

HOTELS & BUSINESS

 CUSHMAN &
WAKEFIELD

DICIEMBRE 2022 **Nº 10**

INFORME

Los activos inmobiliarios en los destinos vacacionales y el segmento del lujo atraen a los inversores

HOSPITALITY LAB

La tercera edición del Lab se pone en marcha

ENTREVISTA

Salvador Pastor,
Partner Debt &
Structured Finance
EMEA



sumario

4 EN CUESTIÓN

¿CÓMO CREES QUE PUEDE EVOLUCIONAR EL MERCADO DE INVERSIÓN HOTELERA EN EL ACTUAL CONTEXTO ECONÓMICO?

6 CUSHMAN & WAKEFIELD OPINA

EL ALZA EN OCUPACIÓN IMPULSA EL INCREMENTO DE PRECIOS HOTELEROS

9 ACTUALIDAD

CUSHMAN & WAKEFIELD HOSPITALITY REFUERZA SU EQUIPO CON TRES INCORPORACIONES SENIOR

10 INFORME

LOS ACTIVOS INMOBILIARIOS HOTELEROS EN LOS DESTINOS VACACIONALES Y EL SEGMENTO DEL LUJO ATRAEN A LOS INVERSORES

14 ENTREVISTA

SALVADOR PASTOR, PARTNER DEBT & STRUCTURED FINANCE EMEA

16 HOSPITALITY LAB

LA TERCERA EDICIÓN DEL LAB SE PONE EN MARCHA CON UNA SESIÓN SOBRE FINANCIACIÓN DE PROYECTOS HOTELEROS

LIFE IS
WHAT
WE
MAKE
IT



LOS ACTIVOS HOTELEROS MANTIENEN INTACTO SU ATRACTIVO PARA LOS INVERSORES

Hace unos diez meses iniciábamos el año con la incertidumbre de la variante Omicron que retrasaba la salida de la pandemia. La Semana Santa marcó el inicio de la recuperación, que se aceleró y consolidó durante la temporada veraniega. En un año tan impredecible, es lógico que seamos cautos a la vez que optimistas respecto a lo que puede devenir en 2023.

El optimismo está plenamente justificado ya que el año finaliza con un sector que ha recuperado el casi pleno rendimiento del que disfrutó hasta 2019. Hemos visto como los destinos vacacionales han superado las cifras de ingresos previas a la pandemia y también como ha empezado a reactivarse el turismo corporativo, primero tímidamente apoyado en los grandes eventos para, poco a poco, generalizarse con el ritmo que venía siendo habitual. En el año 2023, la recuperación plena de los niveles de ocupación, que este 2022 han quedado unos 8 puntos por debajo de los que se registraban en 2019, debería llegar de la mano de la entrada de viajeros de mercados emisores como el americano, que este año ya ha empezado a llegar, o de países que siguen con movilidad muy restringida en Asia, como China sin ir más lejos o Rusia por razones obvias.

Además de la operativa hotelera, también el mercado de inversión ha mostrado su dinamismo, cerrándose operaciones importantes que ayudan a seguir transformando el parque hotelero español, en el que cada vez se observa una división más clara entre propietarios y operadores. La entrada de los grandes fondos de inversión ha acelerado este proceso, junto a un contexto que obliga a seguir profesionalizándose a todos los niveles para ser competitivo en el ámbito global del turismo. La Conferencia Anual de Inversión Hotelera que organizamos en octubre en Madrid, mostró que hay un gran apetito inversor que sigue fijándose en la Península Ibérica. Estos inversores se muestran especialmente receptivos a estudiar operaciones en el segmento de lujo y gran lujo y también en el otro extremo, en hoteles low cost. En estos segmentos las grandes cadenas nacionales e internacionales están realizando un gran esfuerzo de posicionamiento, lanzando nuevas marcas especializadas y buscando, cada vez más, personalizar la experiencia de cada viajero, un elemento común a toda la industria.

