dominicana será perceptible a partir del segundo semestre, así como una estabilización del RevPAR en Cuba como resultado de las distintas acciones emprendidas.

Meliá prevé la apertura de 23 hoteles durante 2020, mayoritariamente bajo contratos de gestión. Las aperturas se concentran fundamentalmente en APAC (con 9 hoteles en Vietnam, Indonesia, Malasia, Tailandia y China), y EMEA (con 11 hoteles en Alemania, Portugal, España, Reino Unido, Países Bajos, Bulgaria, Cabo Verde, Emiratos Árabes, Marruecos y Qatar). En América se abrirán dos hoteles, el Paradisus Playa Mujeres (México) y el Meliá Trinidad en Cuba.

La Compañía quiere destacar que cuenta con un exhaustivo **Plan de Contingencia** que recoge la preparación y respuesta de la Compañía, tanto desde el punto de vista de salud y seguridad pública de todos sus hoteles y oficinas a nivel global, como desde el punto de vista operativo y de continuidad del negocio, y desde el punto de vista legal y financiero. Igualmente, ha preparado un Plan de Acción de marketing y ventas” post-Covid-19” para agilizar la recuperación de aquellos hoteles que pudieran resultar impactados, dentro y fuera de China.

Resultado por divisiones – 4º Trimestre 2019

América

- El RevPAR en USD (-2,1%) suaviza su caída, afectado sobre todo por la falta de contribución del mercado americano en Punta Cana (-14%) y especialmente el segmento MICE.
- Brasil mantiene la tendencia positiva (+17,8%) gracias al MICE y eventos internacionales celebrados en Sao Paulo.
- México registra una tendencia al alza, especialmente impulsada por los Cabos.
- Excelente evolución de Gran Meliá Iguazú.
- **Aperturas previstas** Paradisus Playa Mujeres.

EMEA

- RevPAR ligeramente por debajo (-1,4%) que en el 4º trimestre de 2018 y estimación ligeramente positiva para el 1er trimestre de 2020.
- Mejora consistente (+11,6%) de los ingresos por honorarios de gestión.
- Por países, destaca el crecimiento del RevPAR (+4,7%) en Alemania, que mantiene la tendencia positiva, y en Italia (+7,5%). En el lado negativo, Francia mantuvo la evolución negativa (-5,6% en bases comparables) de los primeros 9 meses, acusando la huelga del transporte y otros factores, si bien se espera una rápida recuperación cuando retorne a la normalidad.
- En el Reino Unido, la incertidumbre (ya superada) creada por el brexit y las elecciones, sumado a las reformas en Meliá White House que finalizarán en el 1er trimestre del 2020, incidieron en la evolución (-4%) del RevPAR, a pesar de la excelente evolución del nuevo Melia London Kensington.
- **Aperturas previstas (2020):**
 - Meliá Frankfurt (Alemania)
 - ME Dubai (Emiratos Árabes)
 - Innside Doha (Qatar)
 - Meliá Saidia Residences y Sol Marrakech (Marruecos)
 - Innside Liverpool e Innside Newcastle (Reino Unido)
 - Innside Amsterdam (Países Bajos)
 - Innside Lisboa (Portugal)
 - Melia Sunny Beach /Bulgaria)
 - Meliá White Sands (Cabo Verde)

Spain

- Excelente evolución del RevPAR (+4,5%) y positiva perspectiva para el 1er trimestre 2020, sustentada sobre todo en el segmento urbano y de nieve.
- Los hoteles de Madrid (+5,8%) y Barcelona (+5,1%), y los de la zona sur con +7,2% (destacando Sevilla, Costa del Sol y Granada) impulsaron la mejora de la división
- Canarias mejora ligeramente (+0,6%) iniciando una senda de mejora, si bien acusando todavía en el 1er trimestre 2020 la reducción de plazas aéreas desde UK y Alemania
- **Aperturas previstas (2020):** ME Barcelona

Cuba

- El RevPAR en USD cayó un -13,5% frente al 4T 2018, incluyendo efectos como la quiebra de Thomas Cook, la caída en el número de llegadas de algunos segmentos, o diversas reformas parciales en hoteles
- Fuerte impulso de las ventas online (+15,33%)
- El nuevo Meliá Internacional Varadero lidera las ventas del trimestre
- **Aperturas previstas:** Meliá Trinidad

Asia

- El RevPAR en USD registró en el 4º Trimestre una subida del 9,7%
- Los ingresos totales por honorarios crecen un 10,5%
- Melia.com incrementó sus ventas en un 37,5%
- La excelente evolución en China (+9,2% en ingresos) se truncará en el 1er trimestre 2020 debido al impacto del coronavirus, cuyo impacto sobre el resto de destinos de Asia-Pacífico no resulta significativo hasta el momento
- Por otra parte, las perspectivas en Indonesia son positivas y en línea con las previsiones, mientras se espera seguir consolidando el liderazgo del Grupo en Vietnam
- **Aperturas previstas (2020):**
 - Gran Meliá Cam Rahn Bay , Ininside Halong Bay y The Reed Hotel (Vietnam)
 - Gran Meliá Chengdu, Gran Meliá Zhengzhou, Meliá Chongqin (China)
 - Meliá Phuket (Thailandia)
 - Meliá Bintan (Indonesia)
 - Ininside Kuala Lumpur (Malasia)

www.meliahotelsinternational.com

Acerca de Meliá Hotels International

Fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), Meliá Hotels International cuenta con más de 390 hoteles abiertos o en proceso de apertura en más de 40 países bajo las marcas Gran Meliá Hotels & Resorts, Paradisus by Meliá, ME by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, INNSIDE by Meliá, Sol by Meliá y TRYP by Wyndham. La Compañía es líder mundial en el segmento de hoteles vacacionales y su experiencia en este ámbito le ha permitido consolidarse en el creciente mercado de hoteles urbanos inspirados en el ocio. Su compromiso con el turismo responsable le ha hecho ser reconocida como la hotelera más sostenible del mundo (Medalla de Oro y premio Industry Mover), según el Anuario de Sostenibilidad 2020 de SAM, publicado por S&P Global. Meliá Hotels International también forma parte del IBEX 35 y es la hotelera española con mejor reputación corporativa (Ranking Merco).

Síguenos en [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) e [Instagram](#).

Contáctanos en: comunicacion@melia.com



Gran Meliá Palacio de Isora Resort & Spa | Tenerife - España

RESULTADOS ANUALES

2019

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

Apreciados stakeholders

Este año 2019 será recordado, por todo lo que formamos parte de Meliá Hotels International, como el año en que hemos sido reconocidos como [Compañía hotelera más sostenible del mundo](#), según el Corporate Sustainability Assessment elaborado por la agencia de inversión sostenible SAM, recientemente adquirida por S&P Global y una referencia internacional en materia de ESG.



Este hito, que materializa una gran aspiración de nuestra Compañía, certifica el mejor desempeño de nuestra industria, al alcanzar el nivel [Gold Class](#), una vez valoradas cuestiones relacionadas con el gobierno corporativo, el desempeño social o el ámbito medioambiental. Además, nos otorga un reconocimiento adicional, calificándonos como [industry movers](#), al registrar el mejor progreso conseguido en un año, recientemente reflejado en el Sustainability Yearbook 2020.

La industria turística, pese a mantener un crecimiento global superior a la media de la economía, este ejercicio se ha visto afectada por diferentes vicisitudes como quiebras y cierres de tour operadores o compañías aéreas, así como otros factores de inestabilidad que han afectado de forma directa a ciertos destinos en los que Meliá está presente. Destacar, por citar algunos, las tensiones geopolíticas en Cuba, la incertidumbre generada por el brexit, la incipiente ralentización de la economía mundial o el impacto de los efectos del cambio climático, ampliamente debatido durante la celebración de la COP25. A estos hechos se han sumado ciertas contingencias que, aunque puntuales, han generado importantes impactos negativos en la industria turística internacional como, la crisis del sargazo en las costas del Caribe mexicano o la campaña de desprestigio que cuestionó los niveles de seguridad en la República Dominicana, un destino clave para el Grupo.

A pesar de este contexto, el desempeño demostrado por Meliá durante el 2019 puede tildarse de destacable, pues logramos mantener nuestros ingresos recurrentes prácticamente al mismo nivel que el año anterior y generado un Ebitda excluyendo plusvalías de 470,9M€ (-2,3%), demostrando así la solidez y resiliencia de nuestro modelo de gestión.

De forma adicional, 2019 ha sido un año dedicado a marcar las prioridades estratégicas que, como empresa multinacional, deberemos acometer en los próximos años en un entorno volátil e incierto. Para competir, las empresas debemos afianzar la capacidad de reinventarnos continuamente.

Para asimilar los cambios tecnológicos y sociales que se avecinan, hemos diseñado diferentes palancas competitivas para este nuevo trienio 2020-2022, entre las que me gustaría destacar las siguientes:

- En primer lugar, frente al reto de crear valor para el accionista, la compañía prevé avanzar en el modelo “gestor”, que ofrece una mayor rentabilidad a medio plazo con una inversión limitada a la adquisición de contratos de gestión de alto valor, así como en optimizar el valor patrimonial del Grupo, y por supuesto, en una expansión cualitativa y focalizada en el mundo vacacional (con 3 grandes áreas vacacionales que concentrarán el 80% del crecimiento: Cuenca Mediterránea, Caribe y Sudeste Asiático).
- Una transformación digital, en torno a un ambicioso programa, que integre nuevas tecnologías, sistemas de inteligencia artificial y datos
- Acelerar la evolución de una propuesta de valor centrada en experiencias diferenciales para nuestros clientes
- Capacitar a nuestros equipos para adaptarse a esta nueva década, impulsando un modelo de gestión más ágil, dinámico y menos jerarquizado
- Seguir impulsando la creación de valor social, además del económico, integrando las cuestiones sociales y medioambientales para generar la confianza de nuestros grupos de interés

Y quiero cerrar este mensaje haciendo, de nuevo referencia a nuestro [compromiso con la sociedad y el planeta](#), en un año en el que los retos globales marcados por la Agenda 2030 han adquirido una relevancia especial. Este compromiso ha estado presente en Meliá desde nuestros inicios y ha sido parte troncal de todos nuestros planes estratégicos en los últimos años.

Bajo estas premisas arrancamos el ejercicio 2020, conscientes que los tiempos actuales y convulsos exigen líderes inspiradores y, Meliá Hotels International como empresa líder, tiene ante sí la responsabilidad de inspirar el cambio hacia la sostenibilidad en la industria turística.

