

Junta General de Accionistas 2020

Discurso de Gabriel Escarrer, Presidente

Buenos días y muchas gracias por asistir hoy, de modo presencial o a través de nuestra retransmisión en streaming, a la Junta General de Meliá Hotels International.

Todos somos conscientes de las dificultades que ha generado la actual situación para los desplazamientos, por lo que varios de nuestros Consejeros nos acompañan hoy virtualmente, gracias a los canales que nos permiten hoy la asistencia remota. Quiero enviarles también mi más afectuoso saludo y agradecimiento a todos ellos.

Deseo también informarles de las medidas de seguridad adoptadas específicamente para esta Junta de Accionistas en el hotel Meliá Palma Marina, que hoy nos acoge, aunque todavía no ha abierto sus puertas al público. Todo el establecimiento ha sido adaptado a los protocolos y estándares de seguridad sanitaria establecidos por nuestro Programa “Stay Safe With Meliá” para nuestros empleados y clientes, lo que incluye higiene y desinfección de todos los elementos y superficies, medidas de distanciamiento social, alimentación y bebidas, estándares y procedimientos de marca para la experiencia in-room, wellness, entretenimiento, etc.

Además, todos nuestros profesionales han seguido un intenso itinerario formativo en el marco de este programa, el cual ha sido además certificado por la prestigiosa entidad certificadora Bureau Veritas.

Con el fin de garantizar las máximas condiciones de seguridad para todos los asistentes a esta Junta, hemos observado también las medidas y distancias de seguridad en el montaje de esta sala y en la organización; se han proporcionado mascarillas, gel hidroalcohólico a los colaboradores y accionistas, y se les ha tomado la temperatura. Todos los materiales han sido desinfectados con productos virucidas, y los sistemas de climatización han sido revisados para redirigir aire desde el exterior.

Sabemos que esta Junta se celebra en un año atípico; normalmente por estas fechas, nuestra Compañía estaría en el apogeo de su actividad anual, y el Presidente que les habla les presentaría, además del balance del año anterior, las perspectivas para el primer semestre y la temporada estival. Sin embargo, lamentablemente, en esta ocasión, casi toda nuestra presentación deberá dedicarse a la gestión de una crisis que ha trastocado el mundo, y muy especialmente, el sector turístico como es la COVID-19.

El turismo es una industria de felicidad y de encuentro, y es además la industria global por excelencia. Por ello, la crisis pandémica nos ha afectado como a ningún otro sector de la economía. El cierre de fronteras, las restricciones a la movilidad y a la concentración de personas, y el confinamiento de un tercio de la humanidad (más de 2.500 millones de personas) nos obligaron, por primera vez en la historia de nuestra empresa, a cerrar la mayor parte de nuestros hoteles en todo el mundo.

Como ha estimado Exceltur, el impacto de este periodo de hibernación en el sector turístico, con un escenario de *zero ingresos* durante más de tres meses, y de Ebitda negativo durante un tiempo indeterminado, podría superar en España los 83.000 millones de pérdidas, y sería responsable del 57% de la caída total del PIB español, que se estima en torno al 13% en 2020.

La incipiente reactivación del sector a la que estamos asistiendo este verano, aunque bienvenida, no es más que un espejismo, pues los tiempos de desescalada en los distintos mercados, sumados al temor a viajar y a los posibles rebotes hasta que se disponga de la ansiada vacuna, hacen que la demanda sea insuficiente para poder hablar de “recuperación”.

Nos enfrentamos sin duda, a la desaparición de gran parte del tejido industrial turístico: estamos hablando no solo de hoteles, sino de transportes, restauración, oferta de ocio, proveedores de bienes y de servicios al turismo, alquiler de vehículos, consultoría, construcción etc., lo que podría representar una potencial destrucción de hasta 2,8 millones de empleos.

Creo que es evidente que esta crisis sanitaria, y la económica que inmediatamente le sigue, no son comparables con ninguna de las que hemos vivido hasta la fecha. Dado su especial impacto en nuestro sector, numerosas entidades y estudios califican ya a la crisis del COVID como “la gran crisis del turismo y el transporte”, dos sectores claves, que según el consenso de los análisis no recuperarán los niveles anteriores a la pandemia nada menos que hasta el año 2023.