Este escenario tan atractivo tiene su contrapunto en la incertidumbre que despierta la actual situación político-económica. Entre los principales puntos que mueven a la cautela está, por supuesto, la guerra en

Ucrania y el aumento de costes tanto en energía como en el resto de los suministros y otros gastos de explotación fundamentales. Para el mercado español, la situación económica en Reino Unido unida a la inestabilidad política, también puede tener un efecto sobre la llegada de turistas ya que hablamos de uno de nuestros principales mercados emisores, en cambio el posicionamiento del dólar frente al euro hace muy interesante el viaje a Europa para los que se mueven con esta moneda americana. Los indicadores económicos, como el alza de tipos de interés, invitan a pensar que podemos asistir a una cierta ralentización o ligera corrección durante 2023 del conjunto de la economía, que afecte al consumo.

El grado de este posible retroceso marcará la evolución durante los próximos meses, pero la demanda y el interés por viajar se mantiene intacto no solo entre el viajero de ocio, sino también en el corporativo con cada vez más conferencias, reuniones y ferias comerciales en las agendas de los profesionales.

ALBERT GRAU

*Partner y Codirector
de C&W Hospitality
España*



BRUNO HALLÉ

*Partner y Codirector
de C&W Hospitality
España*

¿CÓMO CREES QUE PUEDE EVOLUCIONAR EL MERCADO DE INVERSIÓN HOTELERA EN EL ACTUAL CONTEXTO ECONÓMICO?



Carlos Molina

*Redactor de Empresas
del diario Cinco Días*

La inversión hotelera no ha dejado de crecer en los dos años de coronavirus, coincidiendo con la peor crisis de la historia del turismo. El ritmo vertiginoso en el cierre de operaciones de compraventa de activos puede verse acelerado, aunque suene paradójico, por la invasión de Ucrania, la paralización de la economía global y, sobre todo, por la imparable subida de tipos de interés, que ha tocado en la línea de flotación a las empresas sobreendeudadas por la falta de actividad normal desde marzo de 2020 y que puede forzarlas a desprenderse de activos para ganar liquidez.

El cálculo que habían hecho muchas de esas compañías era devolver el principal de las deudas contraídas por la pandemia con la recuperación explosiva de los flujos turísticos, que ha llevado a la gran mayoría de hoteles a regresar a los niveles de facturación y beneficio precrisis en el último verano. Unas cuentas que se han quedado en papel mojado ya que esa generación de caja extraordinaria tendrá que destinarse íntegramente a pagar los intereses de unos créditos que con toda seguridad habrá que refinanciar en los próximos trimestres.

En ese escenario ya hay empresas que ultiman la venta de carteras de hoteles con el único objetivo de reducir el pasivo, en especial aquellas que cotizan en bolsa y que empiezan a sufrir un castigo en el precio de las acciones similar al vivido en 2020. En el otro lado, los fondos de inversión y el capital riesgo esperan atentos para realizar ofertas y seguir ampliando sus portfolios. Un paso más atrás, los fondos soberanos o los fondos de pensiones internacionales, como los de Singapur u Holanda, permanecen agazapados para seguir entrando de forma acelerada en la compra de hoteles.

en cuestión



Benito Badrinas
Redactor EjePrime

Los confinamientos derivados de la crisis sanitaria del Covid-19 golpearon fuertemente a la industria hotelera, tanto urbana como vacacional. Los establecimientos cerraron, los trabajadores se acogieron a ERTES y, en líneas generales, la actividad se paralizó. La salida de la pandemia no fue rápida en líneas generales y, especialmente, para el sector servicios.

En este contexto, desde el primer momento se vio que el apetito inversor por los activos hoteleros era grande. Los establecimientos que salían al mercado eran traspasados por cifras que apenas incluían descuentos significativos. La abundante liquidez contribuyó a ello, pero también una percepción global de que el turismo en España es de calidad y que la industria, más pronto que tarde, se repondría de la crisis del Covid. Y así ha sido, tal y como lo demuestran las cifras alcanzadas el pasado verano. Una recuperación clara en la llegada de visitantes, además de un aumento del RevPAR y los ingresos por habitación que han permitido hacer frente al incremento de los costes aplicados por los proveedores y también de la energía.