Os saluda atentamente,

[Gabriel Escarrer, Vice Chairman & CEO](#)

RESULTADOS ANUALES 2019

CUENTA P&G Y PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS*

(Millones de euros)	Diciembre 2019	Diciembre 2018*	% cambio
INGRESOS OPERATIVOS Y PLUSVALÍAS	1.800,7	1.831,3	-1,7%
Ingresos sin plusvalías	1.789,5	1.790,2	-0,0%
EBITDAR	498,5	521,7	-4,5%
EBITDA	477,9	500,9	-4,6%
EBITDA sin plusvalías	470,9	482,1	-2,3%
EBIT	222,8	258,9	-13,9%
RESULTADO FINANCIERO	(72,8)	(69,0)	-5,5%
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	156,3	195,2	-19,9%
BENEFICIO NETO	121,7	151,7	-19,8%
BENEFICIO NETO ATRIBUIBLE A LA SOCIEDAD DOMINANTE	112,9	147,1	-23,2%
BPA (€)	0,49	0,64	-23,2%
REVPAR Propiedad y Alquiler (€)	86,9	86,4	0,6%
REVPAR Propiedad, Alquiler y Gestión (€)	69,0	69,5	-0,7%
Margen EBITDAR (sin plusvalías)	27,5%	28,1%	-63 bp
Margen EBITDA (sin plusvalías)	26,3%	26,9%	-62 bp

Nota: Tras la entrada en vigor de la nueva norma relativa a alquileres (NIIF 16), las cifras reportadas de 2018 se han ajustado para facilitar la comparativa entre periodos. En este sentido, para aquellos interesados, el Anexo incluye una explicación detallada y un desglose de estos efectos en nuestros estados financieros.

Comportamiento operativo

- El **RevPAR PyA** del cuarto trimestre se ha incrementado en un **+1,8%**, permitiendo finalizar el 2019 con un incremento del **+0,6%**, destacar que en este trimestre se ha empezado a apreciar un ligero cambio de tendencia en áreas como México y Canarias.
- A pesar de los one offs acaecidos en diferentes destinos turísticos, hemos logrado mantener nuestros ingresos recurrentes prácticamente al mismo nivel que el año anterior y generado un **Ebitda sin plusvalías** de **€470,9M (-2,3%)**, demostrando así la solidez y resiliencia de nuestro modelo de gestión. Nuestro **BPA** se situó en **€0.49** un **-23,2%**, impactado por la menor generación de plusvalías versus el año anterior.
- Nuestro canal directo alcanzo los **€582,2M** de ingresos, lo que representa un **+3,1%** de mejora respecto al año anterior. Por otro lado, destacar la evolución de MeliáPro, nuestra plataforma digital B2B, canal que ha crecido un **+14,9%**, alcanzando los €75,7M.

Deuda y apalancamiento

- A cierre de 2019 la **Deuda Neta pre NIIF 16**, se situó en los **€592,5M**, lo que representa una disminución de **-€15M** frente a diciembre de 2018. El **ratio de apalancamiento Deuda Neta/EBITDA** pre NIIF 16 se situó en un **2,11x**, tal y como se anticipó, ligeramente impactado por el programa de recompra de acciones propias.

Expansión

- Nuestra **cartera de hoteles** se situó en 326 (84 mil habitaciones) a diciembre de 2019. Durante el año, hemos **abierto 10** nuevos hoteles (2.147 habitaciones) en los siguientes países: Francia, Italia, República Checa, Cuba, Colombia, China, Vietnam y Tanzania, todos ellos en contratos de gestión, con la excepción de 2 que fueron en contratos de alquiler, en las ciudades de París y Milán. Además, **desafiliamos 13** hoteles (2.055 habitaciones), principalmente en España y Brasil, 3 de los cuales por la estrategia de rotación de activos.
- Nuestra cartera de **futuras incorporaciones** es de 62 hoteles y más de 15 mil habitaciones, de las cuales el 90,0% han sido firmadas bajo contratos de gestión y franquicias.

Perspectivas 2020

- Preveamos un inicio de año con retos importantes principalmente en el destino de **República Dominicana**, ante la ausencia del negocio MICE, por otro lado se está viendo una ligera recuperación en **México**, destacando la región de Los Cabos. **España** urbana sigue con su tendencia positiva a pesar de la cancelación de la Mobile World Congress en Barcelona y unos comparables más difíciles. Para nuestros resorts de **Canarias** se está percibiendo cierta estabilización del negocio. En **EMEA**, las previsiones son de ligero crecimiento, a pesar de que algunos destinos estarán afectados por las reformas que estamos acometiendo en varios de los hoteles, como Reino Unido, Francia e Italia.
- Con respecto a los efectos que está teniendo la incipiente extensión de la alarma por el Coronavirus Covid-19 fuera de China, la Compañía ha acusado cierto impacto por la cancelación de algunos eventos MICE como el MWC de Barcelona, o algunos eventos en Milán. En cualquier caso, mantiene la prudencia en sus previsiones, ante la evolución que pueda tomar la gestión de la alerta por el Covid-19 y el impacto consiguiente.



Paradisus Cancún | México

NEGOCIO HOTELERO

|

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

HOTELES GLOBALES

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	1.545,4	1.554,2	-0,6%
Propiedad	733,6	762,4	
Alquiler	811,8	791,8	
De los cuales ingresos de habitaciones	996,1	989,7	0,6%
Propiedad	403,0	410,4	
Alquiler	593,1	579,3	
EBITDAR	405,6	426,9	-5,0%
Propiedad	177,1	210,5	
Alquiler	228,5	216,4	
EBITDA	385,2	407,6	-5,5%
Propiedad	177,1	210,5	
Alquiler	208,1	197,1	
EBIT	157,9	191,7	-17,7%
Propiedad	108,9	142,8	
Alquiler	49,0	49,0	

	12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA*			
Ingresos Modelo Gestora totales	299,0	320,7	-6,8%
Honorarios de terceros	49,1	50,8	
Honorarios hoteles propiedad y alquiler	93,7	95,2	
Otros ingresos	156,2	174,8	
EBITDA Modelo Gestora Total	99,8	100,8	-1,0%
EBIT Modelo Gestora Total	94,0	92,4	

* Otros ingresos en 12M 2019 incluyen €133,3M de ingresos corporativos no atribuibles directamente a ninguna división. Idem en 12M 2018 por €130,4M.

	12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio
OTROS NEGOCIOS HOTELEROS			
Ingresos	66,6	58,0	14,8%
EBITDAR	6,1	3,9	
EBITDA	5,9	2,3	
EBIT	4,4	1,4	

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUIER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL HOTELES	70,8%	-1,2	122,8	2,3%	86,9	0,6%	65,2%	-1,5	105,8	1,6%	69,0	-0,7%
TOTAL HOTELES BASE COMPARABLE	73,2%	-0,7	124,3	0,7%	91,1	-0,3%	66,8%	-0,6	104,0	-0,1%	69,4	-0,9%
AMERICA	61,0%	-6,0	119,0	2,5%	72,5	-6,7%	60,7%	-2,7	108,8	2,7%	66,1	-1,7%
EMEA	73,8%	0,1	139,5	1,5%	102,9	1,5%	72,5%	-0,6	141,0	2,0%	102,2	1,2%
SPAIN	73,2%	0,1	116,8	2,3%	85,5	2,4%	71,7%	-0,2	108,0	1,9%	77,5	1,7%
CUBA	-	-	-	-	-	-	50,7%	-5,2	79,9	-1,1%	40,5	-10,3%
ASIA	-	-	-	-	-	-	64,4%	4,4	73,8	1,5%	47,5	8,9%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 11.465,5 (vs 11.455,7 en 12M 2018) en P y A // 24.095,8 (vs 23.472,2 en 12M 2018) en P, A y G.

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2020		2021		2022		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
HOTELES GLOBALES	326	83.778	329	83.253	23	7.074	13	2.762	20	4.601	6	947	62	15.384
Gestión	128	38.509	129	37.556	16	4.700	9	2.171	19	4.491	4	750	48	12.112
Franquicia	47	10.048	47	9.714	2	1.083	3	468	1	110	0	0	6	1.661
Propiedad	43	13.128	45	13.735	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	108	22.093	108	22.248	5	1.291	1	123	0	0	2	197	8	1.611

AMERICA

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER			
Ingresos agregados totales	391,5	414,9	-5,6%
Propiedad	359,1	381,9	
Alquiler	32,4	33,1	
De los cuales ingresos de habitaciones	175,7	185,1	-5,1%
Propiedad	148,6	156,8	
Alquiler	27,2	28,3	
EBITDAR	94,0	125,0	-24,9%
Propiedad	83,6	116,2	
Alquiler	10,4	8,8	
EBITDA	91,3	121,3	-24,7%
Propiedad	83,6	116,2	
Alquiler	7,7	5,1	
EBIT	50,1	80,2	-37,5%
Propiedad	50,5	83,4	
Alquiler	-0,4	-3,2	

	12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio
MODELO GESTORA			
Ingresos Modelo Gestora totales	43,7	51,4	-14,9%
Honorarios de terceros	7,2	7,4	
Honorarios hoteles propiedad y alquiler	23,2	26,5	
Otros ingresos	13,3	17,5	

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL AMERICA	61,0%	-6,0	119,0	2,5%	72,5	-6,7%	60,7%	-2,7	108,8	2,7%	66,1	-1,7%
TOTAL AMERICA BASE COMPARABLE	69,1%	-4,5	119,5	-1,8%	82,7	-7,8%	65,6%	-1,6	105,8	-0,4%	69,4	-2,8%
Brasil	-	-	-	-	-	-	61,0%	4,1	79,5	5,9%	48,5	13,5%
México	68,2%	-5,5	121,0	4,2%	82,5	-3,6%	68,2%	-3,6	121,0	-1,3%	82,5	-6,3%
República Dominicana	60,2%	-6,1	107,5	-3,8%	64,8	-12,5%	60,2%	-6,1	107,5	-3,8%	64,8	-12,5%
Resto de América	49,5%	-10,5	139,2	11,8%	68,9	-7,8%	55,0%	-5,7	125,9	10,6%	69,2	0,1%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 2.422,3 (vs 2.380,5 en 12M 2018) en P y A // 4.084,2 (vs 4.099,0 en 12M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Cartagena Karmairi	Colombia / Cartagena	Franquicia	146

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Tryp Sao Paulo Berrini	Brasil / Sao Paulo	Gestión	171
Meliá Coco Beach	Puerto Rico / San Juan	Propiedad	486
ME Miami	Estados Unidos / Miami	Gestión	129
Tryp Sao Paulo Itaim	Brasil / Sao Paulo	Gestión	133
Tryp Sao Paulo Paulista	Brasil / Sao Paulo	Gestión	148

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2020		2021		2022		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL AMERICA	37	11.521	41	12.432	1	498	0	0	3	856	0	0	4	1.354
Gestión	17	4.280	22	5.020	1	498	0	0	3	856	0	0	4	1.354
Franquicia	2	286	1	140	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	16	6.406	16	6.723	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	2	549	2	549	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

- El **RevPAR** en dólares (propiedad, alquiler y gestión) cayó un **-2,1%** frente al 4T 2018.
- Los **ingresos por honorarios** en dólares cayeron un **-19%** frente al 4T 2018 por las menores comisiones de terceras partes y de propiedad y alquiler generadas en el periodo.
- Las ventas a través de **Melia.com** cayeron un **-7,4%** en el 4T frente al mismo periodo del año anterior.

A nivel operativo, el cuarto trimestre de la regional América sigue con la misma tendencia que en el trimestre anterior. Por una parte, México, en la zona de Cancún, pese a la continua lucha contra los diferentes factores conocidos, así como por el incremento de nueva oferta hotelera, en los dos últimos meses del año se registró un cambio de tendencia hacia la recuperación del destino. El RevPAR (USD) de nuestros hoteles en **México** reflejó una caída del **-5,9%** que compara con el -13% de los 9 primeros meses del año.