Una vez expuesta la gravedad de la situación a la que nos enfrentamos, me gustaría recordar que la presente Junta General de Accionistas tiene como primer punto del orden del día el examen y aprobación, en su caso, de las cuentas anuales y el informe de gestión correspondientes al año 2019. Es por ello que dedicaré esta primera parte de mi intervención a recordarles nuestra evolución y resultados en el pasado ejercicio, y posteriormente nuestro Consejero Delegado les expondrá con mayor detalle la evolución y gestión de nuestra Compañía durante estos difíciles meses.

Unos resultados obtenidos responsablemente:

Antes de declararse la pandemia, el resultado de Meliá Hotels International estuvo muy afectado por la combinación de una serie de impactos extraordinarios de origen muy diverso, concentrados especialmente en la región del Caribe, y concretamente en la República Dominicana y México, países ambos con un peso y contribución muy importante a nuestra cuenta de resultados. Como dijimos entonces, el entorno que los angloparlantes denominan “VUCA” por las siglas de los términos que lo definen como “*Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo*”, y a venía avalando la prudencia financiera y la fortaleza que Meliá demostró en sus planes estratégicos desde la recuperación de la pasada crisis.

De este modo, al cierre del año 2019, que fue el segundo año con mejor resultado de nuestra historia, la situación financiera de la Compañía se mantenía saludable, habiendo reducido la deuda neta (antes de la nueva normativa contable) en 15 millones durante 2019, y manteniendo un ratio de Deuda neta sobre Ebitda ligeramente por encima de las 2 veces (2,11 veces exactamente), influenciada por el programa de recompra de acciones lanzado en octubre de 2019.

En cuanto a los resultados operativos, la compañía consiguió un ligero incremento del Ingreso Medio por Habitación disponible (RevPAR) en propiedad y alquiler, del 0,6% en los 12 meses, gracias a la estrategia de marcas y a la progresiva mejora del portfolio hotelero del Grupo. Las ventas de Melia.com continuaron batiendo sus récords, (con un crecimiento de +3,1% frente al año 2018) mientras la plataforma de B2B MeliaPro aumentó un destacado 14,9% sus ventas a profesionales y partners de la distribución.

Por todo ello y a pesar del complejo entorno descrito, en el año 2019 Meliá mantuvo, excluyendo las plusvalías, sus ingresos en el nivel de 2018, (1.789,5M€) y obtuvo un Ebitda de 470,9 millones de euros, tan solo un 2,3% por debajo del año anterior. El Resultado Neto Consolidado (121,7M€) se situó un 19,8% por debajo del obtenido en 2018, influenciado por las menores plusvalías.

Nuestra valoración del año pasado es, por tanto, moderadamente positiva en cuanto al negocio, con un resultado histórico en los hoteles urbanos españoles; pero si me lo permiten, les confesaré que para mí, los éxitos más importantes del año 2019 fueron sin duda la **resiliencia** mostrada por el Grupo (un rasgo que resultará como veremos, fundamental para sobrevivir a la crisis sobrevinida en 2020), y el importante reconocimiento alcanzado como **Compañía Hotelera Más Sostenible del mundo**, por el Corporate Sustainability Assessment.

En Meliá creemos que la generación de negocio debe ser compatible con la **creación de valor para la sociedad**, y para todos nuestros grupos de interés. Por ello, estamos sin duda orgullosos

de que esta prestigiosa evaluación, realizada por la agencia de inversión sostenible SAM, integrada en Standard & Poors, nos confirmara en octubre de 2019 como líderes de la industria en las dimensiones económica y social, obteniendo la mejor puntuación de su sector en criterios tan diversos como Estrategia Climática, Derechos Humanos, Formación y Desarrollo del Talento, Cadena de Suministro, Código Ético, Gestión de Riesgos y Seguridad y Salud Laboral.

Les aseguro que la pandemia no ha debilitado nuestro compromiso responsable, más bien al contrario. Junto a las diversas contribuciones a entidades y colectivos desfavorecidos, y al programa de medicalización de hoteles, que les detallará nuestro Consejero Delegado, me gustaría destacar la fuerte apuesta que hemos mantenido por la seguridad, protección social y laboral, y por la formación de nuestros trabajadores.

Ante una tragedia humana y social como una pandemia, el eslabón más débil son siempre las personas, y desde un primer momento, nuestro **Departamento de Recursos Humanos** ha trabajado con denuedo para minimizar las consecuencias de esta situación sobre nuestros colaboradores, mantener nuestro talento y cumplir con la directriz marcada por nuestro Comité de Dirección de “no dejar a nadie atrás”.