Las grandes marcas hoteleras y los principales fondos de inversión siguen interesados en posicionarse en los principales destinos turísticos españoles, como Baleares, la Costa del Sol o Canarias. Son plazas turísticas que se han convertido en iconos globales y, por lo tanto, sus activos hoteleros son percibidos como core por parte de la industria y los grupos inversores, al igual que Barcelona y Madrid son destinos prime en turismo urbano.

La ralentización económica y el encarecimiento de la financiación como consecuencia del aumento de los tipos de interés impactará en el sector hotelero, evidentemente. Quizá vengan menos turistas y el precio de los activos experimente alguna corrección como consecuencia de la financiación más cara, pero la actividad se mantendrá en buenos niveles. Al igual que la liquidez, porque el interés por estar presente en la industria hotelera española es muy grande.

EL ALZA EN OCUPACIÓN IMPULSA

EL INCREMENTO DE PRECIOS HOTELEROS



*Hotel La Pleta, Baqueira,
Eurostars*

LA RECUPERACIÓN
PLENA LLEGARÁ
CON LA APERTURA
DE LOS MERCADOS
ASIÁTICOS,
ESPECIALMENTE
CHINA

La ocupación media durante los nueve primeros meses del año en los hoteles españoles ha sido del 68,3%, un porcentaje ocho puntos inferior a la de 2019 (76,3%). En comparación con 2021, sin embargo, la ocupación ha crecido un 70,8% lo que ha permitido impulsar al alza tanto el ADR (precio medio diario) como el RevPAR (precio medio por habitación disponible) que han logrado ya igualar o superar los niveles prepandemia.

Los indicadores de Ocupación, ADR y RevPAR del Barómetro del Sector Hotelero, elaborado conjuntamente por STR y Cushman & Wakefield, muestran al cierre del tercer trimestre una recuperación clara de los precios con niveles superiores a los de 2019 y una mejora de la ocupación, aunque sin llegar esta a los niveles de 2019.

Una vez finalizada la temporada veraniega, hemos podido ver como los destinos con un mayor componente de ocio, como Costa del Sol o Baleares, muestran resultados que ya igualan o incluso superan a los registrados en 2019. En los meses más duros de la pandemia, nos preguntábamos cómo se verían afectados los hábitos de los viajeros, pero las dudas se han desvanecido en cuanto se ha podido recuperar la movilidad. La demanda se muestra muy activa, el ya famoso "efecto champán". En cambio sí han podido detectarse cambios en algunas dinámicas a nivel de comercialización, con una mayor toma de decisiones en el último momento y estancias, por lo general, más cortas.

Las cifras de ocupación demuestran esta recuperación. En la Costa del Sol, Málaga logra un 79,7%, siendo el primer destino por niveles de ocupación durante los nueve primeros meses. Cerca de ella, Marbella se queda en un 65,6%, pero con excelente nivel de ADR, el mayor en España. En estos primeros tres trimestres del año, el podio de ocupación lo completan Valencia y Alicante, con un 75,4% y un 75,0%, respectivamente.

En cuanto a las grandes ciudades, para estos primeros 9 meses, Madrid se sitúa en un 64,7% mientras que Barcelona sube hasta un 72,1%. Ambas están unos 10 puntos por debajo de la ocupación de 2019 pero casi doblan las cifras de 2021. Barcelona, al igual que Madrid, se beneficia de su mix de turismo leisure y business. Desde Semana Santa, los indicadores en la capital catalana demuestran que el turismo cor-

porativo está volviendo a activarse y, poco a poco, también están volviendo las ferias, conferencias y reuniones que son una de las claves para el buen rendimiento en muchos de sus establecimientos hoteleros. En Madrid la situación es parecida, hay una muy buena recuperación del turismo de ocio y algo más lenta en el corporativo, a la espera también de la reactivación en algunos mercados clave como el latinoamericano o el asiático. Este último es seguramente el más afectado por las restricciones a la movilidad, pero hay que esperar que estas restricciones se levanten durante 2023 e impulsen una mejora en las cifras.