En **Punta Cana**, la falta de la contribución del mercado americano afectó los resultados finales a pesar de los esfuerzos de los mercados alternos, no se logró compensar la caída del principal mercado emisor. El RevPar (USD) ha disminuido en **-14%** vs. 4T 2018.

En **Estados Unidos**, RevPAR (USD) **-3,6%**, en Nueva York, la oferta adicional en el mercado ha provocado una caída en el precio medio comparado con el mismo periodo del año anterior. El negocio de corporate ha presentado un ligero déficit, así como las consortias. El hotel se ha vendido muy de “Last minute” y con tarifas agresivas. En Orlando, igualmente las habitaciones adicionales en el destino (nuevas aperturas y rentas de casas vacacionales en auge), contribuyeron en la bajada de ocupación, por otro lado la positiva evolución del segmento MICE ha permitido acabar el trimestre con un incremento respecto al año anterior.

Brasil, por su parte ha continuado con la tendencia del tercer trimestre, con un crecimiento de RevPAR (BRL) del **17,8%**; estos resultados se deben principalmente a la celebración de varios eventos, como: Futurecon, Salão Duas Rodas, Fórmula-1, Comic Con y varios conciertos internacionales y con un comportamiento muy positivo del segmento MICE.

PERSPECTIVAS

Para el primer trimestre de 2020, en **Punta Cana**, se presentan retos importantes debido principalmente a la caída de plazas aéreas, la ausencia de MICE, motivado por el volumen de cancelaciones sufridas en el tercer y cuarto trimestre del año pasado, y en general por la caída del mercado americano, si bien, se están intentando compensar con mercados alternativos y con oportunidades de cerrar pequeños grupos de last minute (en mercados de LATAM y EUR)

En **México**, en la zona de Cancún, seguimos viendo un incremento, para este primer trimestre, de la oferta hotelera, la estrategia está siendo ir por volumen para poder recuperar la base faltante del segmento MICE, principalmente en enero y marzo. En cambio, en Los Cabos, estamos viendo una positiva evolución del segmento grupal así como del MICE.

En el caso de **Brasil**, para el primer trimestre, los meses de enero y febrero son considerados de baja ocupación, debido a las vacaciones escolares y al festivo de Carnaval. A partir de marzo, ya habrá una mejor demanda y muy buenas perspectivas, pues empieza la temporada alta para los hoteles con grandes eventos ya confirmados.

CARTERA Y PROYECTOS

No hemos incorporado ningún hotel durante el cuarto trimestre a nuestra cartera en América, si bien hemos desafiado 1 hotel no estratégico, el Tryp Sao Paulo Paulista (Sao Paulo, 148 habitaciones) bajo contrato de gestión.

EMEA

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%		12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	383,1	368,6	3,9%	Ingresos Modelo Gestora totales	29,3	31,9	-7,9%
Propiedad	107,2	104,1		Honorarios de terceros	1,4	1,1	
Alquiler	275,9	264,6		Honorarios hoteles propiedad y alquiler	22,7	20,4	
De los cuales ingresos de habitaciones	278,3	265,8	4,7%	Otros ingresos	5,3	10,5	
Propiedad	73,8	71,4					
Alquiler	204,5	194,4					
EBITDAR	105,2	98,0	7,4%				
Propiedad	28,0	25,7					
Alquiler	77,2	72,2					
EBITDA	101,0	94,5	6,9%				
Propiedad	28,0	25,7					
Alquiler	72,9	68,7					
EBIT	40,0	40,8	-2,0%				
Propiedad	18,3	17,6					
Alquiler	21,7	23,2					

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUIER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL EMEA	73,8%	0,1	139,5	1,5%	102,9	1,5%	72,5%	-0,6	141,0	2,0%	102,2	1,2%
TOTAL EMEA BASE COMPARABLE	73,4%	0,6	141,3	2,5%	103,7	3,3%	72,5%	0,4	142,8	2,7%	103,6	3,2%
Alemania	72,4%	0,3	111,1	2,0%	80,4	2,4%	72,4%	0,3	111,1	2,0%	80,4	2,4%
Francia Unido	77,1%	-4,6	165,2	-10,6%	127,3	-15,6%	77,1%	-4,6	165,2	-10,6%	127,3	-15,6%
Reino Unido	75,9%	0,2	177,8	3,2%	134,9	3,4%	71,3%	1,7	220,9	3,3%	157,6	5,9%
Italia	71,8%	1,3	216,5	2,4%	155,4	4,2%	75,9%	0,3	175,7	2,0%	133,3	2,4%
Resto de Europa	79,6%	1,1	157,5	8,0%	125,3	9,6%	65,9%	-5,3	157,6	9,5%	103,9	1,4%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 2.704,7 (vs 2.623,3 en 12M 2018) en P y A // 2.949,7 (vs 2.813,0 en 12M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Inside Paris Charles de Gaulle	Francia / París	Alquiler	266
Inside Prague Old Town	República Checa / Praga	Gestión	89
Gran Meliá Arusha	Tanzania / Arusha	Gestión	171
Inside Milano Torre Galfa	Italia / Milán	Alquiler	145

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Campione	Italia / Campione	Gestión	40

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2020		2021		2022		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL EMEA	84	15.984	81	15.331	8	2.555	10	2.132	4	1.019	4	587	26	6.293
Gestión	9	858	8	615	2	345	6	1.541	3	909	2	390	13	3.185
Franquicia	31	7.518	31	7.518	2	1.083	3	468	1	110	0	0	6	1.661
Propiedad	7	1.397	7	1.397	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	37	6.211	35	5.801	4	1.127	1	123	0	0	2	197	7	1.447

EMEA RESULTADOS ANUALES 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) se redujo en un **-1,4%** en el trimestre frente al mismo periodo del año anterior.
- Los **ingresos por honorarios** mejoraron en un **+11,6%** en el 4T frente al mismo periodo de 2018 principalmente por el aumento en las comisiones de propiedad y alquiler.
- Las ventas a través de **Melia.com** aumentaron un **+21,5%** en el trimestre frente al 4T 2018.

El comportamiento de nuestros hoteles situados en EMEA ha sido ligeramente negativo durante el 4T del año con diferentes comportamientos en los países en los que operamos, siendo los principales aspectos a tener en cuenta los siguientes:

ALEMANIA/AUSTRIA/REPÚBLICA CHECA

Como ya anticipamos, el cuarto trimestre ha mostrado un positivo desempeño en los hoteles de Alemania, con un crecimiento del RevPAR del **+4,7%** respecto al mismo período del año pasado, destacando que el 100% de este crecimiento proviene de mejora del precio medio permitiendo una mejora de márgenes operativos.

Durante este trimestre, los resultados se han visto afectados por el mayor número de ferias y congresos, destacando ciudades como Dusseldorf, Frankfurt y Wolfsburg. Por otro lado, ciudades como Múnich y Berlín han tenido una evolución del negocio inferior al año anterior, por la falta de ferias comparado con el mismo periodo del año anterior.

Quisiéramos destacar la reconversión del hotel Berlin Mitte, un hotel que ha sido completamente renovado y renombrado a la marca INNSIDE. Estamos seguros de que este nuevo producto tendrá un gran impacto en una ciudad tan vibrante y contemporánea como Berlín.

REINO UNIDO

El RevPAR (en GBP) de los hoteles en Reino Unido, para el cuarto trimestre ha sido del **-4%**, afectados por las incertidumbres en torno al Brexit y las elecciones, así como por la reforma de las áreas nobles del Meliá White House, se espera que dichas obras finalicen durante el primer trimestre de 2020.

Por el lado positivo, destacar la finalización de la renovación del hotel Meliá London Kensington convirtiéndose en uno de los hoteles más elegantes del área de Kensington.

FRANCIA

En línea con el resto del año, la evolución del RevPAR está siendo negativamente afectada por la incorporación del Inside Charles de Gaulle. El cuarto trimestre comenzó un poco débil debido al hecho de que no teníamos el Congreso SIAL (innovación alimentaria, bianual). Si bien, teníamos unas altas expectativas para diciembre, a inicios de mes se anunció la huelga de transporte masivo que tuvo un impacto negativo en el destino y esta situación generó cancelaciones de los segmentos individuales como de los grupales. Por último, informar que el Meliá Tour Eiffel ha cerrado sus puertas el 15 de diciembre para mejorar sus instalaciones y volverá a abrir en el segundo trimestre de 2020. El RevPAR en bases comparables del cuarto trimestre fue del **-5,6%**.

ITALIA

Continúa la tendencia mostrada durante el año, con un crecimiento en el cuarto trimestre del RevPAR del **+7,5%**, impulsado principalmente por el excelente desempeño de nuestros hoteles en Milán, principalmente gracias al segmento MICE, ferias importantes como HOST (Hospitality) y una campaña muy exitosa del Black Friday en el segmento individual. En el resto de destinos, destacar la positiva evolución del Meliá Genova que está recuperando tras el desastre del puente Morandi. Por otro lado, en el Gran Meliá Roma pese a que el segmento MICE fue sólido, no fue suficiente para compensar el congreso celebrado en octubre de 2018 (IBA) así como la ligera caída del segmento individual.

PERSPECTIVAS

Para el primer trimestre de 2020, esperamos el siguiente comportamiento por países: En Alemania seguimos viendo la misma tendencia que durante el último trimestre de 2019, esperando un crecimiento de un dígito medio, con la excepción de Múnich, nuevamente impactado por el calendario de ferias. En nuestros hoteles de Reino Unido, debido a las renovaciones en curso en el Meliá White House y Meliá London Kensington así como a la incertidumbre en algunos segmentos del mercado, en el primer trimestre del año verá una ligera disminución en RevPAR que confiamos se recuperará en el resto del año. En Francia, es difícil estimar el impacto para el primer trimestre de 2020, la huelga sigue activa, a pesar de que el apoyo popular ha disminuido significativamente, y París de alguna manera muestra nuevamente su capacidad de volver a la normalidad incluso en circunstancias muy excepcionales. En Italia para este primer trimestre, el Gran Meliá Roma cerrará durante algunas semanas de enero con el fin de mejorar sus instalaciones de cara al 2020 y queremos ser cautelosos con respecto al desempeño de los hoteles en Milán debido a las últimas noticias sobre la crisis de Coronavirus.

CARTERA Y PROYECTOS

En el 4T 2019 hemos incorporado un nuevo hotel a nuestra cartera de EMEA: el INNSIDE Milano Torre Galfa (Milán, 145 habitaciones) bajo contrato de alquiler. Creemos que esta es la marca perfecta para una ciudad como Milán, y que este es el comienzo de otra historia de éxito de MHI en Italia. Durante el ejercicio 2020, tenemos previstos abrir 8 hoteles (2.555 habitaciones).



