

RESULTADOS MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL

La Compañía ha optado por aplicar el tipo de cambio para las operaciones de Venezuela al SICAD II, como el más representativo dentro de los tipos de cambio vigentes a dicha fecha. Esta modificación supone el segundo ajuste sobre la contribución de Venezuela en la información financiera de 2014 e implica un cambio desde 6,30 hasta 50 bolívares por dólar.

El **EBITDA** para el ejercicio 2014 ha ascendido a €228,3 millones, lo que supone un -5,1% respecto al año anterior. Si excluimos las plusvalías generadas por la venta de activos (2014 €14.9 millones / 2013 €50.9 millones) el EBITDA se habría incrementado en un 12.4%.

Durante el ejercicio 2013 por debajo del EBITDA se incluyeron diferencias negativas de consolidación por importe de €30,9 millones como consecuencia del cambio de método de integración de las sociedades Idiso (plataforma de distribución) e Inversiones Hoteleras la Jaquita, S.L. (propietaria del hotel Gran Meliá Palacio de Isora).

A nivel de **resultado financiero**, este mejoró en €123.7 Mn comparado con 2013, debido al efecto neto de :

- a) Ahorro de los intereses de préstamos en €4.5 Mn debido a la reducción del coste financiero medio, parcialmente compensado por una mayor deuda bruta media que en el ejercicio anterior.
- b) Mejores “Otros resultados financieros” por €60 millones principalmente debido a:
 - i. En 2013 se incluyeron gastos financieros por importe de €76 Mn como consecuencia del mark to market de las opciones de convertibilidad de los bonos convertibles. Destacar que Meliá Hotels International tomó en su día la decisión de renunciar a la opción de liquidación en caja por lo que en el 2014 y años sucesivos se elimina la volatilidad de la cuenta de resultados por este motivo.
 - ii. A nivel de ingreso financiero en diciembre 2013, y vinculado a un acuerdo con Equity Inmuebles SL, por el cual se redujo el plazo del alquiler de los 17 hoteles explotados por Meliá, a finales de 2013 se modificó el tratamiento contable de estos alquileres, pasando de considerarse como arrendamiento financiero a reflejarse como arrendamiento operativo y generando unos ingresos financieros por valor de €30 Mn como consecuencia de la diferencia del valor de los activos y pasivos dados de baja.
 - iii. Menores gastos financieros debido al impacto de la hiperinflación en Venezuela.
 - iv. Parcialmente compensado por mayores ingresos financieros por la tesorería disponible.
- c) La reducción de “Otros gastos financieros” por € 10.9 Mn en base al acuerdo alcanzado con Equity Inmuebles SL (mencionado en el apartado anterior). Cuyo impacto en 2014 está en el epígrafe de “alquileres”.
- d) Las diferencias de cambio son debidas a la apreciación del USD frente al Euro en particular este último semestre de 2014.

La **deuda bruta de la Compañía se ha reducido por importe de € 301 millones** comparado con diciembre 2013. Una vez Meliá tuvo constancia del importe a pagar (€30 millones) por el vencimiento de los bonos convertibles, tras la conversión en acciones por importe de €170,5Mn, se procedió a cancelar parte de la deuda bruta con parte del exceso de liquidez disponible.

La **deuda neta total ha disminuido en €198 millones** comparada con la presentada en diciembre 2013. La deuda neta ha alcanzado los €987 millones gracias a la mejora del negocio hotelero, la venta del Sol Aloha Puerto, el recobro a asociadas y la conversión de los bonos convertibles por importe de € 170,5Mn. Tal y como se indicó en el último informe de resultados, la deuda neta, durante el año 2014, ha estado negativamente afectada por: a) la consolidación de la sociedad Colon Verona, propietaria del hotel Gran Meliá Colon (Sevilla), incorporando €29 millones de deuda por motivos de la IFRS 10 y b) la devaluación del bolívar venezolano.

Para el **ejercicio 2015**, Meliá mantiene su objetivo dirigido hacia el **desapalancamiento financiero** gracias a la venta de activos, con un objetivo de venta por importe aproximado de 200 millones de euros, la mejora de la generación libre de caja motivada por la mejor evolución del negocio y la reducción de los gastos financieros debido a un mejor tipo de interés financiero medio y a la reducción de la deuda bruta.