EL GRAN RETO ES EL MARGEN OPERATIVO

A pesar de la recuperación de la actividad, las compañías hoteleras se enfrentan al reto de la rentabilidad ya que el aumento de costes afecta al margen operativo. Estamos hablando de facturas de gasto energético que doblan y hasta triplican las de años anteriores y dobles cifras de inflación en productos de primera necesidad. A ello se debe añadir el alza en costes laborales y las dificultades para cubrir puestos en determinados destinos. La capacidad para adaptarse a estas circunstancias va a definir la competitividad de las compañías hoteleras. Durante la pandemia, algunas de ellas realizaron inversiones tanto en tecnología como en ahorro energético. Estas inversiones ahora son una ventaja competitiva ante una demanda cada vez más exigente.

En una situación como la actual, la primera herramienta de equilibrio es adaptar los precios para no menoscabar el margen. La fuerte demanda es posible que permita todavía una cierta, pero limitada, subida en 2023, especialmente en segmentos como lujo y gran lujo donde el peso de los viajeros norteamericanos y la fortaleza del dólar son elementos que favorecen esa subida. La comparativa con países de nuestro entorno que son directos competidores como Italia o, incluso Turquía, demuestra que los hoteleros españoles pueden tener todavía un cierto margen para corregir precios sin poner en riesgo la demanda. En todo ello, también será importante la evolución de países emisores como Reino Unido y, por supuesto, la evolución del conflicto bélico en Ucrania.

El Barómetro del Sector Hotelero recoge datos de 1.200 hoteles y alrededor de 180.000 habitaciones en la Península Ibérica. El estudio es fruto de la alianza entre STR, proveedor mundial de benchmarking, analítica y conocimiento del mercado, especialmente en el sector hotelero, y Cushman & Wakefield España, firma líder global en servicios inmobiliarios.

SALOMON 1965 COMPRA **EL HISTÓRICO HOTEL LLEVANT EN LLAFRANC**

Una vez finalizada la temporada de verano, la propiedad del Hotel Llevant pasó a manos de Salomon 1965 y Grupo Isabella's, firma participada por Salomon 1965, que será la encargada de gestionar tanto el hotel como el restaurante. La división de hospitality de Cushman & Wakefield ha asesorado a la propiedad del Hotel Llevant en su operación de venta del establecimiento hotelero a Salomon 1965 y Grupo Isabella's. El Hotel Llevant está ubicado en Llafranc, uno de los destinos más emblemáticos de la Costa Brava.

En palabras de Bruno Hallé, socio y Codirector de Cushman & Wakefield Hospitality, "operaciones como esta demuestran que el mercado inversor está muy atento el segmento de hoteles vacacionales en destinos top en España. La Costa Brava, así como Costa del Sol o Costa Blanca, por citar algunas, generan interés y podremos ver más operaciones en los próximos meses".

EL HOTEL LLEVANT, UN HISTÓRICO DE LA COSTA BRAVA

El Llevant es un hotel con 24 habitaciones fundado en 1935 por la familia Farrarons y actualmente gestionado por la tercera y cuarta generación de la misma familia. Gracias a la operación de compra, Salomon 1965 prosigue con el desarrollo de su plan estratégico en una ubicación inmejorable.

Salomon 1965 es un vehículo de inversión familiar, con presencia nacional e internacional en los sectores inmobiliario, financiero, servicios y capital riesgo. El 28% de las inversiones de esta firma se destinan al sector inmobiliario, poniendo el foco en la compra y reposicionamiento de toda clase de activos. La estrategia de Salomon 1965 es añadir valor contemplando el escenario de la posterior venta o el mantenimiento del activo para su alquiler. Entre otros proyectos, Salomon 1965 ya ha invertido en el mencionado Grupo Isabella's, Chic&Basic, Good News, Crep Nova o Glovo, entre otras.