SPAIN

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%		12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	770,8	770,7	0,0%	Ingresos Modelo Gestora totales	73,6	85,1	-13,6%
Propiedad	267,3	276,4		Honorarios de terceros	24,8	24,7	
Alquiler	503,5	494,2		Honorarios hoteles propiedad y alquiler	47,8	48,4	
De los cuales ingresos de habitaciones	542,1	538,8	0,6%	Otros ingresos	0,9	12,0	
Propiedad	180,6	182,2					
Alquiler	361,4	356,6					
EBITDAR	206,4	204,0	1,2%				
Propiedad	65,5	68,6					
Alquiler	140,9	135,4					
EBITDA	193,0	191,8	0,6%				
Propiedad	65,5	68,6					
Alquiler	127,5	123,3					
EBIT	67,8	70,7	-4,1%				
Propiedad	40,1	41,8					
Alquiler	27,7	28,9					

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p-p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p-p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL SPAIN	73,2%	0,1	116,8	2,3%	85,5	2,4%	71,7%	-0,2	108,0	1,9%	77,5	1,7%
TOTAL SPAIN BASE COMPARABLE	74,6%	0,1	118,7	0,5%	88,6	0,7%	73,4%	-0,1	107,8	0,7%	79,1	0,6%
Resorts	74,3%	0,0	111,1	-2,5%	82,6	-2,3%	73,7%	-0,2	104,2	-2,3%	76,8	-2,6%
Hoteles Urbanos	72,2%	-0,2	122,2	6,8%	88,2	6,8%	71,4%	0,4	118,7	6,5%	84,7	7,1%
Resto de Áreas	-	-	-	-	-	-	61,9%	-2,8	75,4	4,0%	46,7	-0,4%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 6.451,9 (vs 6.451,9 en IS 2018) en P y A // 10.486,5 (vs 10.490,1 en 12M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	Pais / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Tryp Indalo Almería	España / Almería	Alquiler	186
Tryp Zaragoza	España / Zaragoza	Gestión	162
Tryp Valencia Azafata	España / Manises	Propiedad	128
Tryp Valencia Feria	España / Valencia	Franquicia	127
Tryp Salamanca Montalvo	España / Salamanca	Franquicia	57
Tryp Coruña	España / A. Coruña	Propiedad	181

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2020		2021		2022		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL SPAIN	146	36.078	152	37.049	4	1.402	0	0	4	908	0	0	8	2.310
Gestión	43	13.176	44	13.480	3	1.238	0	0	4	908	0	0	7	2.146
Franquicia	14	2.244	15	2.056	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	20	5.325	22	5.615	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	69	15.333	71	15.898	1	164	0	0	0	0	0	0	1	164

SPAIN RESULTADOS ANUALES 2019

- El **RevPAR** (propiedad, alquiler y gestión) subió un **+4,5%** en el 4T 2019 frente al mismo periodo del año anterior, gracias a la aportación de los **hoteles urbanos +5.5%**, así como de los **hoteles vacacionales +3.3%**.
- Los **ingresos por honorarios** cerraron el periodo con una disminución del **-2,3%** frente al 4T 2018 debido a una reducción de los honorarios de terceras partes.
- Las ventas a través de **Melia.com** crecieron un **+5,8%** en el trimestre frente al mismo periodo el año.

Por áreas/ciudades destacamos:

Durante el 4T2019 los hoteles de **Madrid** mejoraron su RevPar en un **+5.8%**, destacando a los hoteles de Tryp Madrid Airport Suites y Meliá Madrid Princesa. Durante este trimestre se han celebrado congresos y ferias de gran impacto como el COP25, el Fruit Attraction y el EADV.

En la misma línea se encuentran los hoteles de **Barcelona** contribuyendo con un incremento de RevPAR de **+5.1%**, gracias a los hoteles de Meliá Barcelona Sky y Meliá Barcelona Sarriá, así como al hotel Meliá Sitges. Siendo el Me Sitges, el único hotel que no mantuvo un performance positivo en la provincia.

En la **zona Sur**, el RevPAR se ha incrementado durante el trimestre en un **+7.2%**. Destacan los hoteles Meliá Costa Del Sol y Sol Príncipe en Málaga, así como la buena temporada de los hoteles de nieve en Granada: Meliá Sierra Nevada y Meliá Sol y Nieve. A nivel de Grupos, destaca nuevamente la ciudad de Sevilla, en este caso con el evento de la MTV Awards 2019, el cual impactó positivamente a los tres hoteles de la plaza.

En **Baleares** los hoteles vacacionales han cerrado el 4T2019 con un RevPAR de **+4.9%** contrarrestando la caída de los hoteles urbanos de **-6.7%**, el cual está motivado por un descenso de la demanda de GRUPOS.

La zona de **Canarias**, consiguió recuperar el ritmo en RevPAR llegando a mejorar ligeramente frente al 4T2018 **+0.6%**; lo cual supone un importante avance frente al decrecimiento en RevPAR acumulado en los primeros 9 meses del año de **-10,5%**, destacando el comportamiento del Sol La Palma y el Meliá Llana Resort & Spa. En cualquier caso, e igual que en Baleares, Canarias ha sacrificado precio medio frente al 4T2018 para poder conseguir volumen de ocupación.

PERSPECTIVAS

Actualmente y gracias en gran medida a las campañas de venta anticipada en **melia.com** se presenta una mejora en las reservas para el primer trimestre vs 2019 de un dígito medio alto, esperando mejorar los resultados de cierre del IQ 2019. Este crecimiento viene dado principalmente por ocupación. El impacto positivo lo aportan los hoteles urbanos y de nieve ya que hay que tener en cuenta en este período que 27 de los 69 hoteles vacacionales se encuentran cerrados.

En **Canarias**, aunque los datos de reservas presentan alguna mejoría respecto al año anterior, se deben mayoritariamente a la apertura del Meliá Salinas, que estaba cerrado el año pasado. El retraso en la apertura de Sol Jandía Mar nos afectará negativamente. La previsión es estar ligeramente por debajo de los resultados del año anterior debido a la falta de vuelos (Ryanair ha cerrado bases y la operativa de Thomas Cook no se ha absorbido al 100%, Se prevé un descenso de plazas aéreas en los meses de enero y febrero mayoritariamente desde el Reino Unido y Alemania).

CARTERA Y PROYECTOS

Durante este trimestre, no se han incorporado nuevos hoteles en nuestra cartera de España, si bien hemos desafiliado 3 hoteles, el Tryp Coruña (A Coruña, 181 habitaciones) debido a su venta, así como el Tryp Valencian Feria (Valencia, 127 habitaciones) y el Tryp Salamanca Montalvo (Salamanca, 57 habitaciones), estos últimos bajo contrato de franquicia.

CUBA

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%		12M 2019	12M 2018	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	12,1	14,4	-16,0%
Propiedad	-	-	-	Honorarios de terceros	9,9	11,9	
Alquiler	-	-	-	Honorarios hoteles propiedad y alquiler	-	-	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	2,1	2,4	
Propiedad	-	-	-				
Alquiler	-	-	-				

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL CUBA	-	-	-	-	-	-	50,7%	-5,2	79,9	-1,1%	40,5	-10,3%
TOTAL CUBA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	52,6%	-2,9	77,5	-6,1%	40,8	-11,0%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 4.840,7 (vs 4.388,6 en 12M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Internacional Varadero	Cuba / Varadero	Gestión	946

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
-	-	-	-

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2020		2021		2022		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL CUBA	35	14.781	34	13.425	1	401	0	0	3	523	0	0	4	924
Gestión	35	14.781	34	13.425	1	401	0	0	3	523	0	0	4	924
Franquicia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

- El **RevPAR** en USD (gestión) registró un retroceso del **-13,5%** en el trimestre frente al 4T 2018.
- Los **ingresos por honorarios** en dólares se redujeron en un **-18,4%** en el trimestre frente al mismo periodo del año anterior.
- Las ventas a través de **Melia.com** en el 4T 2019 tuvieron un comportamiento similar frente al mismo periodo del año anterior. Si a estas ventas le añadimos el resto de canales online, registramos un crecimiento global del orden del **+15.33%** respecto al mismo período del año anterior; lo que se explica por el manejo dinámico de las tarifas y la participación en todas las campañas globales, regionales, y particulares en Melia.com, así como por la aportación de los nuevos hoteles, con el Melia Internacional Varadero liderando las ventas.

Tal y como anticipábamos, durante el cuarto trimestre los principales indicadores de la actividad turística en Cuba se movieron a la baja. Como factor fundamental debemos destacar la quiebra del grupo Thomas Cook, que afectó a los hoteles ubicados en las zonas de Jardines del Rey, Holguín y Varadero.

En línea con los primeros nueve meses del año, el reforzamiento de la política de sanciones hacia Cuba continuó afectando a las operaciones grupales, así como provocó salidas de compañías aéreas y la eliminación de numerosos hoteles de Cuba de los canales de venta de diferentes OTAS.

Por último, en el ámbito interno continuó la creciente competencia en áreas como La Habana, resultado de la apertura de nuevos hoteles, con implicaciones para segmentos muy sensibles como es el caso de las Tripulaciones y Empresas.

En este contexto general se produjo un deterioro del precio medio en USD del **-4.5%** respecto al mismo período del año anterior. El ajuste en tarifas fue nuevamente muy marcado en La Habana, pero también se sumaron Holguín y Jardines del Rey, en estos dos últimos casos como resultado de las ofertas que siguieron a la quiebra de Thomas Cook.

Por el lado de la ocupación se registró una caída de casi **-2.4** puntos porcentuales respecto al mismo trimestre del año anterior, siendo los polos más afectados Cayo Largo, Santiago de Cuba, y Jardines del Rey. En el caso de Sol Cayo Largo se ha decidido un cierre estacional desde inicios de septiembre debido a la carencia de vuelos internacionales al destino y para ejecutar principalmente un grupo de inversiones. Los resultados del trimestre continuaron estando impactados por importantes reformas parciales en varios de nuestros hoteles.

PERSPECTIVAS

De modo general, el 1er trimestre del 2020 apunta a un crecimiento de las ventas para nuestra División respecto a igual período del año anterior, fundamentado principalmente por la incorporación del Melia Internacional Varadero. Esperamos una estabilización del RevPAR, con ligera caída en ocupación que se compensa por un incremento en el precio medio.

Por otro lado, debe destacarse la decisión del nuevo gobierno argentino de imponer un impuesto del **30%** a las compras en el exterior, incluyendo los billetes aéreos y alojamientos hoteleros, decisión que pesará negativamente sobre las llegadas de este importante mercado emisor hacia Cuba en los meses que siguen.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante este trimestre, no hemos incorporado nuevos hoteles en nuestra cartera. Seguimos centrados en continuar mejorando las instalaciones de nuestros hoteles por medio de reformas y reposicionamientos.

En el primer trimestre del 2020 debemos destacar la reapertura del Hotel Sirenas, bajo la nueva denominación de Sol Varadero Beach. Con sus 356 habitaciones y áreas gastronómicas totalmente renovadas, la introducción de este nuevo concepto en Cuba representa una importante oportunidad de crecimiento en el segmento de Adults Only en el área de Varadero.