En lo que se refiere a la **expansión** del grupo, el impulso de las nuevas incorporaciones sigue siendo fuerte y concentrado en un **modelo poco intensivo en capital**, con la firma en 2014 de alrededor 22 hoteles lo que suponen 5134 nuevas habitaciones (78% en gestión y 22% alquiler), el pipeline total asciende a más de 14.000 habitaciones.

La Compañía espera firmar este año entre 25-30 nuevas incorporaciones al pipeline, con especial énfasis a los mercados emergentes.

Por último, con relación al Outlook de la compañía, durante el primer trimestre de 2015 se están registrando unos excelentes resultados en los resorts de América alcanzando unas tasas de crecimiento de doble dígito en RevPAR. En este sentido además de la buena evolución del negocio hay que añadirle el efecto que la apreciación del USD tendrá sobre el consolidado de Meliá en EUR.

En referencia a la evolución de los hoteles en Management, destacar el hotel Meliá Nassau, que entrará en su segundo año de operaciones, y que tras la importante reforma que se ha llevado a cabo en 2014, el 2015 se presenta con muy buenas previsiones.

Durante 2015, concretamente en los últimos meses del año, se tiene previsto la apertura de 5 hoteles en Management: Me Miami, Meliá Costa Hollywood (Florida), Meliá Jamaica, Paradisus Cabo Real (México) y Me Caracas.

Respecto al área EMEA, esperamos un año 2015 con buenas perspectivas de crecimiento en prácticamente todos los destinos destacando especialmente el área de UK donde la fortaleza de la libra así como de la economía en general ayudará tanto a

los hoteles del destino como al resto de Europa, especialmente los hoteles vacacionales del área cuyo principal feeder market es este mercado. El único mercado que se verá afectado negativamente es el alemán debido que 2015 será un año de menos ferias (130 días en 2015 vs 180 en 2014). Italia se verá fuertemente beneficiada por la celebración de la Expo en Milán.

Por otro lado durante 2015 se abrirán varias propiedades incluido el Meliá Doha, Meliá Paris La Defense, Meliá Campione de Italia, ME Milano, Ininside Manchester que sumados a las recientes aperturas de Alemania y Viena seguirán contribuyendo a aumentar los resultados y al reconocimiento de marca del grupo en el área.

La apreciación de la libra esterlina así como del franco suizo respecto al euro, como principales drivers, permiten prever cierto optimismo de cara al 2015. A fecha de hoy, las reservas a través de TTOO y de melia.com están un 10% por encima del año anterior destacando el mercado británico, hay que tener en cuenta que para el resto de mercados centro europeos la contratación para los meses de verano suele empezar un poco más tarde. En cuanto al mercado español la previsión es positiva esperando una mejora comparado con el año anterior, por el contrario para el mercado ruso, debido a la inestabilidad económica y a la devaluación del rublo, se prevé una reducción que afectará principalmente a la Costa Dorada y algunos hoteles de Baleares. Aunque todavía es pronto para pronosticar la evolución de la división Mediterráneo para todo el año, todo apunta a que será una temporada de características similares a la del ejercicio 2014, habiendo sido el ejercicio 2014 un año histórico. Al igual que en 2014 la evolución del RevPAR se va a centrar más en el precio medio que en la ocupación.

En la región Spain, el ejercicio 2014 estuvo afectado por diversos eventos que no se repetirán en 2015, como son varios congresos tales como ESMO (European Society for Medical Oncology) y el Mundial de Baloncesto. Pese a lo comentado anteriormente, en cuanto al segmento de grupos, observamos que con origen España tenemos un “on the books” para el 2015 similar al que teníamos hace un año para hoteles de la Región España. No obstante el segmento grupal con origen de negocio en EMEA tiene un volumen de negocio confirmado hacia hoteles de España que duplica lo de hace un año.

La temporada de nieve, también presenta una evolución positiva respecto 2014.

Para el año completo se espera una mejora del RevPAR (ingresos por habitaciones disponibles) de un dígito simple alto.