EL TIS Y THE DISTRICT, FOROS CON PRESENCIA DE CUSHMAN & WAKEFIELD HOSPITALITY



Durante los últimos meses del año, Cushman & Wakefield Hospitality ha estado presente en los eventos y jornadas más destacadas del sector turístico y hotelero en España.

En Sevilla, Bruno Hallé participó como moderador en cuatro de las mesas redondas del programa del Tourism Innovation Summit, ce-

lebrado del 2 al 4 de noviembre en la capital andaluza. El TIS tiene como objetivo ayudar a la industria del turismo a enfrentar los desafíos actuales como la digitalización, la sostenibilidad y el turismo inclusivo. Los temas tratados fueron, tendencias, innovación, inversión y la visión de los CEO's.

Por su parte, tanto Albert Grau como Bruno Hallé formaron parte de los paneles de expertos de la primera edición del The District, evento dirigido a los profesionales de la inversión inmobiliaria y que tuvo lugar en Barcelona del 18 al 20 de octubre. Entre las temáticas, se analizó las nuevas propuestas de apartamentos para estancias cortas en el ámbito corporativo, un modelo de alojamiento al alza en ciertos destinos, o las oportunidades para el crecimiento hotelero a nivel global en un entorno de demanda más volátil.

CUSHMAN & WAKEFIELD HOSPITALITY INCORPORA TRES PERFILES SÉNIOR PARA REFORZAR SU ESTRUCTURA EN ESPAÑA



*Víctor López-Peña
Isabel Fernández-Valencia
Daniel Caballero*

Con las incorporaciones de los consultores sénior Isabel Fernández-Valencia, Daniel Caballero y Víctor López-Peña, Cushman & Wakefield Hospitality en España consolida su apuesta en las áreas de Valoraciones, Consultoría y Capital Markets.

La división de Hospitality demuestra su apuesta estratégica para seguir creciendo en el ámbito de la asesoría global en inversión hotelera. La actividad del mercado inversor en España está en un momento crucial y nos fortalecemos para ofrecer el mejor servicio posible, tanto a los grupos inversores como operadores hoteleros.

Víctor López-Peña se incorpora a la firma como Associate, tras una trayectoria profesional en la que ha sido responsable de expansión en BeMate y analista de expansión en Room Mate. Antes de incorporarse a Cushman & Wakefield,

López-Peña ha sido director de Expansión en la cadena Pure Salt Luxury Hotels.

Por su parte, Isabel Fernández-Valencia, como Valuations Associate, aportará su larga experiencia de más de veinte años en puestos de similar responsabilidad en otras compañías y firmas inmobiliarias.

Daniel Caballero se incorpora como Senior Hospitality Consultant, para liderar el área de advisory, con experiencia tanto en grupos inversores como Excem RE y consultoras como Hotel Factory.

Estos profesionales se incorporan al equipo de Cushman & Wakefield Hospitality en España, integrado por un total de ocho profesionales, que fue creado en 2019 y lideran los socios y Co-directores de la firma Albert Grau y Bruno Hallé.

ASESORAMIENTO EN LA OPERACIÓN DE VENTA DE ROOM MATE A ANGELO GORDON Y WESTMONT HOSPITALITY GROUP

Cushman & Wakefield Hospitality en España ha asesorado a Room Mate en la venta de su negocio a Angelo Gordon y Westmont Hospitality Group, anunciado hace unos meses.

La operación afecta al conjunto de los 28 hoteles operados por Room Mate en 5 países que suponen más de 2.000 habitaciones. Todos los activos hoteleros están gestionados mediante contratos de alquiler. Cushman & Wakefield ha asesorado a Room Mate Hotels en el diseño de la operación que ha culminado con la recapitalización de la cadena hotelera.

Tras la búsqueda del inversor idóneo, Cushman & Wakefield propuso la oferta presentada por Angelo

Gordon y Westmont para la adquisición de Room Mate, una marca hotelera líder con propiedades ubicadas en localizaciones prime de ciudades como Madrid, Barcelona, Roma, Milán, Florencia y Amsterdam.