ASIA

INDICADORES FINANCIEROS

	12M 2019	12M 2018	%		12M 2019	12M 2018	%
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER	€M	€M	cambio	MODELO GESTORA	€M	€M	cambio
Ingresos agregados totales	N.D.	N.D.	-	Ingresos Modelo Gestora totales	6,9	7,6	-8,7%
Propiedad	-	-	-	Honorarios de terceros	5,7	5,7	
Alquiler	-	-	-	Honorarios hoteles propiedad y alquiler	0,0	0,0	
De los cuales ingresos de habitaciones	N.D.	N.D.	-	Otros ingresos	1,2	1,9	
Propiedad	-	-	-				
Alquiler	-	-	-				

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUIER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
TOTAL ASIA	-	-	-	-	-	-	64,4%	4,4	73,8	1,5%	47,5	8,9%
TOTAL ASIA BASE COMPARABLE	-	-	-	-	-	-	65,7%	4,4	71,6	1,3%	47,0	8,6%
China	-	-	-	-	-	-	71,1%	4,9	65,1	-5,3%	46,3	1,6%
Sudeste Asiático	-	-	-	-	-	-	62,3%	4,3	77,0	3,6%	47,9	11,3%

* Habitaciones disponibles 12M 2019 (miles): 1,734,8 (vs 1,681,4 en 12M 2018) en P, A y G.

CAMBIOS EN CARTERA

Aperturas entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Meliá Ho Tram	Vietnam / Ho Tram	Gestión	77 (sobre un total de 213)
Meliá Shanghai Parkside	China / Shanghai	Gestión	88
Inside Saigon Central	Vietnam / Ho Chi Minh	Gestión	69
Hoy An	Vietnam / Hoi An	Gestión	150

Desafiliaciones entre 01/01/2019 – 31/12/2019

Hotel	País / Ciudad	Contrato	Habitaciones
Lavender Boutique Hotel	Vietnam / Ho Chi Minh	Gestión	107

EXPANSIÓN

	Cartera Actual				Proyectos									
	2019		2018		2019		2020		2021		En adelante		TOTAL	
	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
TOTAL ASIA	24	5.414	21	5.016	9	2.218	3	630	6	1.295	2	360	20	4.503
Gestión	24	5.414	21	5.016	9	2.218	3	630	6	1.295	2	360	20	4.503
Franquicia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Propiedad	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Alquiler	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

ASIA RESULTADOS ANUALES 2019

- El **RevPAR** en USD (gestión) registró una subida del **+9,7%** frente al 4T 2018.
- Los **ingresos por honorarios** en dólares registraron un crecimiento del **+10,5%** en el periodo frente al 4T 2018.
- Las ventas a través de **Melia.com** subieron un **+37,5%** en el trimestre frente al mismo periodo del año pasado.

A nivel país, en los hoteles de **China** crecieron sus ingresos operativos (USD) en un **+9,2%** comparados con el 4T2018, el RevPAR (en USD) aumento en un **+1,0%**. Destacar la evolución del Gran Meliá Xian, debido a la finalización de las reformas en las áreas productivas del hotel, así como los hoteles Meliá Shanghai Hongqiao y el Innside Zhengzhou, hoteles más estables tras su tercer año de operación.

En el resto de los destinos, hemos tenido un comportamiento muy similar al anterior trimestre. En **Vietnam**, el RevPAR (en USD) creció en un **+16,1%** comparados con 4T2018. Tanto en el Meliá Hanói como en el Meliá Danang Beach Resort pese a las reformas que se están acometiendo han seguido incrementado sus ingresos versus el año anterior. En **Indonesia**, en general, todos los hoteles han mostrado una evolución positiva de ingresos y rentabilidad, especialmente en los hoteles como el INNSIDE Yogyakarta, Sol House Bali Kuta, Meliá Balí, Meliá Purosani y Sol House Bali Legian.

PERSPECTIVAS

Sin lugar a duda, la visión de 2020 va a verse condicionada por el impacto que pueda tener la crisis del Coronavirus de Wuhan. Es un hecho que las autoridades chinas están implantando medidas muy relevantes en el país, pero al coincidir con el Año Nuevo Chino la dificultad se ha incrementado debido a los millones de traslados que esta época del año tiene. Hay poca visibilidad en el primer trimestre, aunque el mes de enero se verá poco impactado ya que la crisis empieza a finales del mes. Febrero será más complicado y a partir de marzo dependerá de la evolución de la situación.

En general el sector turismo en **China** en estos momentos está paralizado y a la espera de que las medidas implantadas causen el efecto deseado. Si eso se produce, el retorno a la normalidad podría ser relativamente rápido en base a la experiencia de brotes similares en el pasado.

Indonesia de algún modo debe verse impactada por esta crisis, pero nuestros hoteles tienen una segmentación amplia de clientes desde el punto de vista geográfico, por lo que el impacto debiera ser limitado. El inicio del año está siendo acorde con las previsiones y no esperamos cambios significativos. Aquí la consolidación de la operación de Innside Yogyakarta y Sol House Legian así como la apertura de Meliá Bintan en el cuarto trimestre, acompañado con la buena operación de los hoteles de Nusa Dua en Bali, y la mejora de resultados versus 2019 de Gran Meliá Jakarta, pueden ayudar a mejorar la rentabilidad de la operación en el país.

Vietnam sin duda se verá beneficiada por la renovación del contrato de Meliá Hanoi por 15 años más y la consolidación de los hoteles abiertos en 2019, esperando buenos resultados especialmente de Meliá Ho Tran. El país sigue su buena línea de crecimiento y la apertura de Innside Halong Bay y Gran Meliá Cam Ranh deben consolidar aún más nuestro liderazgo. Todo ello acompañado por la reciente apertura de nuestra oficina regional en Ho Chi Minh City, para dar apoyo más cercano a la operación de los hoteles del país.

CARTERA Y PROYECTOS

Durante este trimestre, no hemos incorporado nuevos hoteles en nuestra cartera. Para el primer trimestre de 2020, esperamos iniciar la penetración del mercado en Tailandia, con la reciente apertura del Meliá Koh Samui (Tailandia, Koh Samui, 200 habitaciones), después de haber sido cerrado por reformas durante más de un año, adicionalmente, en este primer trimestre, esperamos abrir el The Reed Hotel (Vietnam, Ninh Binh, 140 habitaciones), ambos hoteles bajo contratos de gestión. Para el segundo y tercer trimestre de 2020, esperamos la apertura de los siguientes hoteles: INNSIDE Kuala Lumpur Cheras (Malasia, Kuala Lumpur, 238 habitaciones). INNSIDE Bahía de Ha Long (Vietnam, Bahía de Ha Long, 222 habitaciones), Gran Meliá Chengdu (China, Chengdu, 268 habitaciones), Gran Meliá Zhengzhou (China, Zhengzhou, 388 habitaciones), Meliá Chongqing (China, Chongqing, 230 habitaciones).





OTROS NEGOCIOS

2

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÃ

TRYP

Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

CLUB MELIÁ Y THE CIRCLE

En este cuarto trimestre de 2019 nos enfocamos en consolidar la actividad comercial de nuestro producto Circle by Meliá tanto en The Grand Reserve en la República Dominicana como en nuestras operaciones en México – Paradisus Cancún y Paradisus La Esmeralda-

Nuestros principales indicadores comerciales durante este periodo evolucionaron en forma positiva, fidelizando un 8.0% más de clientes a nuestra base de socios, pese a que se mantuvo una disminución del 11.0% en la afluencia de clientes susceptibles de comprar nuestro producto en ambas regiones de negocio, principalmente en la región de Punta Cana, debido a la caída en ocupación hotelera por la afectación a nivel internacional que el destino tuvo. Nuestro precio medio por contrato se mantuvo al mismo nivel que en 2018 en este periodo, sin embargo, crecimos 4.5% nuestra capacidad de cerrar ventas tanto a clientes nuevos como a socios recurrentes, e incrementamos 4.7% el volumen de ventas por cada cliente que visita nuestras salas Circle; todo ello nos ayudó a crecer un 7.7% el volumen neto de ventas respecto al mismo periodo de 2018.

Tomando en consideración la bajada de afluencia turística en el destino de Punta Cana en la [República Dominicana](#), la actividad comercial en la región evolucionó positivamente tanto en el área de captación de clientes nuevos como en el área de migraciones y ventas adicionales a socios ya existentes. Nuestra capacidad de cerrar ventas en sala aumentó en un 3.0%, el precio medio por contrato se fortaleció reflejando un crecimiento de 2.9% y nuestra eficiencia medida a través del volumen de ventas por cada cliente que visito nuestra sala Circle creció un 6.0%.

La actividad comercial en la región de [México](#) también refleja una evolución muy positiva en este periodo, sustentado principalmente por la incorporación del producto Circle by Meliá en esta región, logrando adicionar 43.9% más clientes a nuestra base de socios. Nuestro precio medio por contrato vendido incrementó 8.4%, crecimos 9.8% nuestra capacidad de cerrar ventas tanto a clientes nuevos como a socios recurrentes, e incrementamos 19.1% el volumen de ventas por cada cliente que visita nuestras salas Circle, llevándonos a crecer un 56.0% el volumen neto de ventas respecto al mismo periodo de 2018.

Para el primer trimestre de 2020 entendemos que la demanda de ocupación en [Punta Cana](#) seguirá con ciertos retos, y en el caso de [México](#), la bajada en tarifas hoteleras podría seguir repercutiendo en el perfil del comprador, pero nos sentimos optimistas y confiados en que la consolidación y optimización de nuestros procesos comerciales aunado a la flexibilidad de nuestro producto, que nos permite fijar estrategias de precios particulares para cada región y temporada del año, nos permitirá seguir evolucionando positivamente en nuestros principales indicadores de negocio y registrando crecimiento en volumen de ventas respecto a 2019.

NEGOCIO INMOBILIARIO

Durante el 2019, hemos procedido con la venta de los hoteles Tryp Azafata (Valencia, 128 habitaciones) y Tryp Coruña (Coruña, 181 habitaciones) por un importe total de €21,2M, generando unas plusvalías a nivel de EBITDA de €10,1M. Adicionalmente hemos registrado un deterioro de €-3,1Mn como consecuencia del ajuste a valor razonable del centro comercial ubicado en Caracas y otros locales comerciales.





Inside Palma Bosque | Mallorca - España

ESTADOS FINANCIEROS

3

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÀ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÀ

PARADISUS
BY MELIÀ

MELIÀ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÀ

TRYP

Sol
by Melià

CIRCLE
BY MELIÀ

MELIÀ
REWARDS

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Aviso importante: La Cuenta de Pérdidas y Ganancias consolidada ha sido adaptada por la implementación de los principios contables incluidos en las NIIF 16. En este sentido, los resultados de 2018 se han ajustado para facilitar su comparativa con los de 2019.

Ingresos Operativos y Gastos de Explotación

Los **Ingresos sin Plusvalías** se mantuvieron en línea frente al ejercicio 2018.

Los **Gastos de Explotación Totales** decrecieron un **0,6%** frente al mismo periodo del año anterior.

EBITDA

El **EBITDA sin Plusvalías** cayó un **-2,3%** frente al 2018, mientras que el **margen EBITDA sin plusvalías** se deterioró en **-62 pb.**

El gasto en **Depreciación y Amortización** aumentó en un **+5,4%** frente al mismo periodo del año anterior por el efecto de los tipos de cambio, el impacto de NIIF 16 y nuevas aperturas.

Resultado de Explotación (EBIT)

El **Resultado de Explotación** se situó en **+€222,8M**, representando una caída del **-13,9%** frente al 2018.

Por su parte, el **Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación** fue **+€6,3M**, lo que se compara con los €5,3M reportados en 2018.

El **Tipo Impositivo** del periodo fue del 22,2%, muy en línea con el 2018.