Quiero poner así en valor el ingente trabajo que han desarrollado para asegurarse de que tanto los ERTEs en España, como otras figuras de protección laboral de aplicación para nuestros empleados en otros países, llegaran a todos puntualmente y de la forma más favorable posible. A pesar de la constante incertidumbre y ambigüedad regulatoria (pues ni las empresas ni las Autoridades laborales estábamos preparados para esto), nuestros equipos han gestionado esta situación con excelencia y con empatía y comprensión ante las situaciones personales y familiares de nuestros empleados.

Todo ello sin dejar de hacer un seguimiento constante de las personas enfermas y expatriadas, y de mantener una constante interlocución con las Administraciones Públicas laborales.

En este punto quisiera enviar un emocionado abrazo a aquellos colaboradores que han perdido a algún ser querido, y un recuerdo especialmente emocionado a las familias de los dos colaboradores de Meliá que según nuestros registros habrían fallecido por causa de la COVID.

Además, decidimos aprovechar los meses de confinamiento y la disponibilidad de sistemas de teletrabajo implementados para la totalidad de empleados, para fomentar la formación y actualización de nuestras capacidades digitales, una iniciativa cuya acogida acreditan sobradamente las más de 30.000 horas de actividades formativas realizadas *on line* en nuestra plataforma e-Meliá durante la pandemia.

Estoy convencido de que esto es lo mejor que podemos hacer por nuestros colaboradores, para anticiparnos a las exigencias que el propio entorno competitivo y la transición digital nos impondrán ya en la fase de recuperación.

Igualmente en esta línea, me alegra compartir con ustedes que la sociedad reconoce nuestros esfuerzos en materia laboral y de gestión del talento, ocupando Meliá un año más la primera posición en el ranking UNIVERSUM, como empresa hotelera más atractiva para los universitarios españoles.

Por último en este apartado, siguiendo la recomendación **número 3 del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas**, como Presidente no ejecutivo del Consejo de Administración, les informaré también de los aspectos más relevantes en materia de gobierno corporativo. En este sentido, los principales hitos alcanzados desde la anterior Junta General podrían resumirse en los siguientes:

- (i) Tras el nombramiento de Dña. Cristina Henríquez de Luna en la Junta de 2019, se ha producido un incremento del número y porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración y en las Comisiones delegadas, pasando de un 18% a un 27% (3 consejeras de un total de 11 miembros). Tanto la Comisión de Nombramientos y Retribuciones como el Consejo en su conjunto consideran necesario seguir incrementando el citado porcentaje y con ello dar cumplimiento a la recomendación número 15 del recientemente modificado Código de Buen Gobierno que fija en un 40% el objetivo para 2022, para lo que se procederá a actualizar la política de selección de consejeros.
- (ii) El nombramiento de la nueva consejera externa independiente (Dña. Cristina Henríquez de Luna), también ha supuesto un incremento del número de consejeros independientes, pasando de un 45% a un 54,5%, situándonos por encima de lo establecido por la recomendación número 17 del Código de Buen Gobierno.
- (iii) Del mismo modo, se ha reducido la permanencia media (rotación) en el Consejo de Administración, pasando de 13 años en el ejercicio 2018, a 11 años de media en 2019. Así las cosas, con el nombramiento de Hoteles Mallorquines Agrupados, S.L. y de D. Jose María Vázquez Pena como su representante persona física, la permanencia media quedará fijada en 9 años. Sin duda este nombramiento nos llena de satisfacción, dada la profesionalidad de Jose María y su conocimiento de la empresa familiar.
- (iv) En la propuesta de delegación de facultades sobre la ampliación de capital y emisión de bonos y deuda que se presenta a aprobación en la presente Junta General, se ha dado cumplimiento a la recomendación número 5 del Código de Buen Gobierno, al limitar las posibles ampliaciones de capital con exclusión al derecho de suscripción preferente a un 20% del capital social.

En relación al seguimiento de otras recomendaciones en materia de buen gobierno, les informamos de que estamos trabajando en el cumplimiento de las nuevas recomendaciones introducidas por la actualización del Código de Buen Gobierno, tales como una Política relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa o el ya citado porcentaje de mujeres en el Consejo de Administración.

Asimismo, en lo que respecta a las recomendaciones que no estamos siguiendo en su totalidad, como por ejemplo la referente al número mínimo de reuniones del Consejo, indicarles que el número se fija anualmente atendiendo a las necesidades de la sociedad, y que en 2019 se celebraron un total de siete (7) sesiones.

La COVID-19, nuestro mayor reto en 65 años

No quiero finalizar mi discurso sin hablarles del impacto que esta brutal disrupción de nuestra actividad y nuestras vidas tendrá en el devenir de nuestra empresa, que en el año 2021 cumplirá sus primeros 65 años de vida.

