**MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL, S.A.** (la "**Sociedad**"), en cumplimiento de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, en relación con el artículo 17 del Reglamento (UE) n.º 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (**CNMV**) la siguiente:

## INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

El Consejo de Administración celebrado durante el día de hoy ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al cierre del tercer trimestre del año 2026

Se adjunta informe de resultados para analistas e inversores correspondiente al tercer trimestre de 2026 así como la nota de prensa.

Meliá Hotels International, S.A.
En Palma de Mallorca, a 03 de noviembre de 2026

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

# RESULTADOS DEL TERCER TRIMESTRE 2026



Paradisus Cancún I Cancún, Mexico

GRAN MELIÁ HOTELS & RESORTS · The MELIÁ COLLECTION · ME BY MELIÃ · PARADISUS BY MELIÃ · MELIÃ HOTELS & RESORTS · zel · INNSiDE BY MELIÃ · SOL BY MELIÃ · AFFILIATED BY MELIÃ

MELIÃ HOTELS INTERNATIONAL

# RESULTADOS TERCER TRIMESTRE 2026

**€ 659,6M**
INGRESOS
Sin Plusvalías 3T
*+7,7% vs AA*

**€ 198,3M**
EBITDA
Sin Plusvalías 3T
*+4,1% vs AA*

**€ 0,34**
BPA
3T
*+€0,00 vs AA*

---

**€ 1.707,0M**
INGRESOS
Sin plusvalías 9M
*+7,3% vs AA*

**€ 443,0M**
EBITDA
Sin Plusvalías 9M
*+3,2% vs AA*

**€ 0,30**
BPA
9M
*-€0,38 vs AA*

**€ 106,9**
REVPAR PAG 9M
*+16,5% vs AA*

**48,4%**
MELIA.COM*
**De venta centralizada**
** Se recogen todas las fuentes de canales propios.*

**€ 2.102,9M** DEUDA NETA
*-98,0M vs cierre 2025*

**€ 846,2M** DEUDA NETA *Sin Arrendamientos*
*+67,6M vs cierre 2025*

## EVOLUCIÓN NEGOCIO

- Presentamos una temporada estival positiva gracias a la solidez de la demanda nacional e internacional. El RevPAR *like for like* a nivel agregado en el tercer trimestre crece un 7,5%. Nuestras operaciones en España fueron sólidas, compensando un menor desempeño en México.
- Los Ingresos Consolidados excluyendo plusvalías del tercer trimestre, se han incrementado en un 7,7% gracias a la positiva temporada de verano y al aumento del número de habitaciones disponibles en el perímetro de Propiedad y Alquiler (+3,2%).
- El EBITDA sin plusvalías en el tercer trimestre alcanza los €198,3 M, un 4,1% superior al 2025. El tercer trimestre refleja el impacto negativo por importe conjunto de €5,8 M por la reciente reapertura de Paradisus Cancún y las reformas en Gran Meliá Don Pepe. Adicionalmente el cambio de alquiler a gestión del hotel Innside Nueva York ha implicado un menor EBITDA en €3,1M en el tercer trimestre.

## DEUDA Y LIQUIDEZ

- A cierre de septiembre, la Deuda Neta se ha situado en los €2.102,9M, una reducción de €98,0 M en comparación con el 2025. La Deuda Neta financiera excluyendo arrendamientos se incrementó en €67,6 M alcanzando los €846,2M. Durante los 9 primeros meses del año se han realizado operaciones de adquisición y toma de participación sobre hoteles ya operados por el Grupo, junto con el pago de dividendos.
- La Compañía reitera su objetivo, de mantener una estabilidad en el nivel de apalancamiento (2x-2.5x), para afrontar con flexibilidad las oportunidades de crecimiento y reposicionamiento del portfolio hotelero.
- Actualmente, se están evaluando opciones de rotación de activos no estratégicos con generación de caja limitada, optimizando el capital.

## CRECIMIENTO

- La Compañía continúa avanzando en su estrategia de crecimiento, con el objetivo de firmar un mínimo de 40 nuevos hoteles, que representarán unas 8.400 habitaciones, y con 24 aperturas previstas, que añadirán más de 3.300 habitaciones.
- Esta evolución ya se refleja en los resultados del año: 20 hoteles firmados *(4.500 habitaciones)* y 17 hoteles abiertos hasta la fecha.

## PERSPECTIVAS

- La Compañía mantiene una positiva posición de demanda "*On the Books*" para el último tramo del año, que supera en doble dígito la registrada el año anterior. La demanda de segmentos con mayor anticipación como el MICE sigue mostrando robustez, siendo los eventos programados para el año 2027 también superiores a los registrados en la misma fecha el año anterior.
- Mantenemos nuestra expectativa de un crecimiento del RevPAR de un dígito alto para el conjunto del año, en línea con nuestras previsiones, respaldado por el sólido desempeño operativo en España, que compensa parcialmente una evolución más débil en México, donde la reapertura de Paradisus Cancún coincide con un entorno de mercado exigente. El EBITDA del conjunto del año se verá afectado por la transición de INNSiDE New York de arrendamiento a gestión, con un impacto de €7,4 M en el segundo semestre. Esta operación reduce nuestra exposición a rentas fijas y mejora el perfil de riesgo del Grupo, sin impacto en la generación de caja, ya que seguimos percibiendo honorarios de gestión.

# NEGOCIO HOTELERO

## PRINCIPALES ESTADÍSTICOS: PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN

| | | |
|---|---|---|
| **€181,1** | **74,0%** | **€134,0** |
| ARR 3T | % OCUPACIÓN 3T | REVPAR 3T |
| *+13,5% vs AA* | *+7,3pp vs AA* | *+25,9% vs AA* |
| **€160,6** | **66,5%** | **€106,9** |
| ARR 9M | % OCUPACIÓN 9M | REVPAR 9M |
| *+9,2% vs AA* | *+4,2pp vs AA* | *+16,5% vs AA* |

## DESEMPEÑO 3º TRIMESTRE

El tercer trimestre volvió a caracterizarse por una sólida demanda turística en los principales mercados en los que estamos presentes, respaldando una nueva temporada estival de crecimiento y consolidando tendencias estructurales observadas en ejercicios anteriores, como la venta de habitaciones superiores. A nivel regional, España mantuvo una evolución especialmente positiva durante el verano, mientras que en América el comportamiento fue más heterogéneo: República Dominicana siguió beneficiándose de una fuerte demanda turística, en contraste con México, donde determinados factores vinculados a la percepción de seguridad y el efecto del sargazo afectó al crecimiento de la demanda en el país.

La apuesta por el lujo volvió a mostrar una evolución especialmente sólida, confirmando su relevancia dentro de la estrategia de la compañía gracias a su capacidad para impulsar la diferenciación, fortalecer la resiliencia operativa y responder a las preferencias de un viajero cada vez más enfocado en la experiencia.

La evolución reportada de tarifas y ocupación refleja el impacto del cese de operaciones de Cuba. En términos *like-for-like* , el RevPAR varía un 7,6% en 9M y un 7,5% en el tercer trimestre.

Con respecto a las diferentes áreas geográficas, el desempeño ha sido el siguiente:

- En **España**, nuestros hoteles vacacionales mantuvieron una sólida evolución durante el trimestre, apoyados en una demanda robusta en los principales mercados emisores y en una creciente contribución del canal directo. Baleares registró un comportamiento especialmente favorable, impulsado tanto por la mejora de tarifas como por el aumento de la demanda, destacando la fortaleza de mercados como España, Reino Unido y Estados Unidos. Destacó especialmente la positiva evolución de Menorca y, en particular, de Meliá Cala Galdana que ha alcanzado una cifra de ocupación elevada, especialmente en las habitaciones The Level. Esto demuestra que la venta de habitaciones superiores ha sido robusta, demostrando la apreciación por parte de los clientes a las experiencias diferenciales y a la venta de habitaciones con atributos diferenciados. Respecto a los hoteles de costa peninsular, el desempeño fue positivo con crecimiento en tarifas y volumen. En este caso, la evolución positiva se ha producido pese al cierre temporal de Gran Meliá Don Pepe, uno de los activos que más contribuye al nivel de tarifas durante la temporada estival.

  Respecto a nuestros hoteles urbanos, la evolución ha sido positiva, incluso en el verano que suele producir una mayor predominancia de destinos vacacionales. El crecimiento ha sido de carácter cualitativo apoyado en la mejora de tarifas. Este desempeño estuvo impulsado por las inversiones realizadas en reposicionamiento y mejora de producto, las nuevas aperturas y la progresiva consolidación de hoteles en fase de ramp-up, así como por el excelente comportamiento de Madrid. La combinación de celebración de grandes eventos como el Gran Premio de fórmula 1 o los grandes conciertos de artistas de talla mundial unido a un inicio de la temporada corporativa en septiembre con celebración de congresos ha sido determinante en la consecución de estos objetivos. El resto de ciudades con un mayor componente de ocio como Málaga, Valencia, Bilbao o Palma mostraron un mejor desempeño en los meses de julio y agosto.

# NEGOCIO HOTELERO

## DESEMPEÑO 3º TRIMESTRE

Desde la perspectiva de segmentos, el crecimiento estuvo liderado por Corporate y Cliente Directo, apoyados en una favorable evolución de precios y una mayor contribución de agencias especializadas y consorcios de lujo. El segmento MICE también registró una evolución positiva, impulsado por una mayor actividad de grupal.

- En **EMEA**, Alemania ha cumplido con las expectativas de crecimiento gracias a un dinámico calendario de congresos, ferias y eventos durante el trimestre. La celebración de dichos eventos comprimió la demanda, permitiendo un crecimiento de tarifas con una optimización de la cifra de ocupación. Frankfurt destacó por la celebración de importantes eventos sectoriales e internacionales, mientras que Múnich se benefició de una sólida demanda de ocio y grupos, respaldada por la elevada afluencia de visitantes durante el Oktoberfest. En Francia, París mantuvo una actividad ligeramente inferior al año pasado, en línea con las tendencias observadas en meses previos. La evolución continuó viéndose afectada por una menor demanda procedente de determinados mercados de largo radio, así como por la ausencia de algunos congresos de relevancia celebrados en el mismo periodo del ejercicio anterior. No obstante, hacia el final del trimestre la demanda mostró una mejora gradual, apoyada en la reactivación de la actividad corporativa y un calendario más favorable de eventos y espectáculos en París. En Italia, el trimestre estuvo impulsado por la sólida evolución de Milán, con un calendario de eventos especialmente favorable durante septiembre, generando una mayor demanda de Grupos al final del trimestre. Por su parte, Roma operó en un contexto de demanda más moderada, particularmente en los segmentos de largo radio, si bien Villa Agrippina volvió a mostrar una evolución superior a la del mercado gracias al fortalecimiento de su posicionamiento en el segmento lujo y a una sólida evolución de tarifas. En el Reino Unido, la evolución del trimestre fue positiva, impulsada por la robustez de Londres, el dinamismo de los segmentos Corporate, MICE y Cliente Directo, así como por la recuperación del negocio grupal. La mejora de tarifas y la estabilidad de la ocupación respaldaron el crecimiento, mientras que los hoteles del norte registraron una evolución más moderada por una menor contribución de eventos respecto al año anterior.

- En **América**, México mostró una mayor facturación, donde el número de habitaciones disponibles ha aumentado gracias a la reapertura de Paradisus Cancún. Sin embargo, el entorno sigue siendo exigente ya que los eventos relacionados con la seguridad y la presencia de sargazo han tenido un efecto negativo en la demanda y capacidad aérea, que se ha redirigido hacia otros destinos de la región. La nota positiva lo presenta el segmento MICE, en concreto en Paradisus los Cabos. En República Dominicana, el tercer trimestre mantuvo la sólida tendencia observada durante la primera mitad del año, con una significativa mejora de la ocupación impulsada por el impulso de la demanda procedente de Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Alemania. La evolución positiva de la touroperación, junto con una mayor contribución de los segmentos Corporate y MICE, respaldó el crecimiento de los ingresos durante el periodo. Destacaron especialmente Meliá Punta Cana Beach y Paradisus Grand Cana, que continuaron liderando el desempeño de la región gracias al crecimiento de la demanda en sus principales segmentos. En Estados Unidos, Nueva York tuvo un desempeño muy positivo apoyado por la celebración de partidos de fútbol del mundial 2026. El mes de septiembre es tradicionalmente de alta actividad, derivada de la alta demanda que experimenta la ciudad gracias a la celebración de la Cumbre Mundial de las Naciones Unidas. El crecimiento de estos dos meses compensó una menor actividad registrada en el mes de agosto. Respecto a Orlando, su evolución fue más estable en un entorno estacionalmente más complejo. De todas formas, se produjo una mejora de tarifas gracias a una mayor contribución de Grupos.

- En **Asia,** China presentó una actividad durante el trimestre que se situó por debajo de los niveles del año anterior, afectada por una demanda doméstica más débil de lo previsto y por condiciones meteorológicas adversas en algunos destinos clave durante la temporada de verano. En este contexto, la demanda continuó apoyándose principalmente en las OTAS y Cliente Directo, mientras que los segmentos Corporate y MICE mantuvieron una contribución más moderada.

# NEGOCIO HOTELERO

## DESEMPEÑO 3º TRIMESTRE

En el Sudeste Asiático, el trimestre registró una evolución positiva, impulsada por la sólida demanda internacional procedente de Europa, Corea del Sur y Australia, junto con un sólido comportamiento del mercado doméstico. Vietnam destacó por la expansión de la conectividad aérea y el crecimiento del tráfico de pasajeros, mientras que Paradisus Bali continuó contribuyendo de forma significativa al crecimiento de la región a medida que avanza en su proceso de consolidación tras la reapertura y reposicionamiento del activo. A nivel de segmentos, el Cliente Directo muestra un crecimiento respecto al año anterior, mientras que la Touroperación sigue siendo el mayor contribuyente.



Paradisus Fuerteventura I Islas Canarias, España

## PERSPECTIVAS

De cara al último tramo del ejercicio, las principales métricas operativas continúan reflejando la solidez de la demanda turística en nuestros mercados. Si bien el entorno macroeconómico sigue presentando ciertos niveles de incertidumbre, especialmente en relación con la evolución de los distintos conflictos geopolíticos, incluidos los acontecimientos en Oriente Medio, nuestros destinos continúan beneficiándose de una percepción favorable en términos de seguridad, estabilidad y atractivo turístico.