Resultado Neto

El **Resultado Neto** en 2019 fue de **+€121,7M**, lo que supone una caída del **-19,8%** frente al año anterior, en el que se vio impactado por mayores plusvalías.

El **BPA** del período se situó en **+€0,49**, que se compara con los **+€0,64** reportados en el 2018.



CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (continuación)

% cambio 4T 19 vs 4T 18	4T 2019	4T 2018	(Millones de Euros)	12M 2019	12M 2018	% cambio 12M 19 vs 12M 18
Segmentación de Ingresos						
	430,4	427,2	Total HOTELES	1.911,0	1.932,9	
	66,9	73,9	Modelo Gestora	299,0	320,7	
	342,4	340,3	Hoteles Propiedad y Alquiler	1.545,4	1.554,2	
	21,2	13,0	Otros Negocios Hoteleros	66,6	58,0	
	12,0	19,0	Ingresos y Plusvalías Negocio Inmobiliarios	20,8	51,5	
	25,6	19,9	Ingresos Club Meliá	91,3	75,8	
	42,0	66,8	Gastos Generales	124,9	145,3	
	510,0	532,9	Ingresos Agregados Totales	2.148,0	2.205,5	
	(97,4)	(115,6)	Eliminaciones en Consolidación	(347,3)	(374,2)	
-1,1%	412,7	417,2	Ingresos Operativos y Plusvalías	1.800,7	1.831,3	-1,7%
	(46,4)	(41,3)	Consumos	(199,0)	(190,8)	
	(121,5)	(124,8)	Gastos de Personal	(523,9)	(526,6)	
	(139,0)	(154,5)	Otros gastos	(579,3)	(592,2)	
+4,3%	(306,8)	(320,6)	Total Gastos Operativos	(1.302,3)	(1.309,6)	0,6%
9,5%	105,9	96,6	EBITDAR	498,5	521,7	-4,5%
	(2,9)	(2,6)	Arrendamientos	(20,6)	(20,8)	
9,5%	103,0	94,0	EBITDA	477,9	500,9	-4,6%
	(28,6)	(31,3)	Depreciación y Amortización	(122,3)	(117,4)	
	(39,5)	(32,6)	Depreciación y Amortización (ROU)	(137,7)	(124,3)	
	4,2	(0,0)	Diferencias Negativas de Consolidación	4,9	(0,4)	
29,4%	39,0	30,2	EBIT (RESULTADO DE EXPLOTACIÓN)	222,8	258,9	-13,9%
	(8,4)	(8,8)	Financiación Bancaria	(33,1)	(31,8)	
	(13,1)	(10,1)	Gasto Financiero de Arrendamientos	(41,4)	(43,5)	
	7,2	8,7	Otros Resultados Financieros	14,4	15,2	
	(4,6)	0,3	Resultado Cambiario	(12,8)	(8,9)	
-90,5%	(18,8)	(9,9)	Resultado Financiero Total	(72,8)	(69,0)	-5,5%
	(2,3)	(2,5)	Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	6,3	5,3	
0,5%	17,9	17,8	Resultado Antes de Impuestos	156,3	195,2	-19,9%
	(2,0)	0,8	Impuestos	(34,6)	(43,5)	
-14,4%	16,0	18,6	Resultado Consolidado	121,7	151,7	-19,8%
	(0,2)	(1,6)	Atribuido a Intereses Minoritarios	8,8	4,6	
-20,4%	16,1	20,2	Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	112,9	147,1	-23,2%



BALANCE DE SITUACIÓN

Activo

El **Activo Total** creció un **+4,2%** frente a diciembre de 2018 como resultado de los siguientes aspectos:

- a) Aumento del **Inmovilizado Material** de **+€72,1M** principalmente explicado por:
 - I. Amortizaciones del periodo (**-€102,1M**).
 - II. Combinación de negocio relativa al ME Cabo y solar adyacente (**+€79,9M**).
 - III. Inversiones Netas (**+€63,3M**).
 - IV. Diferencias de Conversión positivas (**+€31M**).
- b) Aumento en **Derechos de Uso** en el periodo (**+€187M**), debido en gran medida a la renegociación del contrato del Meliá White House, a la incorporación del nuevo contrato de alquiler del Inside Charles de Gaulle y a las actualizaciones de contratos actuales, compensado parcialmente por el efecto de las amortizaciones..
- c) Eliminación de **Activos No Corrientes Mantenidos Para la Venta** por la desinversión del hotel situado en Puerto Rico.

(Millones de Euros)	Diciembre 2019	Diciembre 2018	% cambio Diciembre 19 vs Diciembre 18
ACTIVO			
ACTIVO NO CORRIENTE			
Fondo de Comercio	72,3	68,0	6,3%
Otros Activos Intangibles	73,4	76,4	-3,9%
Inmovilizado Material	1.923,3	1.851,2	3,9%
Derechos de Uso (ROU)	1.251,3	1.064,1	17,6%
Inversiones Inmobiliarias	116,3	149,4	-22,2%
Inversiones Valoradas por el Método de la Participación	212,7	197,8	7,5%
Otros Activos Financieros No Corrientes	168,3	140,6	19,7%
Activos por Impuestos Diferidos	297,3	302,6	-1,7%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	4.114,8	3.850,1	6,9%
ACTIVO CORRIENTE			
Activos No Corrientes Mantenidos Para la Venta	0,0	56,1	-100,0%
Existencias	29,3	26,5	10,5%
Deudores Comerciales y Otras Cuentas a Pagar	194,1	249,1	-22,1%
Activos por Impuestos sobre las Ganancias Corrientes	39,6	28,9	37,1%
Otros Activos Financieros Corrientes	49,0	41,1	19,3%
Efectivo y Otros Medios Líquidos Equivalentes	328,9	312,9	5,1%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	640,9	714,5	-10,3%
TOTAL ACTIVO	4.755,7	4.564,6	4,2%

BALANCE DE SITUACIÓN (continuación)

Pasivo

El **Pasivo Total** creció un **+3,3%** frente a diciembre de 2018 por los siguientes aspectos:

- Subida del **Pasivo No Corriente (+7,7%)** principalmente debido a la combinación del incremento de las **Deudas con Entidades de Crédito (+€67M)**, **Pasivos por arrendamientos (+€137,9M)** y de **Pasivos por impuestos Diferidos (+€32,6M)**.
- Disminución del **Pasivo Corriente (-9,7%)** principalmente por la reducción de los epígrafes **Obligaciones y otros valores negociables**, así como **Deudas con entidades de crédito**.

(Millones de Euros)	Diciembre 2019	Diciembre 2018	% cambio Junio 19 vs Diciembre 18
PATRIMONIO			
Capital Suscrito	45,9	45,9	0,0%
Prima de Emisión	1.107,1	1.119,3	-1,1%
Reservas	443,0	431,9	2,6%
Acciones Propias	-28,2	-16,0	75,9%
Ganancias Acumuladas	-325,4	-430,5	-24,4%
Otros Instrumentos de Patrimonio	0,0	0,0	0,0%
Diferencias de Conversión	-110,5	-133,1	-17,0%
Otros Ajustes por Cambio de Valor	-2,6	-2,1	19,1%
Resultado del Ejercicio Atribuido a la Sociedad Dominante	112,9	147,1	-23,2%
PATRIMONIO NETO ATRIBUIDO A LA DOMINANTE	1.242,4	1.162,5	6,9%
Participaciones No Dominantes	43,6	41,9	4,1%
TOTAL PATRIMONIO NETO	1.286,0	1.204,4	6,8%
PASIVO			
PASIVO NO CORRIENTE			
Obligaciones y Otros Valores Negociables	34,0	33,8	0,3%
Deudas con Entidades de Crédito	786,9	719,9	9,3%
Valor Presente de Deuda a L/P (Alquileres)	1.264,3	1.126,4	12,2%
Otros Pasivos Financieros No Corrientes	12,2	15,0	-18,4%
Subvenciones de Capital y Otros Ingresos Diferidos	350,6	368,5	-4,9%
Provisiones	29,8	54,1	-44,9%
Pasivos por Impuestos Diferidos	221,9	189,3	17,2%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	2.699,7	2.507,1	7,7%
PASIVO CORRIENTE			
Obligaciones y Otros Valores Negociables	0,2	51,5	-99,7%
Deudas con Entidades de Crédito	100,3	115,1	-12,8%
Valor Presente de Deuda a C/P (Alquileres)	172,0	151,0	13,9%
Acreedores Comerciales y Otras Cuentas a Pagar	424,5	469,0	-9,5%
Pasivos por Impuestos sobre las Ganancias Corrientes	7,7	7,1	8,6%
Otros Pasivos Financieros Corrientes	65,3	59,4	9,9%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	770,0	853,0	-9,7%
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	4.755,7	4.564,6	4,2%

RESULTADO FINANCIERO Y DEUDA

Resultado Financiero

El **Resultado Financiero Neto** se incrementó en un **5,5%** frente al año anterior como resultado de:

- Aumento de **Financiación Bancaria** de **€1,3M** por la integración de Adprotel en el segundo semestre de 2018. Adicionalmente, el **coste de la deuda** se situó en 3,1%, frente al 3,2% de 2018.
- Reducción de **Otros Resultados Financieros** en **€0,8M**.
- Reducción del **Gasto Financiero de Arrendamientos** de **€2,1M** por la reducción del pasivo a medida que avanzan los contratos de arrendamiento.
- Caída en **Resultado Cambiario** de **-€3,8M**.

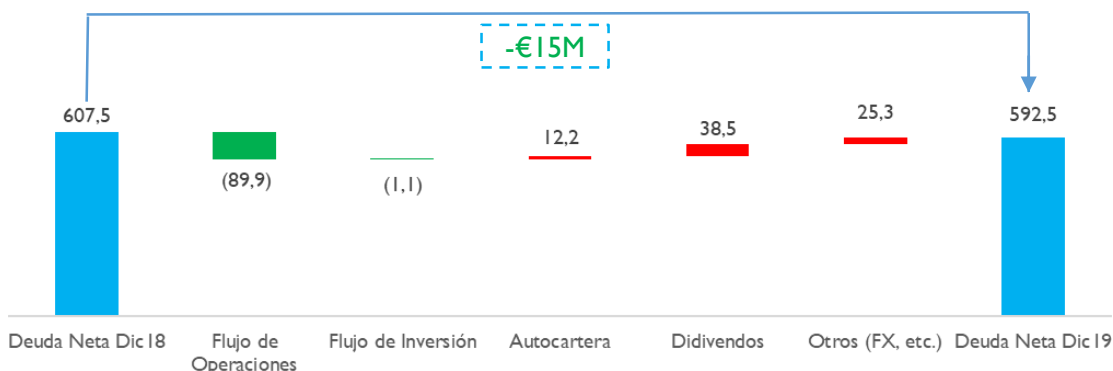
4T 2019	4T 2018		12M 2019	12M 2018
(4,6)	0,3	Resultado Cambiario	(12,8)	(8,9)
(13,1)	(10,1)	Gasto Financiero de Arrendamientos	(41,4)	(43,5)
(8,4)	(8,8)	Financiación Bancaria	(33,1)	(31,8)
7,2	8,7	Otros Resultados Financieros	14,4	15,2
(18,8)	(9,9)	Resultado Financiero Total	(72,8)	(69,0)

Deuda

La **Deuda Neta pre NIIF 16** se situó en **+€592,5M** a cierre de 2019, lo que representa una caída de **-€15M** frente a diciembre de 2018. El ratio de apalancamiento Deuda Neta/EBITDA pre NIIF 16 se situó en un **2,1** x, ligeramente impactado por el programa de recompra de acciones propias. Destacar que a cierre de año, más de un 30% de la deuda es en US\$, a fin de obtener una cobertura natural con la generación de caja.