Nunca en estas más de seis décadas en la industria hemos tenido que enfrentarnos a una crisis de dimensiones tan catastróficas, y les aseguro personalmente que, pese a la extensa experiencia que creo haber acumulado a lo largo de mi vida, nunca hubiera imaginado una situación como la actual.

A nadie se le oculta que la COVID representará una enorme pérdida de valor para todas las empresas turísticas, tanto que muchas de ellas tal vez no puedan superarlo. Según Exceltur, la caída de actividad al final de 2020 será superior a los 83.000 millones de euros, y más de 700.000 empleos del sector estarán en peligro.

Pero puedo afirmarles que Meliá Hotels International prevé resistir a esta crisis, y salir además fortalecida, y si me permiten, me gustaría resumirles brevemente las razones en las que se fundamenta nuestra seguridad en el futuro de la compañía:

En primer lugar, el hecho de que Meliá había “hecho sus deberes”, y al declararse la pandemia teníamos un balance saneado y un portfolio valioso y renovado, que nos aporta una gran tranquilidad con vistas al futuro. Además del moderado nivel de deuda mantenido, sólo en los últimos 5 años nuestro Grupo invirtió unos 500 millones en reformas de hoteles propios y otros 250 millones en Hoteles en Joint Ventures, sin contar las reformas realizadas en hoteles en management.

En segundo lugar, porque como siempre les he dicho, contamos con el compromiso y el talento de un extraordinario equipo humano

En tercer lugar, nuestra confianza surge de nuestra poderosa apuesta digital, factor clave como ya les he mencionado, que les explicará con mayor detalle nuestro Vicepresidente Ejecutivo y Consejero Delegado.

Igualmente, porque, en línea con nuestra capacidad para reinventarnos, Meliá se propuso aprovechar el parón operativo para cuestionárselo todo, resetearse, y adaptar su estrategia al complejo entorno post COVID, lo grandando con ello una importante ventaja competitiva.

Finalmente, porque gracias a los Planes Estratégicos desarrollados en los últimos años, nuestro Grupo estará en perfecta posición para aprovechar las oportunidades de crecimiento que el futuro ofrecerá a las marcas fuertes y reconocidas como la nuestra, gracias a nuestra base de clientes fidelizados, sistemas y canales propios de distribución, know-how y economías de escala, entre otros valores.

Pensamos que, en un sector probablemente más consolidado, algunas empresas podrán afianzar su liderazgo, y estamos convencidos de que Meliá Hotels International será una de ellas, pero esto requerirá sin duda continuar esforzándonos y haciendo grandes sacrificios.

Por ello, quiero poner más en valor que nunca la excelencia y la entrega sin límites demostrada por **nuestro equipo directivo** y muy especialmente el liderazgo desarrollado por mi hijo, el **Vicepresidente Ejecutivo y Consejero Delegado**, al frente del Comité de Crisis. Como siempre he dicho, en una empresa hay que liderar con el ejemplo, y sin duda, su prudencia y conocimientos financieros, sus valores, y su inquebrantable ánimo nos han inspirado y señalado el camino.

Mi agradecimiento también a nuestros **Consejeros**, por su profesionalidad y rigor, y porque su experiencia ha resultado sin duda reconfortante ante la incertidumbre extrema en que teníamos que gobernar la nave. Y muy especialmente, en el año en que ha presentado su renuncia, quiero destacar la labor y generosidad demostrada por mi hijo **Sebastián Escarrer**, durante los más de 20 años de dedicación, y dejar constancia de nuestra gratitud a quien pilotó la transformación de Grupo SOL en Sol Meliá, y su exitosa salida posterior a bolsa. Le estamos sumamente agradecidos.

Y por supuesto, no puedo dejar de mostrar nuestro agradecimiento a todos ustedes, apreciados **accionistas**, por su lealtad a nuestra empresa en tiempos tan turbulentos. Para corresponder a su confianza, tengan por seguro que continuaremos haciendo nuestros mejores esfuerzos para continuar creando valor para la compañía, para la sociedad y definitivamente, para todos ustedes.

Estamos, no se lo negaré, profundamente preocupados por la evolución de la pandemia, pero vislumbramos también un rayo de esperanza, seguros de que en la sociedad más digital, más responsable y más competitiva que llegará después de esta crisis, nuestra compañía seguirá siendo líder y referente para un sector estratégico como es el turismo.

Muchas gracias a todos.