No obstante, los recientes episodios de tensión social que han generado disrupciones puntuales en determinadas ciudades europeas, entre ellas París y Milán, introducen nuevos elementos de seguimiento para el sector. Aunque este tipo de situaciones no son inéditas, añaden incertidumbre a corto plazo adicional.

En España, el trágico accidente ferroviario ocurrido recientemente y las consiguientes disrupciones en la alta velocidad dificultarán temporalmente las conexiones entre Andalucía y Madrid.

Hasta la fecha, no se han registrado incidencias relevantes en nuestros hoteles derivadas de estos acontecimientos. No obstante, se ha observado de forma puntual un ligero incremento en las cancelaciones a corto plazo en dichos mercados afectados, sin que ello haya tenido, por el momento, un impacto material sobre la evolución del negocio. En ese sentido, nuestras reservas en libros se mantienen en doble dígito por encima de las registradas en la misma fecha del año anterior.

# NEGOCIO HOTELERO

## PERSPECTIVAS

Por regiones, nuestras perspectivas son las siguientes:

- En **España**, nuestros hoteles urbanos presentan una evolución que anticipa una mejora de tarifas, con una evolución comercial hacia segmentos de mayor valor junto con una optimización del mix de canales. Por ciudades, Barcelona y Madrid destaca una combinación positiva de eventos, que permiten una mejor segmentación y compresión alrededor de fechas alrededor de dichos eventos. A nivel calendario, se espera una positiva contribución de los diferentes días festivos unido a la temporada navideña, que tradicionalmente genera un volumen de reservas de ocio relevantes. Por su parte, otras ciudades como Bilbao o Sevilla se benefician gracias a la tracción del segmento MICE y Corporate respectivamente. De todas formas, las perspectivas en Andalucía podrían verse afectadas por el lamentable accidente ferroviario en la línea de alta velocidad ocurrido a finales del mes de octubre. Respecto a nuestros hoteles vacacionales, Canarias afronta el cierre del ejercicio con una evolución positiva y expectativas de superar los registros del año anterior. Destaca la favorable evolución de La Palma, impulsada por el buen comportamiento tanto de nuestros clientes directos como de la demanda procedente de la touroperación nacional y alemana. No obstante, algunas zonas prevén adelantar ligeramente el cierre de temporada respecto al ejercicio anterior, lo que podría limitar parcialmente su contribución durante el último tramo del año. Por su parte, el resto de destinos vacacionales de costa mantiene una perspectiva favorable, apoyada en una combinación equilibrada de demanda de ocio y actividad MICE, que continúa respaldando los niveles de ocupación y rentabilidad.

- En **EMEA**, Alemania presenta unas perspectivas de crecimiento más moderado para el cierre del ejercicio debido a una base comparativa exigente y a la ausencia de varios eventos relevantes celebrados el año anterior. Este factor tiene un efecto más destacado en ciudades con mayor peso en esta tipología de clientes como Frankfurt y Düsseldorf. Ciudades con un mayor componente de ocio como Munich y Hamburgo presentan una mejor evolución con robustez en tarifas. En Francia, la evolución prevista para el cierre del ejercicio se mantiene estable, apoyada principalmente en una mejora de los niveles de ocupación, aunque con una dinámica tarifaria todavía moderada. La creciente contribución de determinados mercados emisores sigue ejerciendo cierta presión sobre las tarifas del destino. No obstante, la reciente intensificación de las tensiones sociales, particularmente en la capital, ha incrementado la incertidumbre sobre la evolución de la demanda a corto plazo. Por el momento, no se han registrado incidencias en ninguno de nuestros hoteles ni impactos materiales sobre la actividad comercial. Aun así, hemos reforzado las medidas de seguridad y prevención para minimizar cualquier potencial afectación sobre nuestras operaciones. En Italia, Milán mantiene una evolución especialmente favorable, impulsada por el buen comportamiento del segmento MICE y una demanda corporativa e internacional que continúa mostrando dinamismo. Por su parte, Roma sigue registrando una evolución positiva, respaldada por la demanda asociada a eventos, así como por la fortaleza de los canales directos y de agencias de viaje. En el Reino Unido, las perspectivas para el cierre del ejercicio continúan siendo positivas, apoyadas por el buen comportamiento de los segmentos de Cliente Directo y MICE. La demanda ha mostrado un comportamiento sólido durante el inicio del trimestre. No obstante, la evolución del final de año dependerá en mayor medida de las reservas de última hora y del contexto geopolítico internacional. En conjunto, el mercado mantiene una dinámica positiva, respaldada tanto por el crecimiento de la demanda como por una adecuada gestión comercial.

- En **América**, México mantiene expectativas de crecimiento gracias a la progresión de Paradisus Cancún. La fortaleza del segmento MICE está contribuyendo a compensar cierta volatilidad puntual de la demanda. Asimismo, la mayor anticipación de la demanda para periodos festivos clave y la combinación de cliente internacional y nacional aportan una buena visibilidad de cara al cierre del año. La apertura de Zel Cozumel será uno de los principales hitos de final del año. En República Dominicana, el cierre de año se anticipa en línea con lo visto hasta la fecha, generando mejoras generalizadas en todos los segmentos. La estabilización y progresivo Ramp Up de parte del Portfolio ha sido clave en la evolución de país, que en parte también ha absorbido parte de la demanda desplazada desde México, cuando eventos relacionados con la seguridad impactaron dicha región.

# NEGOCIO HOTELERO

## PERSPECTIVAS

En Estados Unidos, Nueva York encamina la temporada alta de la ciudad, caracterizada por la compresión de la demanda gracias a los segmentos Corporate y a la celebración de eventos relevantes en la ciudad como la Comic Con. Gracias a una mejor segmentación comercial hacia clientes directos de mayor valor, se anticipa un crecimiento en tarifas, situando al hotel Innside Nueva York liderando al set competitivo. Para el caso de Orlando, se espera una evolución en línea con la tendencia vista hasta la fecha. De todas formas, la celebración de ciertas festividades como Haloween, el Día de acción de gracias y las fiestas navideñas generarán periodos de mayor demanda que se espera capitalizar.

- En **Asia**, China mantiene unas las perspectivas para el cierre del ejercicio que continúan siendo prudentes, en un contexto marcado por una demanda doméstica moderada y una mayor cautela del segmento corporativo. Este escenario se traduce en cierta reticencia a la celebración de eventos, reuniones y grupos de negocio de mayor tamaño. En este contexto, si bien los periodos festivos deberían aportar soporte a la actividad durante el último tramo del año, la visibilidad sigue siendo limitada. En el Sudeste Asiático las perspectivas para el cierre del ejercicio continúan siendo favorables, especialmente tras la reforma de Paradisus Bali y la buena acogida del producto en la región. La demanda internacional asociada a la temporada de invierno y a los viajes de ocio de final de año seguirá apoyando la evolución de la región, respaldada por una base de mercados emisores amplia y diversificada.



Gran Meliá Fénix I Madrid, España

# OTROS NEGOCIOS

## NEGOCIO INMOBILIARIO

Hasta la fecha, se han generado plusvalías netas por importe acumulado de €2,3 M correspondientes principalmente a la escrituración de sucesivas fases de la venta de terrenos y otros activos no hoteleros situados. En términos comparativos, el importe registrado en el mismo periodo del año anterior ascendió a €4,5 M.

Durante los nueve primeros meses del ejercicio, la Compañía ha continuado avanzando en su estrategia de inversión y optimización del portfolio mediante la incorporación selectiva de activos y participaciones en establecimientos alineados con sus objetivos de rentabilidad y creación de valor a largo plazo. Las principales operaciones realizadas durante el periodo, ya detalladas en comunicaciones anteriores, han reforzado la exposición del Grupo a activos de elevada calidad en mercados estratégicos. Los activos incorporados presentan perfiles operativos consolidados y no requieren inversiones relevantes adicionales, contribuyendo positivamente gracias a las puestas en equivalencia y a la rentabilidad esperada *Cash on cash* de doble dígito.

En relación con el plan de reposicionamiento de activos, durante el periodo se completó la reforma del hotel Paradisus Cancún, que retomó su actividad operativa conforme a lo previsto, mientras que los trabajos de renovación del Gran Meliá Don Pepe continúan desarrollándose de acuerdo con la planificación establecida tanto en plazos como en inversión. La fecha estimada de reapertura de Gran Meliá Don Pepe se producirá durante el mes de diciembre.

La Compañía continúa evaluando oportunidades para monetizar determinados activos no estratégicos y de menor rentabilidad mediante desinversiones, acuerdos con socios y estructuras de propiedad alternativas, con el objetivo de mejorar la eficiencia en la asignación de capital, la generación de flujo de caja libre y el retorno para los accionistas.



**Gran Meliá Villa le Corail I Nha Trang , Vietnam**

## CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

**€1.709,3M**
INGRESOS CONSOLIDADOS
9M
*+7,2% vs AA*

**€(1.214,0)M**
GASTOS DE EXPLOTACIÓN
9M
*-8,1% vs AA*

**€445,3M**
EBITDA
9M
*+2,6% vs AA*

**€258,4M**
EBIT
9M
*+4,3% vs AA*

**€(48,1)M**
RESULTADO FINANCIERO
9M
*+14,1% vs AA*

**€ 93,5M** RESULTADO CONSOLIDADO 9M
*-47,4% vs AA*

**€ 67,1M** RESULTADO NETO ATRIBUIDO 9M
*-55,5% vs AA*

### INGRESOS OPERATIVOS Y GASTOS DE EXPLOTACIÓN:

Cabe recordar que, tras la decisión adoptada por la filial del Grupo "Ilha Bela Gestao e Turismo Lda" durante el primer semestre de 2026 de concluir la actividad en Cuba, dicho negocio continúa clasificado como actividad interrumpida de acuerdo con la NIIF 5. En consecuencia, las cifras comparativas han sido reexpresadas a efectos comparativos. En el periodo acumulado en los 9 meses del ejercicio el impacto clasificado como resultado de actividades interrumpidas asciende a (€79,8 M). En ese sentido, los comentarios a continuación hacen referencia a las cifras de la cuenta de resultados consolidada reexpresada.

Los Ingresos Consolidados, excluyendo plusvalías, crecieron un 7,3% en los nueve primeros meses del ejercicio en comparación con el año anterior. La evolución de los ingresos consolidados refleja la contribución de las recientes integraciones y la progresiva mejora de los hoteles en fase de ramp-up, parcialmente compensada por el impacto de las reformas en Gran Meliá Don Pepe y Paradisus Cancún, que, pese a su reciente reapertura, no ha podido capturar la temporada alta de comienzos de año. En el mismo periodo, el número de habitaciones disponibles en el perímetro de propiedad y alquiler se incrementó un 5,0% respecto al año anterior.

Los Gastos de Explotación aumentaron un 8,1% respecto a los nueve primeros meses del ejercicio anterior. Esta evolución refleja, en gran medida, la incorporación al perímetro de Propiedad y Alquiler de varios hoteles integrados de forma progresiva durante 2025, que han contribuido durante el periodo transcurrido del ejercicio 2026.

En relación con el epígrafe de alquileres, el gasto se incrementó en €11,9 M respecto al mismo periodo del año anterior, si bien la mayor parte de este aumento se concentró en el primer semestre y estaba asociada a las incorporaciones realizadas al portfolio. El incremento de €1,4 M registrado en el tercer trimestre responde principalmente a la favorable evolución de la actividad operativa.

En términos de márgenes de EBITDA sin plusvalías, este factor unido a la existencia de hoteles en periodo de "*ramp-up*" tras procesos de reposicionamiento que han abierto recientemente o están pendientes de su apertura como Gran Meliá Don Pepe ha implicado un descenso de 104 puntos básicos en el periodo.

El **EBITDA** excluyendo plusvalías se situó en **€443,0M** vs €429,3M en 2025 (+3,2%). El impacto de menor generación de EBITDA acumulado en los nueve primeros meses del año derivados de los trabajos de reforma en Gran Meliá Don Pepe y reciente reapertura de Paradisus Cancún ha ascendido a un acumulado de -€25,4 M. Adicionalmente el paso a gestión en mayo de 2026 del hotel Innside New York NoMad ha implicado un impacto adicional de -€4,0 M.

## CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El epígrafe "Depreciación y Amortización" se ha mantenido prácticamente estable respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Este comportamiento refleja, por un lado, un incremento de la amortización del inmovilizado material derivado de las nuevas incorporaciones de hoteles y, por otro, una reducción de la amortización de los derechos de uso, explicada principalmente por los cambios de contrato de arrendamiento de hoteles como Innside Nueva York y Meliá Génova.

El Resultado de Explotación (**EBIT**) fue de €258,4M incrementando un 4,3% con respecto a 2025.

El Resultado entidades valoradas por el método participación, fue de €20,8M lo que supone una reducción de €18,4M vs. 9M2025. A efectos comparativos, el resultado del primer semestre de 2025 incluía una plusvalía de €24,1 M derivada de la venta de una participación en una sociedad propietaria de un activo ubicado en las Islas Canarias. Este efecto se encuentra parcialmente compensado por un incremento de €3,8 M por las nuevas participaciones adquiridas durante el ejercicio y una mejora de negocio de Joint Ventures.

De acuerdo con la NIIF 5, el negocio del Grupo en Cuba ha sido clasificado como actividad interrumpida tras la decisión de cesar las operaciones en dicho país. En consecuencia, sus resultados se presentan en una única línea bajo el epígrafe "Resultado de actividades interrumpidas", habiéndose reexpresado la Cuenta de Resultados en el mismo periodo de 2025 a efectos comparativos. El balance comparativo no ha sido objeto de reexpresión.

El detalle del resultado de las actividades interrumpidas es el siguiente:

| (miles de €) | 9M 2026 | 9M 2025 |
|---|---|---|
| Resultado de las actividades continuadas | 173.306 | 171.879 |
| Resultado de las actividades interrumpidas | (79.821) | 5.841 |
| **Resultado Consolidado** | **93.485** | **177.720** |

El impacto de las actividades interrumpidas se corresponde con la contabilización de deterioros de la actividad operativa y asociados a la actividad importadora del negocio en Cuba, que a la fecha se encuentra totalmente finalizada.