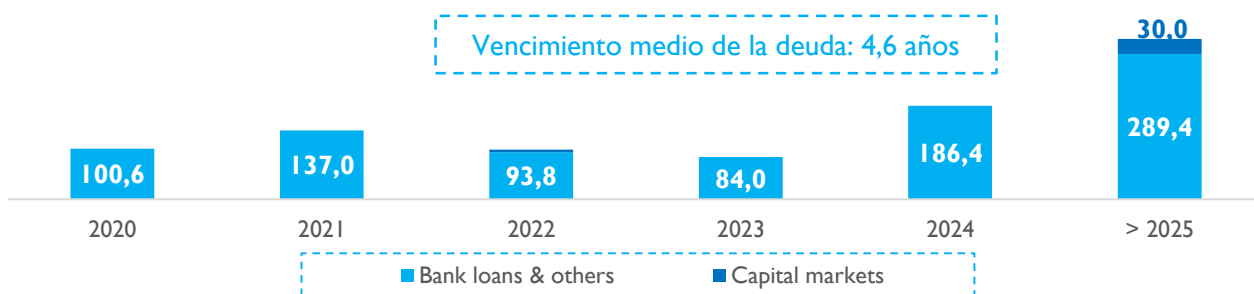
Considerando el impacto de alquileres, la **Deuda Neta post NIIF 16** aumentó en **+€143,8M** en el periodo hasta los **€2.028,8M**, motivado principalmente a la renegociación del contrato del "long lease" del Meliá White House. El ratio de apalancamiento post IFRS 16 se sitúa en un **4,3** x.

Evolución Deuda Neta Pre-IFRS 16 Dic2018 – Dic2019 (millones de €)



Asimismo, la segmentación de nuestros instrumentos de deuda por fecha de vencimiento se recoge a continuación:

Segmentación de la Deuda por vencimiento¹ (millones de €)



1) Excluyendo Pólizas de Crédito



Gran Meliá Palacio de Isora Resort & Spa | Tenerife – España

MELIÁ EN BOLSA

4

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÃ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÃ

PARADISUS
BY MELIÃ

MELIÃ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÃ

TRYP

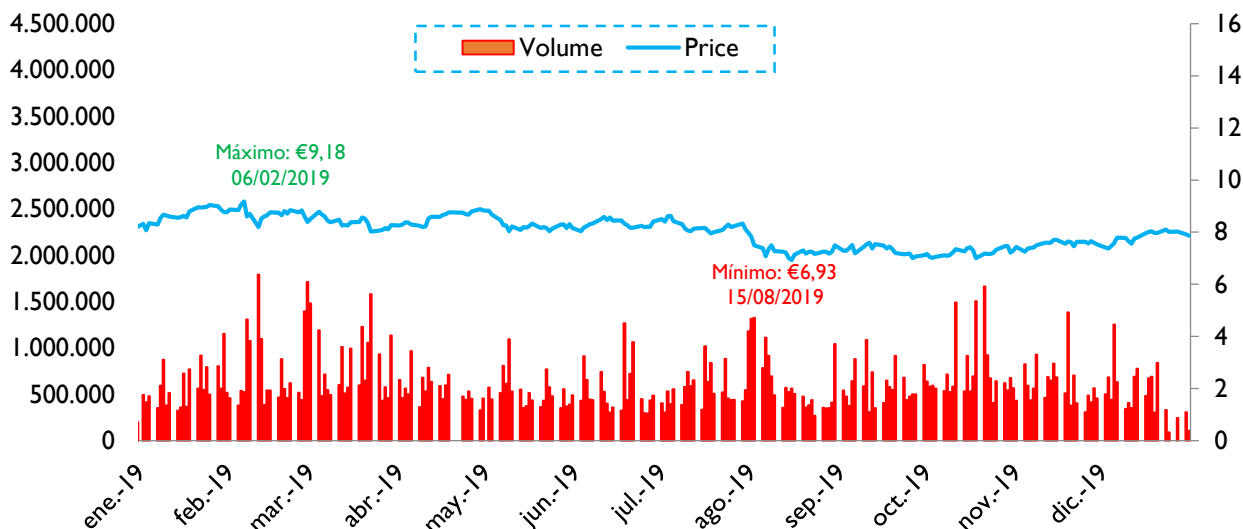
Sol
by Meliã

CIRCLE
BY MELIÃ

MELIÃ
REWARDS

LA ACCIÓN DE MELIÁ

Durante el cuarto trimestre del año, el precio de la acción de Meliá creció un **+10,4%**, mejorando el comportamiento del Ibex 35 (**+3,3%**). Durante este ejercicio, nuestras acciones se han devaluado en un **-4,3%**, mientras que el Ibex 35 se ha incrementado en un **+11,8%**.



	1T 2019	2T 2019	3T 2019	4T 2019	2019
Volumen medio diario (miles de acciones)	729,1	544,3	597,7	624,4	623,9
Meliá (% cambio)	+0,8%	1,5%	-15,2%	10,4%	-4,3%
Ibex 35 (% cambio)	+8,2%	-0,4%	0,5%	3,3%	11,8%

	2019	2018
Número de acciones (millones)	229,70	229,70
Volumen medio diario (miles de acciones)	623,87	724,36
Precio máximo (euros)	9,18	12,66
Precio mínimo (euros)	6,93	7,96
Último precio (euros)	7,86	8,21
Capitalización de mercado (millones de euros)	1.805,44	1.885,84
Dividendo (euros)	0,183	0,17

Fuente: Bloomberg.

Nota: Las acciones de Meliá cotizan en el Ibex 35 y en el Índice FTSE4Good Ibex.

Eventos destacados de 2019:

- El día 10 de julio de 2019, la Compañía abonó un dividendo ordinario de €0,1830 por acción a sus accionistas.
- El pasado 21 de octubre de 2019, la Compañía anunció un programa de recompra de acciones propias, hasta un máximo de 8.500.000 acciones.



Gran Meliá Rome Villa Agrippina | Italia

ANEXO

5

MELIÄ HOTELS INTERNATIONAL

GRAN MELIÄ
HOTELS & RESORTS

ME
BY MELIÄ

PARADISUS
BY MELIÄ

MELIÄ
HOTELS & RESORTS

INSIDE
BY MELIÄ

TRYP

Sol
by Meliä

CIRCLE
BY MELIÄ

MELIÄ
REWARDS

SEGMENTACIÓN MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

12M 2019	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	1.911,0	20,8	91,3	124,9	2.148,0	(347,3)	1.800,7
Gastos	1.399,5	7,6	78,3	164,0	1.649,5	(347,3)	1.302,3
EBITDAR	511,4	13,2	13,0	(39,1)	498,5	(0,0)	498,5
Arrendamientos	20,6	0,0	0,0	0,0	20,6	(0,0)	20,6
EBITDA	490,8	13,2	13,0	(39,1)	477,9	0,0	477,9
D&A	102,8	0,2	0,9	13,5	117,4	0,0	117,4
D&A (ROU)	131,8	0,0	0,0	5,9	137,7	0,0	137,7
EBIT	256,3	13,0	12,1	(58,6)	222,8	0,0	222,8

12M 2018	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	1.932,9	51,5	75,8	145,3	2.205,5	(374,2)	1.831,3
Gastos	1.401,4	28,0	68,3	186,2	1.683,8	(374,2)	1.309,6
EBITDAR	531,5	23,5	7,6	(40,9)	521,7	(0,0)	521,7
Arrendamientos	20,8	0,0	0,0	0,0	20,8	(0,0)	20,8
EBITDA	510,7	23,5	7,6	(40,9)	500,9	0,0	500,9
D&A	102,7	(0,8)	2,0	13,9	117,8	0,0	117,8
D&A (ROU)	122,6	0,0	0,0	1,7	124,3	0,0	124,3
EBIT	285,5	24,3	5,6	(56,6)	258,9	0,0	258,9

4T 2019	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	430,4	12,0	25,6	42,0	510,0	(97,4)	412,7
Gastos	326,0	3,2	23,3	51,6	404,2	(97,4)	306,8
EBITDAR	104,4	8,8	2,3	(9,6)	105,9	(0,0)	105,9
Arrendamientos	2,9	0,0	0,0	0,0	2,9	(0,0)	2,9
EBITDA	101,6	8,8	2,3	(9,6)	103,0	0,0	103,0
D&A	20,4	(0,0)	0,2	4,0	24,5	0,0	24,5
D&A (ROU)	35,8	0,0	0,0	3,7	39,5	0,0	39,5
EBIT	45,4	8,8	2,1	(17,3)	39,0	0,0	39,0

4T 2018	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Club Meliá	Gastos Generales	Total Ingresos Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	427,2	19,0	19,9	66,8	532,9	(115,6)	417,2
Gastos	321,1	18,5	15,5	81,1	436,2	(115,6)	320,6
EBITDAR	106,0	0,5	4,3	(14,2)	96,6	(0,0)	96,6
Arrendamientos	2,6	0,0	0,0	0,0	2,6	(0,0)	2,6
EBITDA	103,4	0,5	4,3	(14,2)	94,0	0,0	94,0
D&A	27,4	0,1	0,7	3,1	31,3	0,0	31,3
D&A (ROU)	32,8	0,0	0,0	(0,2)	32,6	0,0	32,6
EBIT	43,3	0,4	3,7	(17,2)	30,2	0,0	30,2



PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA Y PAÍS

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
Paradisus	64,2%	-8,7	132,3	1,7%	84,9	-10,4%	55,7%	-11,8	127,5	0,0%	71,0	-17,5%
ME by Meliá	66,8%	-7,8	284,2	3,6%	189,8	-7,2%	66,2%	1,0	263,1	1,7%	174,0	3,1%
Gran Meliá	66,5%	0,1	250,8	4,3%	166,8	4,5%	61,9%	-2,4	210,6	5,7%	130,3	1,8%
Meliá	69,9%	-0,4	125,8	2,6%	88,0	2,1%	63,4%	-0,4	105,5	1,6%	66,9	1,0%
Innside	71,8%	-0,3	120,6	-1,7%	86,5	-2,0%	70,3%	1,7	112,1	-3,1%	78,8	-0,8%
Tryp by Wyndham	73,0%	-0,1	91,8	6,3%	67,0	6,2%	68,1%	0,8	80,8	3,8%	55,0	4,9%
Sol	76,3%	0,2	76,5	-1,4%	58,3	-1,1%	70,8%	-2,2	78,8	0,7%	52,6	-3,3%
TOTAL	70,8%	-1,2	122,8	2,3%	86,9	0,6%	65,2%	-1,5	105,8	1,6%	69,0	-0,7%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR PAÍSES RELEVANTES

