

NOTAS ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS.

Nombre de la entidad: MELIA HOTELS INTERNATIONAL S.A.

Estados financieros: ESTADOS FINANCIEROS INTERMEDIOS

Fecha del Informe de Revisión limitada: 31/03/2020

Área: Resultados del primer trimestre 2020

Descripción:

PERSPECTIVAS:

La evolución del negocio hotelero en este trimestre, tuvo dos etapas muy claramente determinadas por el impacto del Covid-19. Los dos primeros meses del año evolucionaron en línea de lo esperado, con recuperación de destinos como México y Canarias, dificultades en República Dominicana por la falta del segmento MICE, buena evolución de los hoteles urbanos en España, a excepción de la última semana de febrero en Barcelona, por la cancelación de la "Mobile World Congress" y por otro lado en el mes de marzo, se inició el cierre de los hoteles con motivo de la pandemia global del Covid-19. Por regiones destacar :

- La evolución del RevPAR en la división América fue del -21,1% (USD). Los resultados acumulados a febrero en República Dominicana se vieron afectados por la falta de contribución del mercado americano (principalmente por el segmento MICE, todavía impactado por la campaña de noticias negativas que, en su mayor parte, han resultado falsas), a pesar de los esfuerzos de la compañía en incrementar las ventas en mercados alternativos, Europa y Latinoamérica. En México en los dos primeros meses, presentó un cambio de tendencia positivo, con lo que se manifiesta el fin del sargazo y el avance de los esfuerzos de la compañía focalizados en la recuperación del cliente norteamericano y del segmento MICE. No obstante lo anterior, previo a las declaraciones oficiales de la existencia de brotes de la epidemia en esos destinos, la Compañía inició los procesos de cierre a partir de la tercera semana de marzo.
- En EMEA el RevPAR disminuyó en un -22,1%. Las cifras que se reflejan a febrero muestran la evolución de la expansión de Covid por Europa. Italia (-17,3%), ha sido el país más afectado al ser el primero en tomar medidas contundentes para paliar los efectos de la pandemia. Por su parte, UK (-9,4%), sus resultados se vieron impactados por la continuación de la reforma en Melia White House. Francia (+4,2% - en bases comparables) mostró una tendencia positiva a pesar de la extensión de la huelga general y parcial de transporte de finales del año pasado. Finalmente, Alemania (+0,3%) logró mantener cifras de 2019. El proceso de cierre de hoteles empezó en la primera quincena del mes de marzo, en un inicio fueron los hoteles de Italia, seguidos por los de Alemania, Francia y finalmente Reino Unido.
- En Cuba, el RevPAR en USD cayó un -23,3%. Hasta el mes de Febrero el trimestre venía comportándose como esperado, con un crecimiento en la disponibilidad de habitaciones gracias a la presencia del Melia Internacional Varadero, así como con un incremento modesto del número de clientes (+3% respecto a igual periodo del año anterior) La combinación de más habitaciones disponibles en el destino con tarifas promedio más bajas deterioró en un 10.4% el RevPar. La cancelación de los vuelos de Canadá, anunciada el 17 de Marzo a raíz de la extensión generalizada de la pandemia de Covid-19, marca el punto de inflexión. A partir de ese día comienza el proceso de cierre progresivo de hoteles en la medida que fueron sucediéndose cancelaciones, repatriaciones y salidas definitivas de los clientes alojados en nuestras instalaciones. El 23 de Marzo las autoridades del país decretan finalmente el cierre de los aeropuertos del país.
- A diferencia del resto de regiones, en Asia (RevPAR -23,0%), la crisis del Covid-19 se inició en el momento de la llegada del Año Nuevo Chino (última semana de enero), con un impacto de forma importante en tan señaladas fechas para esta región, si bien en enero se pudo cerrar el mes según las expectativas. El mes de febrero fue el mes de cierre de cuatro de nuestros cinco hoteles en China, cayendo de forma drástica el mercado chino tanto inbound como outbound, pero en ese caso nuestros hoteles del sudeste asiático tenían buenas ocupaciones fundamentalmente por los mercados australiano, europeos y locales. El mes de marzo es cuando ya empezamos a notar el impacto en el sudeste asiático encontrándonos con 10 hoteles abiertos y 14 cerrados, y tímidamente está arrancando el mercado chino, que es 100% domestico.