Atendiendo a dichos impactos, el Resultado Consolidado ha sido de €93,5M vs. €177,7M en el mismo periodo del año anterior.

El **RESULTADO NETO ATRIBUIDO** se situó en los €67,1M implicando una reducción del 55,5% frente al mismo periodo del ejercicio anterior, impactado por el cese de operaciones en Cuba anteriormente mencionado.

En resumen, el negocio subyacente mantiene un crecimiento sólido, liderado por España y apoyado en fortaleza de tarifas, *mix* de clientes y demanda. El crecimiento de EBITDA está temporalmente penalizado por reposicionamientos y cambios de modelo operativo, mientras México continúa siendo el principal área de debilidad. Estos efectos deben analizarse separadamente del desempeño del negocio subyacente. Al mismo tiempo, Meliá conserva flexibilidad financiera y continúa rotando capital hacia activos y contratos de mayor retorno.

# CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

## CUENTA DE RESULTADOS

| % cambio 3T 26 vs 3T 25 | 3T 2026 | 3T 2025 | (Millones de Euros) | 9M 2026 | 9M 2025 | % cambio 9M 26 vs 9M 25 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | **Segmentación de Ingresos** | | | |
| | 776,9 | 740,0 | TOTAL HOTELES | 1.977,7 | 1.893,9 | |
| | 187,8 | 188,3 | Modelo Gestora | 416,1 | 429,6 | |
| | 565,5 | 531,7 | Hoteles Propiedad y Alquiler | 1.487,3 | 1.398,5 | |
| | 23,6 | 20,0 | Otros Negocios Hoteleros | 74,3 | 65,8 | |
| | 1,6 | 0,1 | Ingresos y Plusvalías Negocio Inmobiliario | 10,9 | 13,0 | |
| | 45,9 | 39,5 | Corporativos | 121,1 | 100,3 | |
| | 824,4 | 779,6 | Ingresos Totales Agregados | 2.109,7 | 2.007,3 | |
| | -164,8 | -166,9 | Eliminaciones en consolidación | -400,4 | -412,1 | |
| **7,7%** | **659,6** | **612,7** | **Ingresos Operativos y Plusvalías** | **1.709,3** | **1.595,2** | **7,2%** |
| | -57,6 | -42,1 | Consumos | -153,8 | -134,7 | |
| | -182,1 | -168,2 | Gastos de Personal | -513,4 | -464,8 | |
| | -201,4 | -193,2 | Otros gastos operativos | -546,9 | -523,8 | |
| **-9,3%** | **(441,1)** | **(403,5)** | **Total Gastos Operativos** | **(1.214,0)** | **(1.123,3)** | **-8,1%** |
| **4,4%** | **218,5** | **209,2** | **EBITDAR** | **495,3** | **471,9** | **5,0%** |
| | -20,2 | -18,8 | Arrendamientos | -49,9 | -38,1 | |
| **4,1%** | **198,3** | **190,5** | **EBITDA** | **445,3** | **433,8** | **2,6%** |
| | -28,4 | -28,1 | Depreciación y Amortización | -81,3 | -76,4 | |
| | -36,5 | -36,1 | Depreciación y Amortización (ROU) | -105,7 | -109,8 | |
| **5,6%** | **133,4** | **126,3** | **EBIT (BENEFICIO OPERATIVO)** | **258,4** | **247,6** | **4,3%** |
| | -10,6 | -11,2 | Financiación Bancaria | -33,1 | -32,8 | |
| | -9,4 | -9,9 | Gasto Financiero de Arrendamientos | -29,2 | -30,0 | |
| | 1,8 | 4,3 | Otros Resultados Financieros | 8,6 | 18,2 | |
| | 1,6 | -3,5 | Resultado Cambiario | 5,7 | -11,3 | |
| **18,0%** | **(16,5)** | **(20,2)** | **Resultado Financiero Total** | **(48,1)** | **(55,9)** | **14,1%** |
| | 15,7 | 10,2 | Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participacíon | 20,8 | 39,1 | |
| **13,9%** | **132,5** | **116,3** | **Beneficio antes de Impuestos** | **231,1** | **230,8** | **0,1%** |
| | -42,7 | -29,6 | Impuestos | -57,8 | -58,9 | |
| **3,6%** | **89,8** | **86,7** | **Resultado actividades continuadas** | **173,3** | **171,9** | **0,8%** |
| | -0,4 | 2,5 | Resultado actividades interrumpidas | -79,8 | 5,8 | |
| **0,2%** | **89,4** | **89,2** | **Resultado Consolidado** | **93,5** | **177,7** | **-47,4%** |
| | 14,7 | 13,7 | Atribuido a Intereses Minoritarios | 26,4 | 26,9 | |
| **-1,0%** | **74,6** | **75,4** | **Resultado Consolidado Atribuido** | **67,1** | **150,9** | **-55,5%** |

# RESULTADO FINANCIERO, DEUDA Y LIQUIDEZ

## RESULTADO FINANCIERO

**€ (33,1)M**
FINANCIACIÓN BANCARIA 9M
*-€0,3M vs AA*

**€ 8,6M**
OTROS RESULTADOS FINANCIEROS 9M
*-€9,6M vs AA*

**€ (29,2)M**
GASTO FINANCIERO ARRENDAMIENTOS 9M
*+€0.8M vs AA*

**€ 5,7M**
RESULTADO CAMBIARIO 9M
*+€17,0M vs AA*

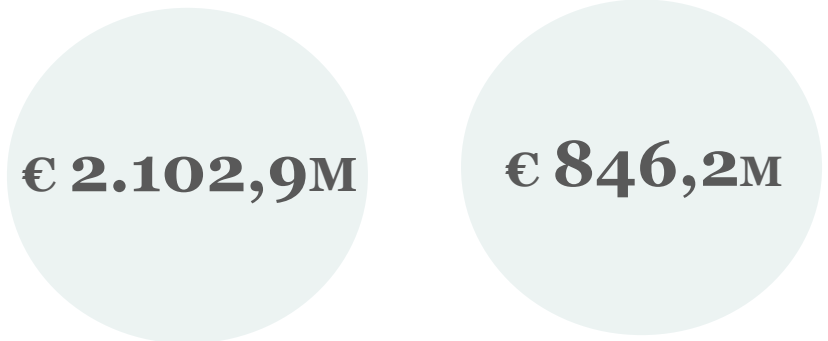
**€ (48,1M)**
RESULTADO FINANCIERO 9M
*+€7,9M vs AA*

El Resultado Financiero Neto ha mejorado en €7,9M frente a los nueve primeros meses de 2025. La principal mejora se registra en el resultado cambiario, con impacto positivo de €17,0 M derivado de la evolución de las diferentes divisas a las que el Grupo mantiene exposición. El epígrafe de Otros resultados financieros se ha reducido en -€9,6M principalmente por el impacto de la integración de una filial por importe de €10,7M explotadora de un parque de atracciones localizado en República Dominicana llevada a cabo durante el 2025.

## DEUDA Y LIQUIDEZ

**€ (98,0)M**
REDUCCIÓN DEUDA NETA TOTAL 9M

**€ 67,6M**
INCREMENTO DEUDA NETA *Ex. arrendamientos* 9M

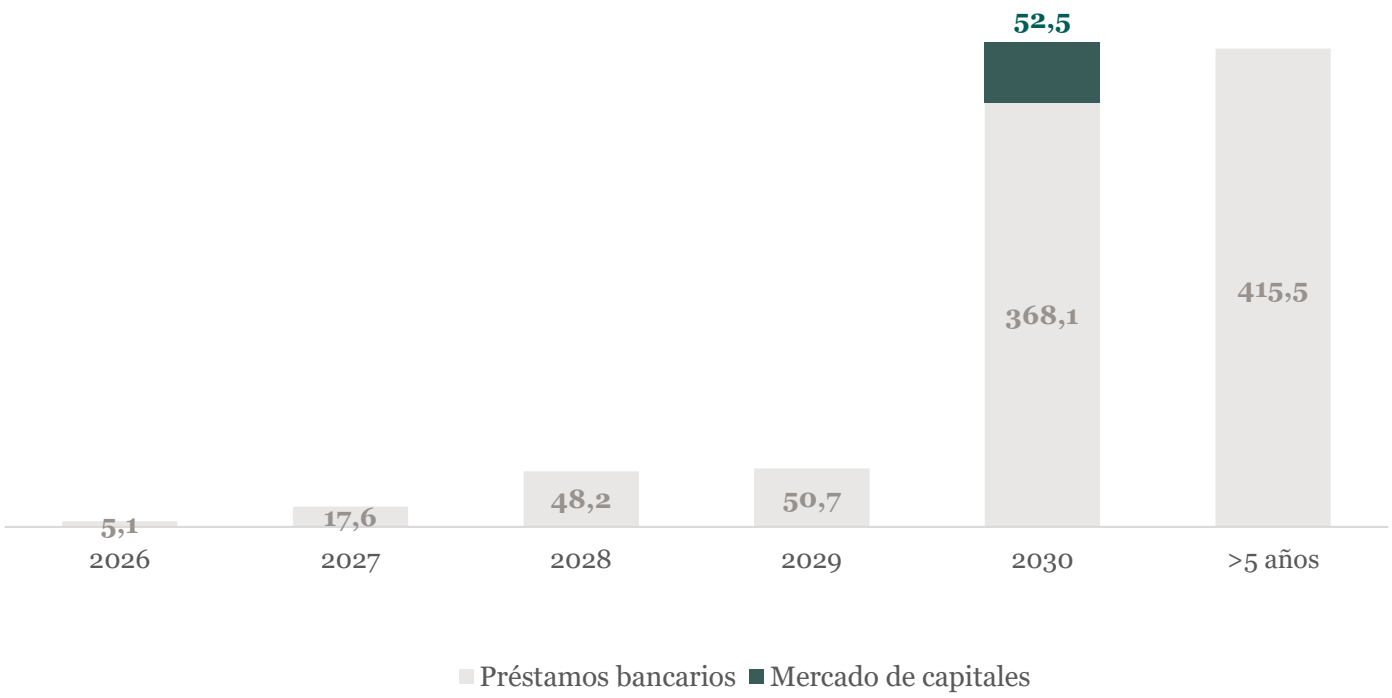



A cierre de septiembre, la Deuda Neta Total se ha situado en los €2.102,9M, lo que supone una reducción de €98,0M durante los primeros nueve meses del año. Durante este mismo periodo la Deuda Neta excluyendo arrendamientos se incrementó en €67,6M, alcanzando los €846,2M. La generación de caja operativa durante el tercer trimestre superó los €100 M, incrementándose en aproximadamente €10 M respecto al ejercicio anterior. Sin embargo, en el periodo se ha procedido al pago por diversos conceptos entre los que destacan: pago de dividendos a los accionistas *(€ 38,3 M)*, el pago de dividendos a socios minoritarios, inversiones derivadas de los trabajos de obra en mejora de activos (€ 21,2 M). Adicionalmente, se ha producido un pago por conceptos tributarios en México por importe de €18,6 M siendo un efecto extraordinario del periodo. Este importe se encontraba totalmente provisionado en el balance de situación consolidado.

La compañía reitera su objetivo, de mantener una estabilidad en el nivel de apalancamiento, para afrontar con flexibilidad las oportunidades de crecimiento y reposicionamiento del portfolio hotelero.

# RESULTADO FINANCIERO, DEUDA Y LIQUIDEZ

SEGMENTACION DE LA DEUDA POR VENCIMIENTO (millones de €):



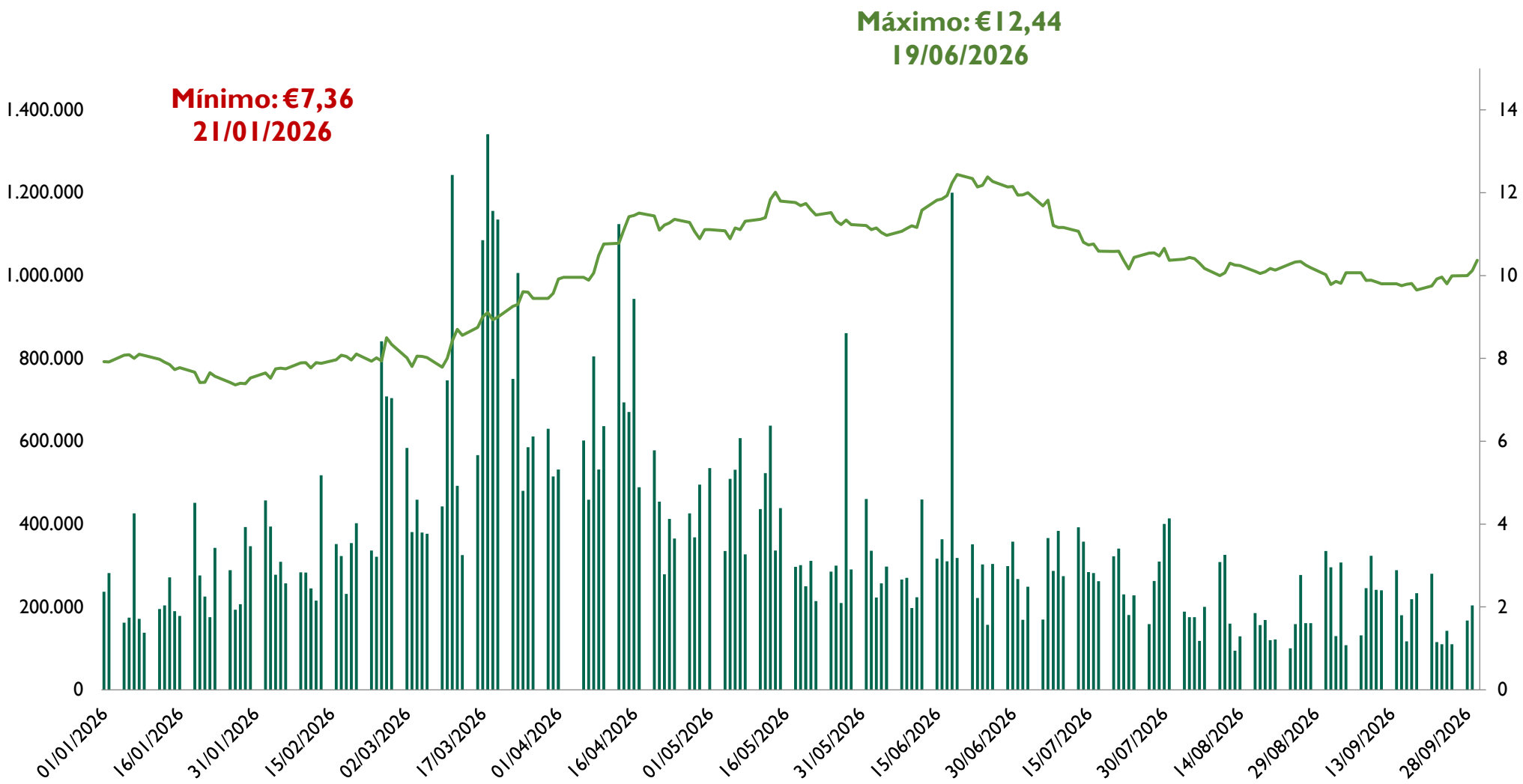

*Excluyendo pólizas de crédito y papel comercial*

En cuanto al perfil de vencimientos, el Club Deal firmado en febrero nos permitió extender los vencimientos y reforzar el perfil global de nuestra deuda. Adicionalmente, aproximadamente el 50% de nuestra deuda se encuentra actualmente a tipo de interés fijo mediante instrumentos de cobertura contratados en condiciones favorables, proporcionando una mayor visibilidad y estabilidad sobre los costes financieros, al tiempo que mantenemos una posición equilibrada en el actual entorno de tipos de interés.