	PROPIEDAD Y ALQUIER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	p.p. cambio	€	% cambio	€	% cambio
AMÉRICA	61,0%	-6,0	119,0	2,5%	72,5	-6,7%	55,3%	-4,3	94,4	0,7%	52,2	-6,5%
República Dominicana	60,2%	-6,1	107,5	-3,8%	64,8	-12,5%	60,2%	-6,1	107,5	-3,8%	64,8	-12,5%
México	68,2%	-5,5	121,0	4,2%	82,5	-3,6%	68,2%	-3,6	121,0	-1,3%	82,5	-6,3%
EE.UU.	78,2%	-0,6	158,0	0,4%	123,6	-0,4%	78,2%	-0,6	158,0	0,4%	123,6	-0,4%
Venezuela	17,7%	-24,3	105,2	34,3%	18,6	-43,4%	17,7%	-24,3	105,2	34,3%	18,6	-43,4%
Cuba	-	-	-	-	-	-	50,7%	-5,2	79,9	-1,1%	40,5	-10,3%
Brasil	-	-	-	-	-	-	61,0%	4,1	79,5	5,9%	48,5	13,5%
ASIA	-	-	-	-	-	-	64,4%	4,4	73,8	1,5%	47,5	8,9%
Indonesia	-	-	-	-	-	-	63,1%	3,0	69,4	4,4%	43,8	9,6%
China	-	-	-	-	-	-	71,1%	4,9	65,1	-5,3%	46,3	1,6%
Vietnam	-	-	-	-	-	-	63,8%	5,3	98,1	-0,2%	62,6	8,8%
EUROPA	73,4%	0,1	123,6	2,2%	90,7	2,3%	71,9%	-0,2	115,3	2,1%	82,9	1,8%
Austria	80,2%	3,4	143,9	7,4%	115,4	12,2%	80,2%	3,4	143,9	7,4%	115,4	12,2%
Alemania	72,4%	0,3	111,1	2,0%	80,4	2,4%	72,4%	0,3	111,1	2,0%	80,4	2,4%
Francia	77,1%	-4,6	165,2	-10,6%	127,3	-15,6%	77,1%	-4,6	165,2	-10,6%	127,3	-15,6%
Reino Unido	75,9%	0,2	177,8	3,2%	134,9	3,4%	75,9%	0,3	175,7	2,0%	133,3	2,4%
Italia	71,8%	1,3	216,5	2,4%	155,4	4,2%	71,3%	1,7	220,9	3,3%	157,6	5,9%
España	73,2%	0,1	116,8	2,3%	85,5	2,4%	72,6%	0,1	110,6	1,6%	80,4	1,7%
Hoteles Vacacionales	74,3%	0,2	111,1	-2,5%	82,6	-2,3%	73,7%	-0,2	104,2	-2,3%	76,8	-2,6%
Hoteles Urbanos	72,2%	0,0	122,2	6,8%	88,2	6,8%	71,4%	0,4	118,7	6,5%	84,7	7,1%
TOTAL	70,8%	-1,2	122,8	2,3%	86,9	0,6%	65,2%	-1,5	105,8	1,6%	69,0	-0,7%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR DIVISIÓN Y TIPOS DE CAMBIO

RESUMEN INDICADORES FINANCIEROS 4T 2019

	HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER										MODELO GESTORA					
	Ingresos Agregados		Ingresos de Habitaciones		EBITDAR		EBITDA		EBIT		Honorarios Terceras Partes		Honorarios Propiedad y Alquiler		Otros Ingresos	
	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio
America	86,0	-2,8%	38,4	-6,7%	14,4	-31,3%	13,7	-33,8%	2,8	-59,3%	2,0	9,0%	4,4	-12,6%	1,9	-54,1%
EMEA	104,8	4,2%	74,6	5,0%	32,2	7,9%	30,6	7,2%	14,7	2,1%	0,3	54,7%	6,4	9,9%	1,7	-58,4%
Spain	151,6	0,2%	103,3	0,2%	30,5	-1,2%	30,0	-0,6%	(1,3)	441,5%	4,5	-11,4%	9,0	2,9%	2,2	-36,7%
Cuba	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,9	-16,2%	0,0	-	0,6	-68,6%
Asia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,8	13,1%	0,0	-	0,4	-41,8%
TOTAL	342,4	0,6%	216,4	0,5%	77,1	-5,6%	74,3	-6,5%	16,2	-22,7%	10,5	-4,1%	19,8	1,0%	6,7	-52,4%

ESTADÍSTICAS PRINCIPALES POR DIVISIÓN 4T 2019

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio	%	P.P. cambio	€	% cambio	€	% cambio
America	59,1%	1,1	109,7	-7,9%	64,8	-6,3%	59,5%	2,2	104,6	-3,3%	62,3	0,4%
EMEA	75,6%	0,3	143,4	4,4%	108,4	0,5%	73,4%	-0,6	144,0	-0,5%	105,7	-1,4%
Spain	66,8%	0,9	109,5	3,1%	73,1	4,5%	67,5%	1,7	97,9	1,8%	66,1	4,5%
Cuba	-	-	-	-	-	-	44,4%	-5,1	77,4	-1,1%	34,3	-11,3%
Asia	-	-	-	-	-	-	67,9%	6,7	74,2	1,3%	50,4	12,4%
TOTAL	67,3%	0,9	119,2	0,4%	80,3	1,8%	61,9%	0,1	100,9	0,1%	62,5	0,3%

TIPOS DE CAMBIO 12M 2019

	12M 2019	12M 2018	12M 2019 VS 12M 2018
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1394	1,1302	+0,8%
Dólar Americano (USD)	0,8934	0,8477	+5,1%

TIPOS DE CAMBIO 4T 2019

	4T 2019	4T 2018	4T 2019 VS 4T 2018
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1614	1,1273	+2,9%
Dólar Americano (USD)	0,9038	0,8767	+3,0%



IMPACTO DE NIIF 16 EN NUESTROS ESTADOS FINANCIEROS

El pasado 1 de enero de 2019 entró en vigor la nueva normativa sobre arrendamientos (NIIF 16), la cual supone cambios relevantes en la composición de nuestros activos y pasivos, así como en la estructura de nuestra cuenta de PyG. En este sentido, de cara a facilitar una adecuada comparativa, la siguiente tabla incluye los principales impactos de la nueva norma en nuestra cuenta de PyG Consolidada del 12M 2019.

	Diciembre 2019 Tras NIIF 16	NIIF 16	Diciembre 2019 Antes de NIIF 16
<i>Importes en millones de €</i>			
EBITDA	477,910	(190,475)	287,435
Depreciación y Amortización	(122,329)		(122,329)
Depreciación y Amortización (ROU)	(137,713)	137,713	0,000
Diferencias Negativas de Consolidación	4,926		4,926
EBIT (OPERATING PROFIT)	222,794	(52,762)	170,032
Financiación Bancaria	(33,069)		(33,069)
Gasto Financiero de Arrendamientos	(41,381)	41,381	0,000
Otros Resultados Financieros	14,417		14,417
Resultado Cambiario	(12,753)		(12,753)
Resultado Financiero Total	(72,786)	41,381	(31,405)
Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	6,303		6,303
Resultado Antes de Impuestos	156,312	(11,380)	144,931
Impuestos	(34,632)	2,521	(32,111)
Resultado Consolidado	121,679	(8,859)	112,820
Atribuido a Intereses Minoritarios	8,781	(0,533)	8,248
Resultado Consolidado Atribuido a la Entidad Dominante	112,898	(8,326)	104,572



Meliá Hotels International Equipo de Relación con Inversores

Datos de contacto:

[Stéphane Baos](mailto:stephane.baos@melia.com)

stephane.baos@melia.com

+34 971 22 45 81

DEFINICIONES

EBITDA y EBITDA sin plusvalías

El EBITDA (*Earnings Before Interest expense, Taxes and Depreciation and Amortization*) hace referencia al beneficio o pérdida derivada de las operaciones continuadas, antes de impuestos, intereses y gastos de depreciación y amortización.

Por su parte, el EBITDA sin plusvalías se calcula como EBITDA, tal y como se ha definido anteriormente, ajustado para excluir determinados conceptos como ganancias, pérdidas o costes asociados a ventas de activos, tanto los que consolidan globalmente, como los que no.

Márgenes EBITDAR y EBITDA sin plusvalías

El margen EBITDAR se obtiene dividiendo el EBITDAR entre los ingresos totales, excluyendo toda aquella plusvalía que haya podido generarse por ventas de activos a nivel de ingresos.

Por otro lado, el margen EBITDA sin plusvalías se obtiene dividiendo el EBITDA sin plusvalías entre los ingresos totales, excluyendo aquellas plusvalías que se hayan generado a nivel de ingresos por ventas de activos.

Deuda Neta

La Deuda Neta es una métrica financiera que la Compañía utiliza para evaluar su apalancamiento financiero. Se obtiene como la suma de la deuda a largo plazo más la deuda a corto plazo, todo ello minorado por el efectivo y otros activos equivalentes. En este sentido, nuestra definición de Deuda Neta puede que no sea totalmente comparable a la usada por otras compañías.

Ratio Deuda Neta / EBITDA

La ratio Deuda Neta / EBITDA es una métrica empleada habitualmente por analistas financieros, inversores y otros terceros para comparar la condición financiera de una determinada compañía. Como su propio nombre indica, se obtiene dividiendo la Deuda Neta entre el EBITDA. Del mismo modo que sucede con la Deuda Neta, nuestra definición de la métrica Deuda Neta / EBITDA puede que no sea totalmente comparable con la usada por otras compañías.

Tasa de Ocupación

La Tasa de Ocupación se obtiene como el cociente entre el total de noches de habitación vendidas entre el total de noches de habitación disponibles durante un periodo analizado. Mide el uso de la capacidad disponible de los hoteles y es usada por el equipo gestor para medir la demanda de un hotel o grupo de hoteles específicos en un determinado periodo. Asimismo, también sirve para fijar la tarifa promedio por habitación en función de si la demanda de habitaciones aumenta o decrece.

Tarifa Promedio por Habitación (Average Room Rate o ARR)

La Tarifa Promedio por Habitación, comúnmente conocida como ARR, se obtiene dividiendo los ingresos obtenidos por venta de habitaciones entre las noches de habitación vendidas en un determinado periodo. Mide el precio medio por habitación alcanzado por un hotel y proporciona una valiosa información relativa a dinámicas de precios y naturaleza de los clientes de un determinado hotel o grupo de hoteles. Es una métrica utilizada ampliamente en la industria y por el equipo gestor para evaluar los precios que la Compañía es capaz de cobrar en función del tipo de cliente. Asimismo, los cambios en la tarifa promedio por habitación tienen un impacto diferente tanto en ingresos, como en la rentabilidad del negocio, de aquellos producidos en la tasa de ocupación.

Ingreso por Habitación Disponible (Revenue Per Available Room o RevPAR)

El Ingreso por Habitación Disponible, comúnmente conocido como RevPAR, se obtiene dividiendo los ingresos de habitaciones entre el número de noches de habitación disponibles para la venta. Es una métrica primordial para el equipo gestor a la hora de evaluar el comportamiento del negocio, ya que está correlacionada con los dos indicadores principales de las operaciones de un hotel o grupo de hoteles: la tasa de ocupación y la tarifa promedio por habitación. Asimismo, el RevPAR se utiliza para medir y comparar el comportamiento en periodos comparables entre hoteles similares.