CIRCLE by MELIÁ

Durante este primer trimestre del 2020, al igual que en el negocio hotelero, se ha visto influenciado por el impacto del Covid-19, con cierre de operaciones a mediados de marzo, si bien a nivel de trimestre las **ventas de membresías** cerraron razonablemente bien (-7,4%), impulsado por el resultado de México donde es palpable la consolidación de ventas del producto Circle, iniciada a mediados de 2019 en sustitución de las ventas de Club Melia.

A nivel de **ingresos** (NIIF 15: sustentados por la redención de Opciones), el trimestre fue positivo a pesar de que en Club Melia se observa un menor uso como resultado de la migración de contratos a Circle y la depuración de la cartera, además de que se sigue luchando en contra de la percepción del destino Punta Cana, a consecuencia de los incidentes del 2019.

INGRESOS OPERATIVOS Y GASTOS DE EXPLOTACIÓN:

Durante este trimestre no se han generado plusvalías por venta de activos. Los **Ingresos Consolidados** cayeron en un -25,5% respecto al mismo periodo del año anterior; afectados por el sucesivo cierre de hoteles a lo largo del mes de marzo. A cierre del trimestre, de los 326 hoteles, tan sólo permanecían abiertos 53.

Los **Gastos de Explotación**, disminuyeron en un -6,5%, dicho ahorro en costes se materializó principalmente en el mes de marzo, donde, tal y como se ha comentado anteriormente, se inició el progresivo cierre de hoteles. En los próximos meses se apreciarán las medidas tomadas por la compañía a nivel de costes, para hacer frente a esta extraordinaria situación. En estas circunstancias y por el efecto del Covid-19, la compañía estima que el saldo de algunos de sus clientes pudiera verse afectado y por ello, se ha dotado una provisión por insolvencia de clientes por un importe de € 10M, a la espera de poder cuantificarla de forma más adecuada en el próximo trimestre, cuando la compañía pueda contar con mayor claridad ante esta situación.

DEUDA Y LIQUIDEZ:

A cierre del primer trimestre, la **Deuda Neta** se ha situado en los €2.183,9M, lo que supone un incremento en +€155,1M respecto a Diciembre 2019. La **Deuda Neta financiera pre NIIF 16** aumentó en +€271,8M, alcanzando los €864,2M, impactada principalmente por el pago final de la renegociación del "long leasehold" del Meliá White House, por el programa de recompra de acciones así como por el impacto del Covid-19 en la generación de caja, principalmente en el mes de marzo 2020.

Ante una situación excepcional como la que nos encontramos actualmente, y debido a la dificultad de prever la duración de la misma, una de las prioridades de la compañía ha sido mantener una posición de liquidez que nos permita afrontar los meses venideros con relativa tranquilidad. Con el objetivo de preservar dicha liquidez, la compañía se ha centrado en un ajuste/control de cada una de las líneas de costes, reducción del capex previsto para el ejercicio, obtención de nueva financiación (con posterioridad al cierre de marzo, la compañía ha firmado nueva financiación por aproximadamente €200M, adicionales), aplazamiento de los vencimientos que tenemos durante el ejercicio. Así mismo, quisiéramos reiterar que Meliá no tiene deuda con covenants financieros y que la financiación adicional que se ha obtenido durante este año, ha sido con esta misma condición y sin colateral alguno.

Enlace a las cuentas de la entidad:

<https://www.cmv.es/Portal/verDoc.axd?t={a795556b-07f7-40f2-acf0-739566be9442}>

Nota:

La información que se recoge en este documento ha sido obtenida de páginas web de carácter público donde se incluyen las cuentas anuales e informe de auditoría sobre las mismas que deben ser leídos conjuntamente. La redacción de estos párrafos se incluye a efectos ilustrativos y no debe entenderse, en ningún caso, que sea la sugerida por el REA Auditores.