**Meliá la Palma I Islas Canarias, España**

## MELIA en BOLSA




Volumen Precio

## ACCIONES

**+30,93%**
Evolución MHI 9M

**+12,24%**
Evolución IBEX-35 9M

**-1,00%**
Stoxx Europe 600 Travel & Leisure Evolución 9M

| | 1T 2026 | 2T 2026 | 3T 2026 | 4T 2026 | 2026 |
|---|---|---|---|---|---|
| **Volumen medio diario (*miles de acciones*)** | 446,33 | 436,29 | 226,64 | | **367,16** |
| **Meliá (*% cambio*)** | 20,83% | 26,96% | -14,65% | | **30,93%** |
| **Ibex 35 (*% cambio*)** | -1,49% | 14,21% | -0,23% | | **12,24%** |

| | sep-26 | sep-25 |
|---|---|---|
| Número de acciones (*millones*) | **220,4** | **220,4** |
| Volumen medio diario (*miles de acciones*) | **367,2** | **308,6** |
| Precio máximo (*euros*) | **12,44** | **8,20** |
| Precio mínimo (*euros*) | **7,36** | **5,92** |
| Último precio (*euros*) | **10,37** | **7,41** |
| Capitalización de mercado (*millones de euros*) | **2.285,5** | **1.632,1** |
| Dividendo (*euros*) | **0,1763** | **0,1463** |

Fuente: Bloomberg.

Nota: Las acciones de Meliá cotizan en el Ibex Medium-Cap y en el Índice FTSE4Good Ibex.



Gran Meliá Colón I Sevilla, España

# ANEXO

# NEGOCIO HOTELERO

INDICADORES FINANCIEROS (cifras en millones de €)

| HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER | 9M 2026 €M | 9M 2025 €M | % cambio |
|---|---|---|---|
| **Ingresos agregados totales** | **1.487,3** | **1.398,5** | **6,3%** |
| Propiedad | 661,9 | 656,9 | 0,8% |
| Alquiler | 825,4 | 741,6 | 11,3% |
| ***De los cuales ingresos de habitaciones*** | **1.032,1** | **967,6** | **6,7%** |
| Propiedad | 401,2 | 396,3 | 1,3% |
| Alquiler | 630,8 | 571,3 | 10,4% |
| **EBITDAR** | **396,4** | **385,5** | **2,8%** |
| Propiedad | 147,8 | 166,8 | -11,4% |
| Alquiler | 248,6 | 218,7 | 13,7% |
| **EBITDA** | **346,7** | **347,6** | **-0,3%** |
| Propiedad | 147,8 | 166,8 | -11,4% |
| Alquiler | 198,9 | 180,8 | 10,0% |
| **EBIT** | **178,4** | **179,0** | **-0,3%** |
| Propiedad | 95,1 | 115,7 | -17,8% |
| Alquiler | 83,3 | 63,3 | 31,6% |

| MODELO GESTORA | 9M 2026 €M | 9M 2025 €M | % cambio |
|---|---|---|---|
| **Ingresos Modelo Gestora Totales** | **416,1** | **429,6** | **-3,1%** |
| Comisiones de terceros | 55,4 | 46,5 | 19,1% |
| Comisiones hoteles propiedad y alquiler | 83,4 | 78,9 | 5,6% |
| Otros ingresos | 277,4 | 304,2 | -8,8% |
| **EBITDA Modelo Gestora Total** | **126,5** | **125,1** | **1,1%** |
| **EBIT Modelo Gestora Total** | **124,8** | **122,4** | **1,9%** |

| OTROS NEGOCIOS HOTELEROS | 9M 2026 €M | 9M 2025 €M | % cambio |
|---|---|---|---|
| **Ingresos** | **74,3** | **65,8** | **13,0%** |
| EBITDAR | 1,2 | 1,3 | -10,1% |
| EBITDA | 0,9 | 1,1 | -20,5% |
| EBIT | 0,0 | 0,4 | -105,2% |

ESTADISTICOS PRINCIPALES 9M

| | PROPIEDAD Y ALQUILER | | | | | | PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ocupación | | ARR | | RevPAR | | Ocupación | | ARR | | RevPAR | |
| | % | cambio pts. | € | cambio % | € | cambio % | % | cambio pts. | € | cambio % | € | cambio % |
| TOTAL HOTELS | **71,9%** | **0,6** | **177,9** | **0,7%** | **127,9** | **1,6%** | **66,5%** | **4,2** | **160,6** | **9,2%** | **106,9** | **16,5%** |
| América | 61,3% | -0,3 | 146,9 | -9,0% | 90,1 | -9,5% | 59,7% | 0,5 | 150,3 | -1,6% | 89,7 | -0,7% |
| EMEA | 72,2% | 0,7 | 187,0 | 4,8% | 135,1 | 5,9% | 69,8% | 0,3 | 187,7 | 1,4% | 133,3 | 3,5% |
| Spain | 76,3% | 0,6 | 183,8 | 1,4% | 140,2 | 2,2% | 76,4% | 1,3 | 179,1 | 4,5% | 136,9 | 6,3% |
| Cuba | 0,0% | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | - | 28,8% | -11,4 | 102,1 | 34,1% | 29,4 | -3,9% |
| Asia | 0,0% | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | - | 61,0% | 6,8 | 79,4 | -1,0% | 44,9 | 3,6% |

*Habitaciones disponibles 9M: 8.067,9 mil (vs 7.681,7 mil en 9M 2025 en P y A // 17.527,6 mil 9M 2026 (vs 19.069,0 mil en 9M 2025) en P, A y G.

*Habitaciones disponibles en Cuba 9M: 1.263,0 mil (vs 3.493,6 mil en 9M 2025) en P, A y G.

ESTADISTICOS PRINCIPALES 9M *(Like for Like)*

| | PROPIEDAD Y ALQUILER | | | | | | PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ocupación | | ARR | | RevPAR | | Ocupación | | ARR | | RevPAR | |
| | % | cambio pts. | € | cambio % | € | cambio % | % | cambio pts. | € | cambio % | € | cambio % |
| TOTAL HOTELS | **74,6%** | **1,0** | **178,8** | **2,6%** | **133,4** | **4,1%** | **69,5%** | **2,3** | **155,9** | **4,0%** | **108,4** | **7,6%** |
| América | 69,1% | 4,2 | 163,2 | -0,7% | 112,8 | 5,8% | 63,5% | 2,9 | 159,9 | 3,7% | 101,5 | 8,6% |
| EMEA | 72,7% | 0,1 | 179,0 | 3,0% | 130,2 | 3,2% | 71,3% | 0,4 | 187,7 | 4,0% | 133,3 | 4,1% |
| Spain | 79,0% | 0,0 | 185,8 | 3,9% | 146,8 | 3,9% | 76,7% | 0,5 | 175,4 | 5,1% | 134,5 | 5,8% |
| Asia | 0,0% | 0,0 | 0,0 | - | 0,0 | - | 61,1% | 6,2 | 86,0 | 9,3% | 52,6 | 21,6% |

# INDICADORES FINANCIEROS POR DIVISIÓN 9M 2026

INDICADORES FINANCIEROS POR ÁREA (cifra en millones de €)

| | HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER | | | | | | | | | | MODELO GESTORA | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ingresos Agregados | | Ingresos de Habitaciones | | EBITDAR | | EBITDA | | EBIT | | Honorarios Terceras Partes | | Honorarios Propiedad y Alquiler | | Otros | |
| | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio | € | % cambio |
| **AMÉRICA** | 321,1 | -6,3% | 157,9 | -8,2% | 52,9 | -28,5% | 50,6 | -29,7% | 23,8 | -41,5% | 6,0 | 33,7% | 16,2 | -8,8% | 2,5 | 0,2% |
| Propiedad | 301,4 | -3,9% | 141,3 | -4,1% | 45,2 | -28,6% | 45,2 | -28,6% | 19,0 | -50,7% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| Alquiler | 19,8 | -31,8% | 16,6 | -32,7% | 7,7 | -27,8% | 5,4 | -37,6% | 4,8 | 120,0% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| **EMEA** | 377,4 | 5,3% | 298,7 | 5,4% | 101,6 | 10,6% | 98,0 | 9,7% | 39,0 | 75,4% | 6,1 | 27,5% | 21,6 | 7,2% | 0,7 | -79,5% |
| Propiedad | 95,5 | 9,2% | 79,8 | 10,6% | 28,9 | 15,2% | 28,9 | 15,2% | 16,8 | 35,9% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| Alquiler | 281,9 | 4,0% | 218,9 | 3,7% | 72,7 | 8,9% | 69,1 | 7,5% | 22,1 | 125,1% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| **SPAIN** | 788,7 | 13,1% | 575,5 | 12,3% | 241,9 | 10,1% | 198,1 | 6,4% | 115,6 | -0,4% | 33,2 | 9,4% | 45,6 | 11,1% | 11,6 | 131,5% |
| Propiedad | 265,0 | 3,6% | 180,2 | 1,9% | 73,7 | -6,0% | 73,7 | -6,0% | 59,3 | -8,5% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| Alquiler | 523,7 | 18,6% | 395,4 | 17,8% | 168,2 | 19,1% | 124,4 | 15,3% | 56,3 | 9,8% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | |
| **CUBA** | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | | 0,0 | | 0,0 | 0,0% |
| **ASIA** | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 0,0 | 0,0% | 10,1 | | 0,0 | | 1,4 | 365,5% |
| **TOTAL** | **1.487,3** | **6,3%** | **1.032,1** | **6,7%** | **396,4** | **2,8%** | **346,7** | **-0,3%** | **178,4** | **-0,3%** | **55,4** | **19,1%** | **83,4** | **5,6%** | **16,2** | **53,0%** |

HABITACIONES DISPONIBLES *(cifras en miles)*

| | PROPIEDAD Y ALQUILER | | PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN | |
|---|---|---|---|---|
| | **9M 2026** | **9M 2025** | **9M 2026** | **9M 2025** |
| AMERICA | 1.751,2 | 1.726,2 | 2.782,0 | 2.692,2 |
| EMEA | 2.211,2 | 2.221,0 | 2.832,5 | 2.742,5 |
| SPAIN | 4.105,5 | 3.734,6 | 7.549,1 | 7.095,7 |
| CUBA | 0,0 | 0,0 | 1.263,0 | 3.493,6 |
| ASIA | 0,0 | 0,0 | 3.100,9 | 3.045,0 |
| **TOTAL** | **8.067,9** | 7.681,7 | **17.527,6** | 19.069,0 |

## SEGMENTACIÓN Y TIPOS DE CAMBIO

SEGMENTACIÓN *(cifra en millones de €)*

| **9M 2026** | Total Hoteles | Negocio Inmobiliario | Corporativos | Total Agregados | Eliminaciones en Consolidación | Total Consolidado |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ingresos** | **1.977,7** | **10,9** | **121,1** | **2.109,7** | **(400,4)** | **1.709,3** |
| Gastos | 1.453,6 | 6,3 | 154,5 | 1.614,5 | (400,4) | 1.214,0 |
| EBITDAR | 524,1 | 4,6 | (33,4) | 495,3 | (0,0) | 495,3 |
| Arrendamientos | 49,9 | 0,0 | 0,0 | 49,9 | 0,0 | 49,9 |
| **EBITDA** | **474,2** | **4,6** | **(33,4)** | **445,3** | **(0,0)** | **445,3** |
| D&A | 65,7 | 2,6 | 13,0 | 81,3 | 0,0 | 81,3 |
| D&A (ROU) | 105,2 | 0,3 | 0,1 | 105,7 | 0,0 | 105,7 |
| **EBIT** | **303,2** | **1,7** | **(46,5)** | **258,4** | **(0,0)** | **258,4** |

| **9M 2025** | Total Hoteles | Negocio Inmobiliario | Corporativos | Total Agregados | Eliminaciones en Consolidación | Total Consolidado |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ingresos** | **1.893,9** | **13,0** | **100,3** | **2.007,3** | **(412,1)** | **1.595,2** |
| Gastos | 1.381,9 | 7,4 | 146,1 | 1.535,4 | (412,1) | 1.123,3 |
| EBITDAR | 512,0 | 5,7 | (45,8) | 471,9 | 0,0 | 471,9 |
| Arrendamientos | 38,1 | 0,0 | 0,0 | 38,1 | 0,0 | 38,1 |
| **EBITDA** | **473,9** | **5,7** | **(45,8)** | **433,8** | **0,0** | **433,8** |
| D&A | 62,7 | 1,1 | 12,5 | 76,4 | 0,0 | 76,4 |
| D&A (ROU) | 109,3 | 0,3 | 0,1 | 109,8 | 0,0 | 109,8 |
| **EBIT** | **301,9** | **4,2** | **(58,4)** | **247,6** | **0,0** | **247,6** |

TIPOS DE CAMBIO 9M 2026

| | 9M 2026 | 9M 2025 | 9M 2026 VS 9M 2025 |
|---|---|---|---|
| 1 unidad de divisa extranjera = X€ | Tipo de cambio medio | Tipo de cambio medio | % cambio |
| Libra Esterlina (GBP) | 1,1578 | 1,1761 | -1,56% |
| Dólar Americano (USD) | 0,8610 | 0,8946 | -3,76% |

TIPOS DE CAMBIO 3T 2026

| | 3T 2026 | 3T 2025 | 3T 2026 VS 3T 2025 |
|---|---|---|---|
| 1 unidad de divisa extranjera = X€ | Tipo de cambio medio | Tipo de cambio medio | % cambio |
| Libra Esterlina (GBP) | 1,1680 | 1,1544 | +1,18% |
| Dólar Americano (USD) | 0,8689 | 0,8557 | +1,54% |

# PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA Y PAÍS 9M 2026

## PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA

| | PROPIEDAD Y ALQUILER | | | | | | PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ocupación | | ARR | | RevPAR | | Ocupación | | ARR | | RevPAR | |
| | % | Cambio pts | € | % cambio | € | % cambio | % | Cambio pts | € | % cambio | € | % cambio |
| Paradisus | 61,6% | -0,9 | 185,5 | -3,8% | 114,3 | -5,2% | 54,8% | 9,3 | 186,3 | 6,4% | 102,0 | 28,2% |
| ME by Melia | 64,3% | 2,7 | 437,5 | 2,1% | 281,2 | 6,5% | 60,0% | 1,4 | 371,1 | 6,9% | 222,8 | 9,4% |
| The Meliá Collection | 69,0% | 0,6 | 284,1 | -14,1% | 195,9 | -13,4% | 61,8% | 3,0 | 314,6 | -6,8% | 194,6 | -2,0% |
| Gran Meliá | 68,5% | 1,2 | 417,3 | 4,6% | 285,7 | 6,5% | 60,9% | 0,3 | 314,5 | 3,1% | 191,5 | 3,6% |
| Meliá | 70,4% | 1,9 | 175,8 | 2,9% | 123,8 | 5,7% | 64,6% | 5,8 | 152,2 | 12,6% | 98,3 | 23,8% |
| Innside | 76,6% | -0,3 | 149,8 | 1,0% | 114,8 | 0,7% | 74,3% | 0,8 | 143,6 | 4,1% | 106,7 | 5,3% |
| Sol | 82,8% | -2,1 | 112,6 | 0,9% | 93,2 | -1,6% | 77,5% | 1,1 | 118,2 | 11,1% | 91,6 | 12,7% |
| Affiliated by Meliá | 71,6% | 1,1 | 130,9 | -0,7% | 93,7 | 0,8% | 65,0% | 0,8 | 108,1 | -4,0% | 70,3 | -2,9% |
| **TOTAL** | **71,9%** | **0,6** | **177,9** | **0,7%** | **127,9** | **1,6%** | **66,5%** | **4,2** | **160,6** | **9,2%** | **106,9** | **16,5%** |

## PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR PAISES RELEVANTES

| | PROPIEDAD Y ALQUILER | | | | | | PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Ocupación | | ARR | | RevPAR | | Ocupación | | ARR | | RevPAR | |
| | % | Cambio pts | € | % cambio | € | % cambio | % | Cambio pts | € | % cambio | € | % cambio |
| **AMERICA** | **61,3%** | **-0,3** | **146,9** | **-9,0%** | **90,1** | **-9,5%** | **50,1%** | **1,6** | **141,6** | **21,2%** | **70,9** | **25,2%** |
| República Dominicana | 76,8% | 10,2 | 146,5 | -5,4% | 112,6 | 9,0% | 76,8% | 10,2 | 146,5 | -5,4% | 112,6 | 9,0% |
| Mexico | 55,6% | -8,0 | 161,3 | -5,7% | 89,6 | -17,6% | 55,7% | -7,3 | 157,3 | -5,9% | 87,7 | -16,8% |
| USA | 81,4% | -4,8 | 148,4 | -16,8% | 120,8 | -21,4% | 84,9% | -1,3 | 182,3 | 2,2% | 154,7 | 0,6% |
| Venezuela | 15,5% | -1,1 | 100,7 | -12,7% | 15,6 | -18,3% | 15,5% | -1,1 | 100,7 | -12,7% | 15,6 | -18,3% |
| Cuba | | | | | | | 28,8% | -11,4 | 102,1 | 34,1% | 29,4 | -3,9% |
| Brasil | | | | | | | 53,9% | -1,2 | 125,1 | 9,2% | 67,4 | 6,8% |
| **ASIA** | | | | | | | **60,7%** | **6,5** | **92,2** | **10,9%** | **56,0** | **24,2%** |
| Indonesia | | | | | | | 57,5% | 6,8 | 97,0 | 71,2% | 55,7 | 94,0% |
| China | | | | | | | 60,8% | -2,2 | 70,4 | 0,8% | 42,8 | -2,7% |
| Vietnam | | | | | | | 59,7% | 8,8 | 85,6 | 9,2% | 51,1 | 28,0% |
| **EUROPE** | **74,8%** | **0,7** | **184,9** | **2,6%** | **138,4** | **3,6%** | **75,0%** | **1,2** | **181,9** | **4,7%** | **136,4** | **6,5%** |
| Austria | 68,5% | 2,2 | 184,4 | -4,7% | 126,3 | -1,5% | 68,5% | 2,2 | 184,4 | -4,7% | 126,3 | -1,5% |
| Alemania | 69,0% | -0,4 | 131,7 | 3,5% | 90,9 | 3,0% | 69,0% | -0,4 | 131,7 | 3,5% | 90,9 | 3,0% |
| Francia | 78,4% | 1,4 | 209,3 | -2,0% | 164,2 | -0,2% | 78,4% | 1,4 | 209,3 | -2,0% | 164,2 | -0,2% |
| Reino Unido | 77,3% | 1,1 | 197,9 | 2,0% | 153,0 | 3,5% | 77,4% | 1,5 | 200,2 | 1,9% | 155,1 | 3,9% |
| Italia | 70,3% | 2,6 | 403,8 | 15,8% | 284,0 | 20,2% | 69,3% | 2,0 | 378,0 | 12,9% | 261,8 | 16,2% |
| **ESPAÑA** | **76,3%** | **0,6** | **183,8** | **1,4%** | **140,2** | **2,2%** | **76,4%** | **1,3** | **179,9** | **4,4%** | **137,5** | **6,3%** |
| Hoteles Urbanos | 73,5% | 0,6 | 200,9 | 5,6% | 147,6 | 6,5% | 72,8% | 1,2 | 194,9 | 6,6% | 141,9 | 8,4% |
| Hoteles Vacacionales | 78,8% | 0,4 | 169,8 | -2,0% | 133,7 | -1,6% | 78,9% | 1,1 | 170,6 | 3,5% | 134,6 | 5,0% |
| **TOTAL** | **71,9%** | **0,6** | **177,9** | **0,7%** | **127,9** | **1,6%** | **66,5%** | **4,2** | **160,6** | **9,2%** | **106,9** | **16,5%** |

# EXPANSIÓN

Aperturas en 01/01/2026 – 30/09/2026

| HOTEL | PAIS/CIUDAD | GESTIÓN | HABITACIONES | REGIONAL |
|---|---|---|---|---|
| CUSCO LA PACCHA | Perú / Cuzco | Alquiler | 167 | AMERICA |
| GRANADA PALACE | España / Granada | Franquicia | 107 | SPAIN |
| PRESIDENT BUDAPEST | Hungría / Budapest | Franquicia | 152 | EMEA |
| HOLIDAY WORLD VILLAGE | España / Málaga · Benalmádena | Gestión | 360 | SPAIN |
| HOLIDAY WORLD POLYNESIA | España / Málaga · Benalmádena | Gestión | 328 | SPAIN |
| HOLIDAY WORLD RIWO | España / Málaga · Benalmádena | Gestión | 148 | SPAIN |
| CASAMAÏA APARTMENTS | España / Málaga · Benalmádena | Gestión | 28 | SPAIN |
| CRETE ELOUNDA | Grecia / Crete · Elounda | Franquicia | 85 | EMEA |
| AURONZO DOLOMITES | Italia / Auronzo di Cadore | Franquicia | 53 | EMEA |
| MÉXICO ROMA NORTE | México / Mexico City | Gestión | 91 | AMERICA |
| EL MANSOUR MAHDIA | Túnez / Mahdia | Gestión | 307 | SPAIN |
| BUGIBBA | Malta / Bugibba | Gestión | 86 | EMEA |
| CASA AZURE | Malta / Gozo | Gestión | 17 | EMEA |
| RECOLETOS | España / Valladolid | Alquiler | 80 | SPAIN |
| AUREA NHA TRANG | Vietnam / Nha Trang | Gestión | 207 | ASIA PACIFIC |
| RESIDENZA CARDINALE | Italia / Milán | Gestión | 28 | EMEA |
| PALAZZO GIUSEPPE | Malta / Gozo | Gestión | 16 | EMEA |

Desafiliaciones en 01/01/2026 – 30/09/2026

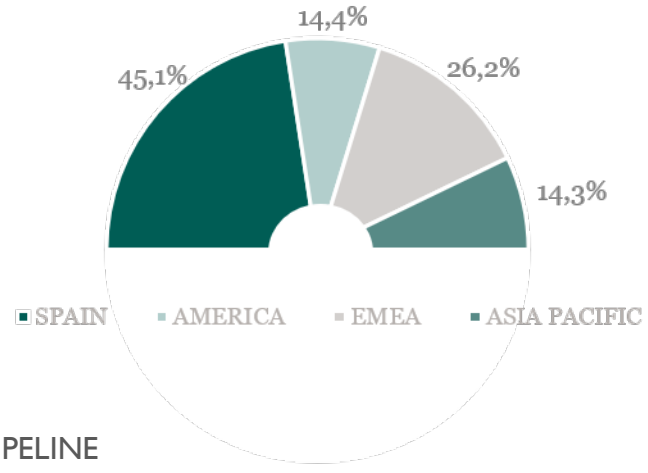
| HOTEL | PAIS/CIUDAD | GESTIÓN | HABITACIONES | REGIONAL |
|---|---|---|---|---|
| MELILLA PUERTO | España / Melilla | Gestión | 139 | SPAIN |
| OCEAN HOUSE COSTA DEL SOL | España / Torremolinos - Málaga | Franquicia | 373 | SPAIN |
| CAYO SANTA MARIA | Cuba / Caibarién | Gestión | 300 | CUBA |
| BUENAVISTA | Cuba / Caibarién | Gestión | 105 | CUBA |
| LAS DUNAS | Cuba / Caibarién | Gestión | 925 | CUBA |
| M. CAYO SANTA MARIA | Cuba / Caibarién | Gestión | 358 | CUBA |
| PRINCESA DEL MAR | Cuba / Varadero | Gestión | 630 | CUBA |
| RIO DE ORO | Cuba / Holguín | Gestión | 354 | CUBA |
| VARADERO | Cuba / Varadero | Gestión | 806 | CUBA |
| SOL VARADERO BEACH | Cuba / Varadero | Gestión | 356 | CUBA |
| CARIBE BEACH | Cuba / Varadero | Gestión | 391 | CUBA |
| RIO DE LUNA Y MARES | Cuba / Holguín | Gestión | 464 | CUBA |
| PENINSULA VARADERO | Cuba / Varadero | Gestión | 581 | CUBA |
| JARDINES DEL REY | Cuba / Cayo Coco | Gestión | 1176 | CUBA |
| LOS CAYOS | Cuba / Caibarién | Gestión | 802 | CUBA |
| HABANA CATEDRAL | Cuba / La Habana | Gestión | 50 | CUBA |
| BRISTOL HABANA VIEJA | Cuba / La Habana | Gestión | 162 | CUBA |
| SAPA MOUNTAIN RESORT | Vietnam / Sapa | Gestión | 77 | ASIA PACIFIC |
| CAYO COCO | Cuba / Morón - Ciego de Ávila | Gestión | 250 | CUBA |
| COHIBA | Cuba / La Habana | Gestión | 462 | CUBA |
| HABANA | Cuba / La Habana | Gestión | 395 | CUBA |
| LAS AMERICAS | Cuba / Varadero · Matanzas | Gestión | 340 | CUBA |
| LAS ANTILLAS | Cuba / Varadero · Matanzas | Gestión | 350 | CUBA |
| SANTIAGO DE CUBA | Cuba / Santiago de Cuba | Gestión | 302 | CUBA |
| VARADERO | Cuba / Varadero · Matanzas | Gestión | 490 | CUBA |
| CAYO COCO | Cuba / Morón - Ciego de Ávila | Gestión | 270 | CUBA |
| PALMERAS | Cuba / Varadero · Matanzas | Gestión | 604 | CUBA |
| T. HABANA LIBRE | Cuba / La Habana | Gestión | 572 | CUBA |
| T. CAYO COCO | Cuba / Morón - Ciego de Ávila | Gestión | 508 | CUBA |
| HOTEL LA UNION | Cuba / Cienfuegos | Gestión | 49 | CUBA |
| SAN CARLOS | Cuba / Cienfuegos | Gestión | 56 | CUBA |
| HOTEL JAGUA | Cuba / Cienfuegos | Gestión | 173 | CUBA |
| INTERNACIONAL VARADERO | Cuba / Varadero | Gestión | 946 | CUBA |
| SEVILLA HABANA | Cuba / La Habana | Gestión | 60 | CUBA |
| TRINIDAD PENINSULA | Cuba / Trinidad | Gestión | 200 | CUBA |
| COSTA REY | Cuba / Cayo Coco | Gestión | 566 | CUBA |
| PUERTOLLANO | España / Puertollano | Propiedad | 38 | SPAIN |

# EXPANSIÓN

## CARTERA ACTUAL

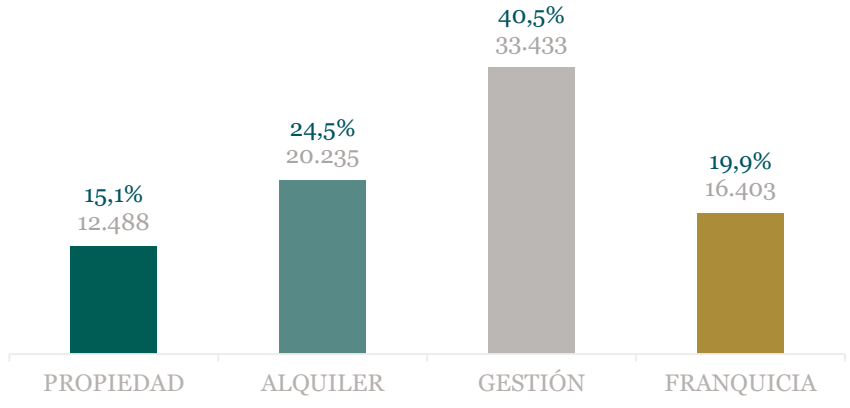
**362**
**Hoteles**

Portfolio por región geográfica (% habitaciones)




**82.559**
**Habitaciones**

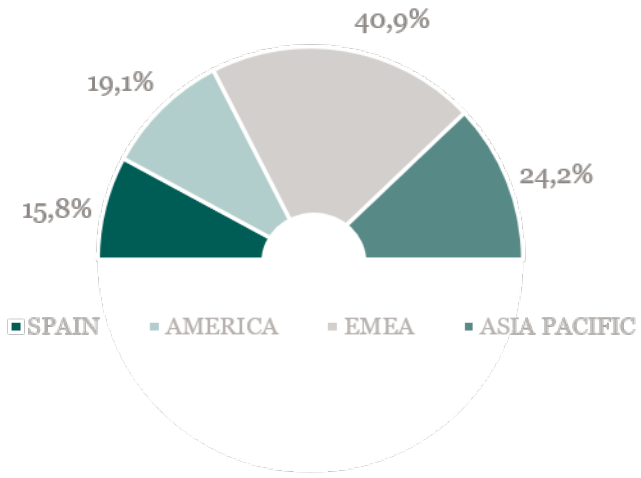
Portfolio por tipo de gestión (% habitaciones)




## PIPELINE

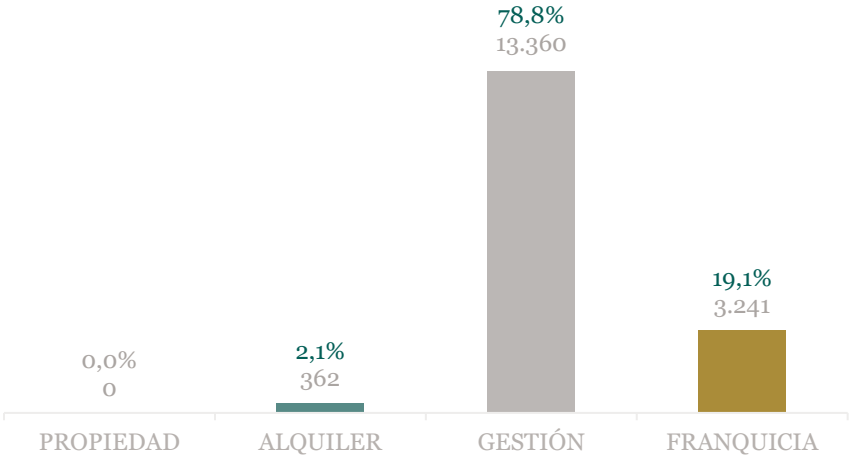
**+77**
**Nuevos Hoteles**

Aperturas por región geográfica (% habitaciones)

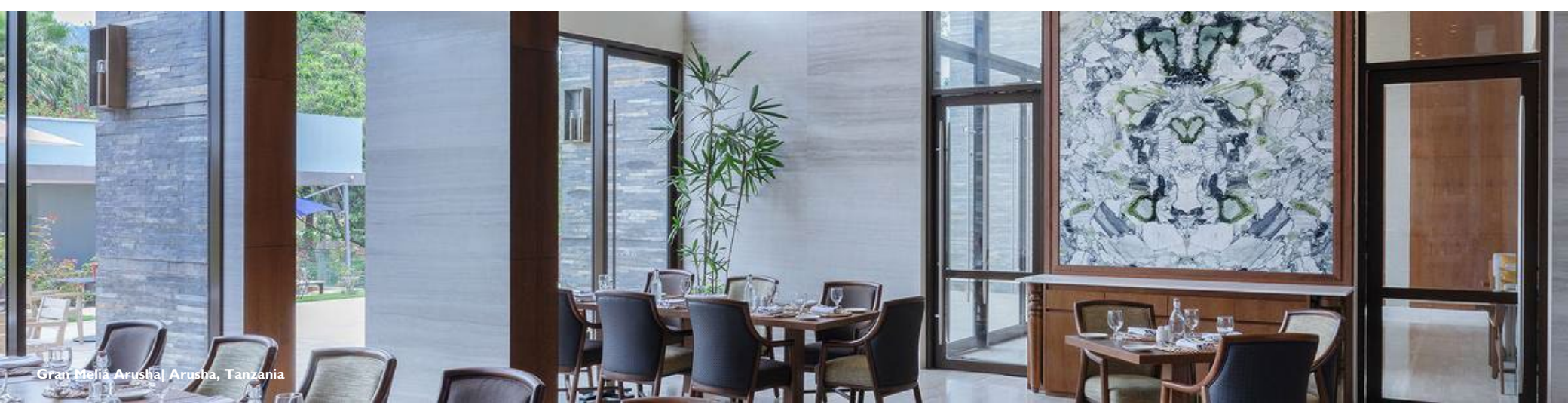



**+16.963**
**Habitaciones**
**+20,5% ***

Aperturas por tipo de gestión (% habitaciones)




** % de aperturas sobre portfolio operativo*


Gran Melia Arusha| Arusha, Tanzania

# EXPANSIÓN

CARTERA ACTUAL Y PIPELINE

| | CARTERA ACTUAL | | | | PIPELINE | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | YTD 2026 | | 2025 | | 2026 | | 2027 | | 2028 | | En adelante | | Pipeline | | TOTAL | |
| | H | R | H | R | H | R | H | R | H | R | H | R | H | R | H | R |
| **AMERICA** | **42** | **11.870** | **40** | **11.405** | | | **5** | **964** | **7** | **1.463** | **2** | **821** | **14** | **3.248** | **56** | **15.118** |
| Propiedad | 16 | 6.782 | 16 | 6.577 | | | | | | | | | | | 16 | 6.782 |
| Alquiler | 2 | 440 | 2 | 586 | | | | | | | | | | | 2 | 440 |
| Gestión | 20 | 4.223 | 18 | 3.819 | | | 1 | 230 | 4 | 720 | 2 | 821 | 7 | 1.771 | 27 | 5.994 |
| Franquicia | 4 | 425 | 4 | 423 | | | 4 | 734 | 3 | 743 | | | 7 | 1.477 | 11 | 1.902 |
| **CUBA** | | | **34** | **14.053** | | | | | | | | | | | | |
| Gestión | | | 34 | 14.053 | | | | | | | | | | | | |
| **EMEA** | **117** | **21.598** | **110** | **21.127** | **2** | **147** | **17** | **2.614** | **8** | **1.332** | **13** | **2.847** | **40** | **6.940** | **157** | **28.538** |
| Propiedad | 8 | 1.495 | 7 | 1.396 | | | | | | | | | | | 8 | 1.495 |
| Alquiler | 35 | 6.634 | 36 | 6.736 | | | | | | | | | | | 35 | 6.634 |
| Gestión | 23 | 2.459 | 19 | 2.280 | 1 | 86 | 9 | 1.488 | 7 | 1.136 | 11 | 2.581 | 28 | 5.291 | 51 | 7.750 |
| Franquicia | 51 | 11.010 | 48 | 10.715 | 1 | 61 | 8 | 1.126 | 1 | 196 | 2 | 266 | 12 | 1.649 | 63 | 12.659 |
| **SPAIN** | **157** | **37.269** | **153** | **36.638** | **2** | **207** | **5** | **914** | **2** | **808** | **2** | **743** | **11** | **2.672** | **168** | **39.941** |
| Propiedad | 15 | 4.211 | 16 | 4.258 | | | | | | | | | | | 15 | 4.211 |
| Alquiler | 55 | 13.161 | 54 | 13.079 | 1 | 171 | 1 | 191 | | | | | 2 | 362 | 57 | 13.523 |
| Gestión | 59 | 14.929 | 55 | 13.895 | 1 | 36 | 2 | 608 | 2 | 808 | 2 | 743 | 7 | 2.195 | 66 | 17.124 |
| Franquicia | 28 | 4.968 | 28 | 5.406 | | | 2 | 115 | | | | | 2 | 115 | 30 | 5.083 |
| **ASIA PACIFIC** | **46** | **11.822** | **46** | **11.689** | **3** | **722** | | | **2** | **424** | **7** | **2.957** | **12** | **4.103** | **58** | **15.925** |
| Gestión | 46 | 11.822 | 46 | 11.689 | 3 | 722 | | | 2 | 424 | 7 | 2.957 | 12 | 4.103 | 58 | 15.925 |
| TOTAL HOTELES EN PROPIEDAD | 39 | 12.488 | 39 | 12.231 | | | | | | | | | | | 39 | 12.488 |
| TOTAL HOTELES EN ALQUILER | 92 | 20.235 | 92 | 20.401 | 1 | 171 | 1 | 191 | | | | | 2 | 362 | 94 | 20.597 |
| TOTAL GESTIÓN | 148 | 33.433 | 172 | 45.736 | 5 | 844 | 12 | 2.326 | 15 | 3.088 | 22 | 7.102 | 54 | 13.360 | 202 | 46.793 |
| TOTAL FRANQUICIA | 83 | 16.403 | 80 | 16.544 | 1 | 61 | 14 | 1.975 | 4 | 939 | 2 | 266 | 21 | 3.241 | 104 | 19.644 |
| **TOTAL MELIÁ HOTELS INT.** | **362** | **82.559** | **383** | **94.912** | **7** | **1.076** | **27** | **4.492** | **19** | **4.027** | **24** | **7.368** | **77** | **16.963** | **439** | **99.522** |




**Meliá Hotels International**
**Investor relations Team**
Contacto:

Stéphane Baos
stephane.baos@melia.com
+34 971 22 45 81

Agustín Carro
agustin.carro@melia.com
+34 871 20 43 50

# DEFINICIONES

## EBITDA y EBITDAR

El EBITDA (*Earnings Before Interest expense, Taxes and Depreciation and Amortization*): Resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. Su utilidad es la de ofrecer una estimación del flujo de efectivo neto de las actividades de explotación.

El EBITDAR *(Earnings Before Interest, Tax, Depreciation, Amortization, and Rent)*: Resultado antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y alquiler de hotel. Su utilidad reside en permitir la comparabilidad entre las unidades de negocio hoteleras explotadas por el Grupo, independientemente de la estructura mediante la cual se hayan adquirido los derechos de explotación (propiedad o alquiler).

## EBITDA y EBITDAR sin plusvalías

EBITDA y EBITDAR sin plusvalías: El objetivo de este indicador es ofrecer una medida del resultado operativo de la Compañía que no incluya determinados resultados del segmento inmobiliario, relacionados principalmente con la variación del valor razonable de las inversiones inmobiliarias y la rotación de activos. Para el cálculo del EBITDA y EBITDAR sin plusvalías se excluyen tanto ingresos como gastos relacionados con dichas actividades, dando lugar a los Ingresos sin plusvalías, medida utilizada para el cálculo de márgenes sin plusvalías.

## Márgenes EBITDA y EBITDAR 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.

## *Flow Through*

El *Flow Through* es una métrica financiera que se obtiene dividiendo los cambios en el EBITDA entre los cambios en los ingresos de un determinado periodo. Es un indicador relacionado con los márgenes que es evaluado por el equipo gestor habitualmente que indica, en porcentaje, qué parte del incremento de los ingresos fluye hacia el EBITDA.

# DEFINICIONES

## Perímetro *Like for like*

Presentamos determinados indicadores operativos hoteleros, entre ellos el RevPAR, la tarifa media (ADR) y la ocupación, en términos *like-for-like*. Este término compara la evolución de un mismo conjunto de hoteles en los periodos presentados. Consideramos que el análisis *like-for-like* aporta información útil sobre la evolución del negocio, ya que elimina de nuestros resultados operativos el efecto de los cambios en el portfolio.

Las cifras *like-for-like* también se presentan a tipos de cambio constantes, lo que significa que los resultados del periodo actual se convierten utilizando los tipos de cambio del periodo anterior, de forma que la comparación no se vea afectada por las fluctuaciones de los tipos de cambio.

Consideramos hoteles *like-for-like* aquellos que han estado abiertos y operando bajo una de nuestras marcas desde el 1 de enero del ejercicio anterior y que, ni en el periodo actual ni en el comparativo:

(i) se han sometido a reformas, reposicionamientos o ampliaciones significativos;
(ii) han cambiado de régimen de explotación (propiedad, alquiler, gestión o franquicia);
(iii) han sufrido daños materiales o interrupciones significativas de la actividad; o
(iv) no disponen, por otros motivos, de resultados comparables.

Los hoteles que han salido del portfolio, incluidas las desinversiones derivadas de la estrategia de rotación de activos y las finalizaciones de contrato, se excluyen de ambos periodos.

Resultados Meliá Hotels International – Tercer Trimestre 2026

# Meliá capitaliza las tendencias de la demanda turística gracias a su estrategia y su liderazgo en segmentos clave, y reafirma la fortaleza de su negocio subyacente y las positivas previsiones para el ejercicio

Los destinos españoles lideraron el crecimiento en una temporada estival positiva en la mayoría de regiones

El Ingreso por Habitación Disponible (RevPAR) se incrementa en +25,9% en el trimestre, (+16,5% acumulado a 9 meses)

Los ingresos sin plusvalías mejoran +7,7% en el trimestre (+7,3% acumulado a 9 meses)

Las reservas registradas en libros para el tramo final del año superan en doble dígito las registradas en el año anterior

El resultado subyacente mantiene su fortaleza y se sitúa en línea con el año anterior, si se excluye el impacto extraordinario de -79,8 M€ derivado del cese de operaciones en Cuba

## Evolución del negocio

- Los ingresos consolidades sin plusvalías (€1.707M) mejoran un +7,3% hasta septiembre sobre el año anterior, mientras en el tercer trimestre mejoran un +7,7%, hasta 659,6Mn€
- El RevPAR acumulado en 9 meses vuelve a superar las previsiones con un +16,5% (+7,6% si se excluye del perímetro el efecto de la salida de Cuba), mientras que en el tercer trimestre estanco creció un +25,9% (un +7,5% excluyendo el cese en Cuba)
- El Ebitda del Grupo sin plusvalías mejoró en +3,2% en los 9 meses y en +4,1% en el 3er trimestre estanco, aunque lastrado por las reformas de Gran Meliá Don Pepe y Paradisus Cancún, y por el cambio de alquiler a gestión del hotel Innside Nueva York.
- Las tendencias estructurales de la demanda, centradas en el lujo, las experiencias y los atributos superiores, avalan las grandes apuestas estratégicas de Meliá por el segmento premium - lujo y por el reposicionamiento de sus hoteles
- Los canales directos protagonizan el crecimiento, con un +21% en Melia.com, +27% en la App Meliá, y +20% en MeliáPro

## Gestión financiera

- La Deuda Neta se situó a final de septiembre en 2.102,9 Mn€, una reducción de 98Mn respecto a 2025, mientras la Deuda Neta Financiera excluyendo arrendamientos se incrementó en 67,6MNe en el mismo periodo, hasta los 846,2Mn.
- Durante los primeros nueve meses, el Grupo completó algunas adquisiciones y participaciones en hoteles que ya estaban bajo su operación, junto con el pago de dividendos.
- La Compañía reafirma su compromiso de mantener un ratio de endeudamiento estable en el entorno de 2.0x a 2.5x que le dote de la necesaria flexibilidad para aprovechar oportunidades de crecimiento y reposicionamiento de hoteles
- El grupo sigue valorando oportunidades de rotación de activos no-estratégicos con limitada generación de caja, optimizando la asignación de capital

## Estrategia y crecimiento

- Meliá firmó 20 nuevos hoteles (sumando 4.500 habitaciones al pipeline) y abrió 17 hoteles hasta la fecha.
- Mantiene su objetivo para el ejercicio de firmar hasta 40 nuevos hoteles con más de 8.400 habitaciones aproximadamente y llegar a 24 aperturas, que aportaran 3.300 nuevas habitaciones al portfolio
- Positiva evolución de los canales directos con Meliá.com creciendo un + 21%, la App +27%, MeliaPro +20%
- Meliá ha sido reconocida un año más por el índice MERCO como la empresa turística con mejor reputación corporativa de España, y ha sido nuevamente incluida en el ranking de las "World's Most Sustainable Companies" elaborado por TIME y Statista; por otra parte, el Grupo recibió el Premio Fundación ADECCO a la mejor práctica de inclusión laboral

## Perspectivas

- Fuerte resiliencia del Grupo frente a la incertidumbre global, con las métricas de negocio reflejando la fortaleza de la demanda en nuestros mercados, y con los principales destinos con presencia del Grupo afianzados en términos de atractivo, seguridad, y estabilidad
- Positivas perspectivas en ventas "*On The Books*" para 4º trimestre, superando las registradas el año pasado en dos dígitos
- La Compañía tiene como objetivo firmar un mínimo de 40 nuevos hoteles con más de 8.400 habitaciones, y abrir al menos 24 , añadiendo 3.300 habitaciones
- El trágico accidente ferroviario de Urda podría generar cierta ralentización puntual de la demanda hacia los destinos del sur de España durante el cuarto trimestre
- Mantenemos nuestra expectativa de un crecimiento del RevPAR de un dígito alto para el conjunto del año, en línea con nuestras previsiones, respaldado por el sólido desempeño operativo en España, que compensa parcialmente una evolución más débil en México, donde la reapertura de Paradisus Cancún coincide con un entorno de mercado exigente. El EBITDA del conjunto del año se verá afectado por la transición de INNSiDE New York de arrendamiento a gestión, con un impacto de €7,4 M en el segundo semestre. Esta operación reduce nuestra exposición a rentas fijas y mejora el perfil de riesgo del Grupo, sin impacto en la generación de caja, ya que seguimos percibiendo honorarios de gestión.

***Gabriel Escarrer Jaume, Presidente y Consejero Delegado:***

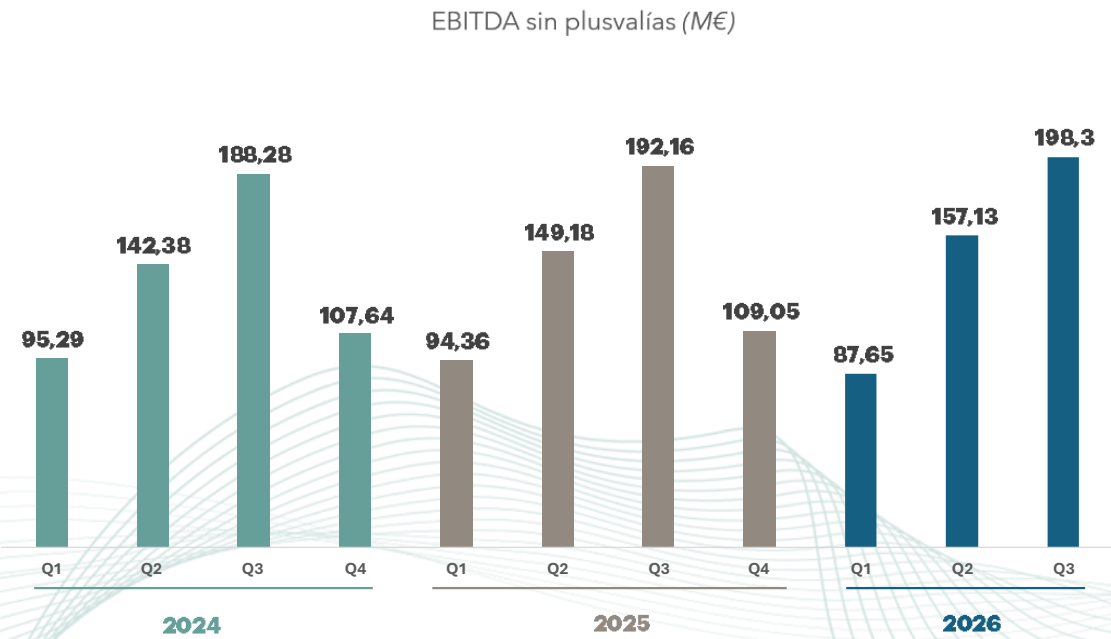
*"La evolución de Meliá durante los primeros nueve meses del año confirma la fortaleza de nuestro negocio y el acierto de la transformación estratégica emprendida por la Compañía. Hemos cerrado una positiva temporada de verano, con una demanda sólida tanto nacional como internacional y con los destinos españoles liderando nuevamente el crecimiento, mientras que el comportamiento de las reservas anticipa un último trimestre igualmente favorable, con un incremento estimado del RevPAR de un dígito alto en el ejercicio.*

*Quiero destacar una vez más cómo las grandes tendencias de la demanda están validando nuestras apuestas estratégicas: una mayor orientación hacia el lujo y los segmentos de mayor valor, hoteles renovados y mejor posicionados, y una oferta basada cada vez más en la experiencia y la personalización. De manera especial, quiero poner en valor nuestro modelo de negocio mixto, basado en combinar la propiedad de activos estratégicos que forman parte de nuestro legado y nos dotan de solidez y potencial de creación de valor a largo plazo, con un portfolio creciente de activos en gestión que nos dota de flexibilidad y escala para el crecimiento y el posicionamiento de nuestras marcas.*

*Todo ello, junto con nuestra diversificación geográfica y nuestro liderazgo en segmentos tanto de ocio como "bleisure" y MICE, así como nuestras capacidades digitales y el crecimiento imparable de nuestros canales directos -como complemento de la intermediación de agencias y Tour Operación-, reafirma nuestra resiliencia y nos permite confirmar la fortaleza del negocio subyacente a pesar de circunstancias excepcionales experimentadas en el periodo, como el impacto derivado del cese de nuestras operaciones en Cuba, los retos que continua afrontando un destino como México, los cierres temporales por reforma de algunos de nuestros hoteles más relevantes, y un entorno de inflación todavía exigente.*

*Meliá mantiene así su confianza de culminar el ejercicio con un crecimiento de RevPAR de un dígito alto, mientras sigue avanzando hacia un modelo de negocio más sólido, diversificado y orientado a la generación de valor. El dinamismo y la fortaleza demostrados en el conjunto de destinos, muy especialmente España durante la temporada alta, junto con nuestra disciplina de costes y la eficacia de nuestra estrategia comercial, nos están permitiendo absorber en buena medida los impactos extraordinarios y mantener unas expectativas sólidas para el conjunto del ejercicio, sustentadas en la fortaleza y resiliencia de nuestro negocio. "*

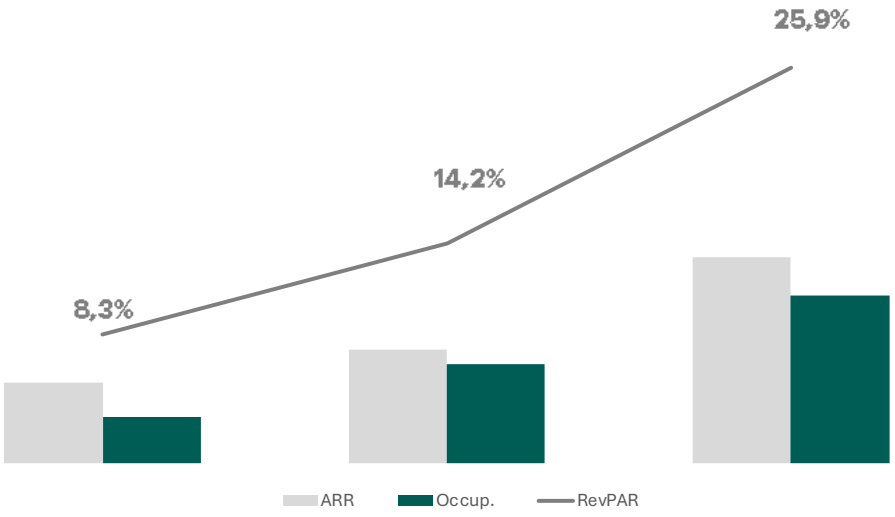
**Evolución de EBITDA por trimestres | M€** (sin plusvalías)



**Palma, 3 de noviembre de 2026.** Meliá Hotels International presentó hoy sus resultados correspondientes a los nueve primeros meses del año, tras un tercer trimestre que vuelve a confirmar la solidez del negocio nacional e internacional de Meliá en un entorno global que mantiene ciertos retos, como el estancamiento del conflicto en Oriente Medio y su impacto en los costes energéticos y la inflación, la creciente conflictividad social y migratoria en Europa, o de forma especial, la conjunción de factores que, como las alertas de seguridad, el sargazo agravado esta temporada por la corriente de El Niño, y los desfavorables tipos de cambio, continúan mermando el desempeño de México. Frente a estos retos, la alta diversificación de la Compañía le permitió capitalizar la positiva evolución en otros grandes destinos como la República Dominicana y, sobre todo, la robustez de la demanda de los principales mercados emisores hacia España en su temporada más alta de los últimos años. Asimismo, la presencia del Grupo en las ciudades con un mayor componente de ocio y su fortaleza en segmentos como el Corporativo o el de Grupos, Congresos y Convenciones (MICE), le permitieron beneficiarse de la fuerte demanda de eventos como la Fórmula1 o los grandes conciertos en Madrid, así como de la temporada de congresos anticipada.

Los ingresos sin plusvalías en el tercer trimestre estanco fueron de **659,6Mn€** (+7,7% respecto al mismo periodo del año anterior), y si consideramos los primeros nueve meses del año, los ingresos ascendieron hasta los **1.707Mn€,** (+7,3%), gracias a un desempeño globalmente positivo y a pesar del cierre temporal por reposicionamiento de un hotel tan importante como el Gran Meliá Don Pepe. La positiva evolución se refleja en el RevPAR global (Ingreso Medio por Habitación) que se incrementó en el tercer trimestre en un destacado **+25,9%** y un **+16,5%** en el acumulado a nueve meses, acusando el cambio de perímetro resultante del cese de operaciones en Cuba. Si se excluye dicho efecto, el incremento del RevPAR global en moneda constante habría sido del **+7,5%** en el tercer trimestre, y de **+7,6%** en los nueve primeros meses, en línea o ligeramente por encima de las estimaciones, gracias a una mejora equilibrada de los precios y la ocupación.

**Evolución de RevPAR por trimestre | 2026 vs. 2025** (Hoteles en propiedad, alquiler y gestión)




El Resultado consolidado del tercer trimestre estanco (**89,4Mn€)** está en línea con el obtenido el ejercicio anterior (+0,2%), si bien el Resultado acumulado a nueve meses (**93,5Mn**, un -47,4% respecto al ejercicio 2025) se ve condicionado por el impacto de las "actividades interrumpidas" tras la salida de Cuba, que como se reportó en el mes de julio ascendieron a -**79,8Mn€.** Por su parte, el Ebitda sin plusvalías del tercer trimestre fue de **198,3Mn**€, un 4,1% superior al del mismo periodo de 2025, a pesar del efecto negativo de la reciente reapertura de Paradisus Cancún y de las reformas en el Gran Meliá Don Pepe, (cuyo impacto conjunto se cifra en -5,8Mn€), así como del impacto de -3,1Mn€ reflejado en el Ebitda por el cambio de alquiler a gestión del Hotel Innside Nueva York). En los nueve primeros meses, el Ebitda sin plusvalías ascendió a **443Mn€,** (+3,2% respecto al mismo periodo de 2025).

La Compañía continúa capitalizando su fortaleza digital y su capacidad de personalización de la experiencia del cliente ante la creciente tendencia de consumo en los canales directos, de forma que su canal B2C Melia.com incrementó sus ventas en un **+21%** respecto al año anterior, la App Meliá en un **+27%,** y su plataforma B2B, MeliáPro, en un **+20%.** Globalmente, los canales directos o "venta centralizada" del Grupo representan ya el **48,4%** de las ventas totales. La Compañía se mantiene también líder en Reputación ante la Inteligencia Artificial, según el Monitor de Reputación Algorítmica que mide la reputación construida y recomendada por la inteligencia artificial, algo crecientemente determinante en la elección de consumidores e inversores.

**Progresión de ingresos** (M€ - sin plusvalías)




En cuanto a la expansión, Meliá continúa avanzando en su **estrategia de crecimiento**, y mantiene el objetivo de firmar un mínimo de **40 nuevos hoteles** en 2026, que representarán **más de 8.400 habitaciones**, con **24 aperturas** previstas dentro del año que añadirán más de **3.300 habitaciones** al portfolio operativo. Esta evolución ya se refleja en los resultados del tercer trimestre, habiéndose firmado hasta la fecha 20 nuevos hoteles que incorporan cerca de 4.500 habitaciones al pipeline, y 17 hoteles abiertos hasta la fecha.

Entre las **firmas del año** destaca Paradisus Miches, que amplía la apuesta de la marca por el lujo vacacional en República Dominicana. The Meliá Collection continúa su expansión con proyectos en Valle de Uco (Argentina), Roma y Corfú, destinos de alto valor para el segmento premium. En el segmento urbano, INNSiDE México Roma Norte consolida el crecimiento de la marca en uno de los mercados más dinámicos de Latinoamérica, y Meliá Hotels & Resorts debuta en Túnez con la firma de Meliá Mahdia. En cuanto a **las aperturas**, Hotel Cusco La Paccha refuerza la presencia de Meliá en Perú, y Holiday World Resort afianza su liderazgo en el segmento vacacional español. Por su parte, Meliá Aurea Nha Trang impulsa el crecimiento de la compañía en Vietnam. En Italia, The Meliá Collection Residenza Cardinale se suma a la oferta de lujo urbano de la compañía en Milán, donde ya operan Gran Meliá y ME by Meliá.

Paralelamente, en el ámbito de la gestión de capital, la Compañía continúa evaluando oportunidades para monetizar determinados activos no estratégicos y de menor rentabilidad mediante desinversiones, acuerdos con socios y estructuras de propiedad alternativas, con el fin de mejorar la eficiencia en la asignación de capital, la generación de flujo de caja libre y el retorno para los accionistas.

Con vistas al último trimestre del año, la Compañía mantiene una saludable posición de la demanda registrada "*On The Books*", que supera en doble dígito la registrada en el año anterior para el mismo periodo. La demanda del segmento de mayor anticipación como el MICE continúa mostrando fortaleza, con un 11,8% más de eventos programados para el año 2027 que los registrados para 2026 en la misma fecha del año anterior (+2.300 eventos). Por lo que respecta a la evolución prevista para el RevPAR, la expectativa sigue siendo de un dígito alto, y en cuanto al EBITDA, las estimaciones iniciales podrían verse ligeramente moderadas debido a los efectos ya mencionados de la evolución negativa en México (aunque parcialmente compensada por la evolución en España) y el reflejo en Ebitda del paso de Innside New York de arrendamiento a gestión. Dichos efectos extraordinarios deben analizarse separadamente del desempeño subyacente de la Compañía.

**Balance del trimestre y perspectivas por regiones:**

**ESPAÑA:**

Los **hoteles vacacionales** del Grupo mantuvieron una sólida evolución durante el trimestre, apoyados en una robusta demanda de nuestros principales mercados emisores y en la creciente contribución de los canales directos y del Club Circle by Meliá, y ello a pesar del cierre temporal de uno de los activos con mayor contribución durante la temporada de verano, el Gran Meliá Don Pepe, que reabrirá a final de año con una propuesta renovada y aún más exclusiva. Destacable desempeño de las Islas Baleares y especialmente Menorca con mejoras tanto en tarifa como en ocupación y con un significativo incremento de los mercados español, del Reino Unido y de los Estados Unidos. En general, los resultados demuestran una vez más el mejor desempeño de las habitaciones superiores y con atributos diferenciales. En cuanto a las **perspectivas** para los hoteles vacacionales, las Islas Canarias se preparan para un cierre del año en positivo y superando los niveles del año anterior, destacando el desempeño de la isla de La Palma. El resto de destinos de costa mantienen también una perspectiva favorable para el 4º trimestre, apoyada en una combinación equilibrada de demanda de ocio y de Congresos (MICE) que continua impulsando los niveles de ocupación y rentabilidad.

La evolución en los **hoteles urbanos** ha sido positiva incluso durante el verano, temporada normalmente más favorable para los destinos vacacionales. En este caso, el buen desempeño estuvo impulsado por las inversiones en mejora de producto y reposicionamiento, las nuevas aperturas y la consolidación de hoteles recientemente abiertos y en fase de "ramp-up" o rodaje, y la fortaleza que mantiene la ciudad de Madrid, apoyada además este año por la Formula 1 y los grandes conciertos, así como por una positiva temporada grupal y de congresos. Los segmentos de mayor crecimiento fueron el Corporativo y el de Cliente Directo, apoyados por la evolución de los precios y la contribución de agencias especializadas y consorcios de lujo. Para estos hoteles, **las perspectivas para el último tramo de 2026** apuntan a una mejora de tarifas con una mejora y optimización del "mix" comercial hacia segmentos de mayor valor. Favorable evolución de Madrid y Barcelona con grandes eventos y con un calendario de festivos y temporada navideña que auguran un volumen relevante de reservas de ocio, y con ciudades como Bilbao y Sevilla beneficiándose de la tracción del segmento MICE y Corporativo.

**EMEA:**

**Alemania** registró un desempeño en línea con las expectativas, apoyada por un dinámico calendario de congresos, ferias comerciales y eventos durante el trimestre, más internacionales y enfocados a la industria en Frankfurt y vinculados al ocio y los Grupos, en Munich, destacando la tradicional Oktoberfest. Estos eventos concentran la demanda y repercuten positivamente al optimizar los niveles de ocupación y favorecer una mejora de tarifas. **Con vistas al 4° trimestre,** las previsiones apuntan a un crecimiento más moderado debido a la comparación con el ejercicio anterior, que acogió varios macro-eventos, un impacto especialmente acusado en ciudades como Frankfurt y Dusseldorf, y en menor medida en ciudades mas focalizadas al segmento de ocio, como Munich y Hamburgo.

En cuanto a **Francia,** Paris registró una ligeramente menor actividad respecto al año anterior, fundada en una demanda más débil de los mercados de larga distancia y por la menor celebración de Congresos, si bien la demanda remonta hacia el final del tercer trimestre gracias a la actividad corporativa y de eventos y ferias en Paris. **Las previsiones para el cierre del año** se mantienen estables, gracias principalmente a los niveles de ocupación mantenidos, ya que el peso de algunos mercados emisores aplica presión en el lado de las tarifas. Aunque ninguno de los hoteles de Meliá se ha visto directamente afectado ni en sus instalaciones ni en la actividad comercial, es posible que los disturbios en Paris afecten a corto plazo a las tendencias de la demanda, por lo que la Compañía ha redoblado la seguridad y las medidas preventivas ante un eventual impacto.

**Italia** se beneficia del sólido desempeño en Milán que tuvo una relevante actividad de Congresos y grupos, si bien en Roma la demanda fue mas moderada, sobre todo desde mercados de larga distancia; el Gran Melia Villaa Agrippina, sin embargo, mantuvo una evolución por encima del mercado gracias a su fuerte posicionamiento en el segmento de lujo y su evolución tarifaria. Con vistas al último tramo del ejercicio, Milán continúa evolucionando especialmente bien, impulsada por el fuerte desempeño de los segmentos MICE y corporativo, y Roma sigue registrando un desempeño positivo gracias a la demanda de eventos y a los canales directos y las agencias.

Por lo que respecta al **Reino Unido**, el tercer trimestre fue favorable gracias a la fortaleza que mantiene Londres tanto en ocupación como de mejora de las tarifas, y especialmente el dinamismo que muestran los segmentos Corporativo, MICE y de Cliente Directo, con una notoria recuperación en el segmento de Grupos. Por su parte, los hoteles del norte de Inglaterra registraron una evolución más moderada debido a la menor contribución de eventos frente al año anterior. Las estimaciones para el 4º trimestre se mantienen también positiva, sustentadas por la fortaleza de los segmentos MICE y de Cliente Directo. Si bien el trimestre ha comenzado registrando una fuerte demanda y los hoteles del Grupo reflejan una sólida demanda y una efectiva gestión comercial, el desempeño hacia el final del año dependerá de las reservas de último minuto y del entorno geopolítico internacional.

**AMERICA:**

**México**, donde la Compañía acaba de incrementar el inventario de habitaciones gracias a la reapertura del renovado Paradisus Cancún, mostró signos de recuperación y una positiva evolución del segmento MICE especialmente en el hotel Paradisus Los Cabos. A pesar de ello, el contexto continúa presentando retos debido a los eventos relacionados con la seguridad y al impacto puntual de la Corriente de El Niño en la proliferación del alga sargazo, que propiciaron que una parte de la demanda se redireccionase a otros destinos de la región. **Para el 4° trimestre** México mantiene sus expectativas de crecimiento de la mano de los progresos del Paradisus Cancún en su ramp-up, y de la mayor resiliencia del segmento MICE, junto a la combinación de clientela internacional y doméstica, junto al esperado hito que representará en la zona la apertura del ZEL Cozumel.

En la **República Dominicana** el tercer trimestre mantuvo la sólida tendencia ya observada durante el primer semestre del año con una mejora significativa de la ocupación liderada por la fuerte demanda del Reino Unido, Estados Unidos, Canadá y Alemania. Por segmentos destacaron la Tour Operación junto a la creciente contribución del Corporativo y el de Congresos o MICE permitiendo el incremento de los ingresos registrado en el periodo. Melia Punta Cana Beach y Paradisus Grand Cana siguieron liderando el desempeño en la región.

**Para el cierre del año** se prevé mantener el desempeño en línea con las tendencias observadas hasta ahora, esperando mejoras en todos los segmentos. La estabilización y la finalización del rodaje del conjunto de hoteles del portfolio ha favorecido el resultado en el país, que viene absorbiendo a su vez una parte de la demanda derivada de México tras las alertas de seguridad producidas.

En **Estados Unidos**, **Nueva York** evolucionó muy positivamente apoyado por la acogida de algunos de los encuentros del Mundial de futbol, que se sumó a la demanda movilizada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en septiembre. El **Meliá Orlando** mantuvo una operación mas estable pese a la temporada más "valle", logrando una mejora de las tarifas debido a la mayor contribución de Grupos. Las **previsiones para el 4° trimestre** son positivas en Nueva York, toda vez que se aproxima la temporada más alta de la ciudad, con una demanda comprimida en torno a los viajes corporativos y algunos grandes eventos como el Comic Con. El hotel Innside New York se ha posicionado como el líder de su set competitivo, gracias a una estrategia comercial orientada hacia un Cliente Directo de mayor valor añadido que le ha permitido mejorar sus tarifas. En Orlando las estimaciones apuntan a mantener la tendencia actual, con algún impacto positivo generado por los periodos de mayor demanda como Halloween, Thanksgiving y la Navidad.

**ASIA:**

La actividad en **China** durante el tercer trimestre estuvo por debajo de los niveles registrados el año anterior, afectada por una demanda doméstica mas débil de lo esperado y por las desfavorables condiciones meteorológicas en algunos destinos durante el verano. En este contexto, la demanda se siguió apoyando en las On-line-Agencies (OTA's) y en el cliente directo, mientras los segmentos Corporativo y MICE tuvieron una contribución más moderada. **Con vistas al cuarto trimestre** existe una limitada visibilidad, debido a una cautela generalizada en el país que modera la demanda doméstica y corporativa y resulta en una reducción del número y dimensión de los Grupos, eventos, y reuniones de negocios, afectando también a las previsiones de incremento de la actividad que deberían acompañar a las vacaciones de final del año.

Por lo que respecta al **Sudeste Asiático**, el trimestre registró un desempeño positivo, impulsado por la fuerte demanda internacional procedente de Europa, Corea del Sur y Australia, junto con una solida demanda doméstica. Vietnam destacó gracias a su mejorada conectividad aérea y al crecimiento del tráfico de pasajeros, mientras Paradisus Bali siguió contribuyendo notablemente al crecimiento de la región, a medida que avanza en su rodaje y consolidación después de su proceso de rebranding y reposicionamiento el año pasado. En la región se confirma también el crecimiento que viene experimentando, año tras año, el segmento de Cliente Directo, aunque la Tour Operación sigue liderando la contribución por segmentos. Por lo que respecta al **final del ejercicio**, las previsiones se mantienen favorables, especialmente tras el reposicionamiento del Paradisus Bali y la buena acogida de este en la región. La demanda internacional asociada a la temporada de invierno y a las vacaciones de fin de año seguirá sosteniendo, junto con la amplia y diversificada base de mercados emisores al destino, el buen desempeño de la región.

## **Operaciones: principales parámetros de evolución** (Hoteles en propiedad, alquiler y gestión)

TERCER TRIMESTRE

| **181,1€** | **74%** | **134€** |
|---|---|---|
| ARR | OCUPACIÓN | REVPAR |
| *+13,5% vs AA* | *+7,3pp vs AA* | *25,9% vs AA* |

9 MESES

| **160,6€** | **66,5%** | **106,9€** |
|---|---|---|
| ARR | OCUPACIÓN | REVPAR |
| *+9,2% vs AA* | *+4,2 vs AA* | *+16,5% vs AA* |

**Acerca de Meliá Hotels International**

Meliá Hotels International, fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), celebra su 70 aniversario consolidada como la mayor compañía hotelera de España y una de las más relevantes a nivel global. Su liderazgo se ha visto reconocido con distinciones como la de empresa hotelera más sostenible de Europa según S&P Global y el sello Top Employer Large Enterprise 2026, avalando su compromiso firme con la sostenibilidad, el desarrollo del talento y la excelencia en la gestión.

Con un portafolio que supera los 400 hoteles entre abiertos y en proceso de apertura en los principales destinos internacionales, la compañía opera a través de nueve marcas que responden a diversos perfiles y motivaciones de viaje: Gran Meliá Hotels & Resorts, ME by Meliá, The Meliá Collection, Paradisus by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, ZEL, INNSiDE by Meliá, Sol by Meliá y Affiliated by Meliá. Todas ellas comparten una esencia común: ofrecer experiencias auténticas y memorables, inspiradas por la cultura y los valores mediterráneos.

Impulsada por una visión estratégica centrada en la innovación, la digitalización y el turismo responsable, Meliá continúa avanzando como referente del sector, generando valor sostenible para sus grupos de interés y contribuyendo al progreso social, económico y medioambiental de los destinos donde está presente. Para más información comunicacion@melia.com