Angelo Gordon y Westmont ya realizaron una inversión inicial en abril de 2022 para garantizar la continuidad del negocio y ampliar el equipo profesional. Con el fin de reestructurar plenamente su deuda, el 24 de junio de 2022, Room Mate entró en concurso de acreedores ante el Juzgado Mercantil 14 de Madrid, el cual aprobó la venta de la unidad productiva a Angelo Gordon y Westmont el 21 de julio.

CONFERENCIA ANUAL DE
INVERSIÓN HOTELERA DE CUSHMAN & WAKEFIELD

LOS ACTIVOS INMOBILIARIOS HOTELEROS EN LOS DESTINOS VACACIONALES Y EL SEGMENTO DEL LUJO **ATRAEN A LOS INVERSORES**

La Conferencia Anual de Inversión Hotelera, que ha contado con el patrocinio de IHG Hotels & Resorts y Vignette Collection, congregó a más de 250 profesionales del sector en el Intercontinental Madrid Hotel para compartir análisis y debate sobre las tendencias en el mercado de inversión hotelera.

Según Albert Grau, socio y Codirector de Cushman & Wakefield Hospitality en España, “la recuperación de la actividad hotelera tras la pandemia ha servido también para reactivar el interés de los inversores. Durante ese tiempo, se estudiaron y analizaron muchas operaciones, pero no llegaron a tomarse decisiones. Ahora se dan unas condiciones mejores para que veamos transacciones, especialmente en aquellos destinos más atractivos para el inversor, especialmente costa, islas y ciudades con un mix bleisure”. Esta fue una conclusión compartida por la mayoría de los asistentes a la Conferencia Anual de Inversión Hotelera, celebrada en Madrid el pasado 25 de octubre.

Representantes de fondos de inversión, family offices, operadores y gestores hoteleros tanto nacionales como internacionales, entidades financieras, etc. compartieron durante 5 horas un animado debate sobre las tendencias actuales en el mercado inversor en España. Jon Hubbard, responsable de Cushman & Wakefield Hospitality para EMEA, quiso poner en valor que “España es un mercado clave para la inversión hotelera en Europa y, también por eso, el equipo de Cushman & Wakefield ha crecido en el país, con las líneas de valoraciones, transaccional y consultoría, cubiertas con profesionales de larga trayectoria, que responden con creces a las necesidades del mercado”. Para Hubbard, “hay signos muy importantes de recuperación, con una buena perspectiva de negocio y una demanda creciente en Europa. Hemos tenido una primera mitad de año muy positiva, con volúmenes de inversión similares a 2019 y en el que España se ha situado como el segundo mayor receptor de fondos, tan solo por detrás de Reino Unido”.





LA INVERSIÓN MANTIENE SUS PLANES

En su presentación, Albert Grau y Bruno Hallé, socios y Codirectores de Cushman & Wakefield Hospitality en España, desgranaron los principales elementos que configuran el mercado de inversión hotelera actualmente en España recogidos principalmente en el informe Hotel Investor Beat. El 38% de los inversores entrevistados afirman que van a invertir más capital que el que tenían previsto antes de la pandemia, mientras que el 41% mantienen sus planes de inversión. Esto quiere decir que un 79% de los inversores mantienen o amplían su estrategia de inversión para España en activos hoteleros, una realidad que se refrenda con la propia actividad del mercado, donde se percibe que hay capital con interés.

Según Bruno Hallé, “las circunstancias son favorables para los inversores porque los activos hoteleros mantienen una rentabilidad que es muy interesante. Sin embargo, también hay que ser cautos porque, por las condiciones actuales del dinero, puede ser más difícil obtener financiación para los proyectos. Existen oportunidades por las características del parque hotelero español, que sigue estando muy atomizado, lo que favorece que puedan generarse transacciones, siendo creativo y ofreciendo soluciones a las familias propietarias”.

El mayor interés de los inversores, por segmento, se sitúa en el lujo y en el low cost. Por tipología, los

resorts y apartamentos con servicios son los más buscados por los potenciales compradores. Por su parte, Madrid y Barcelona siguen estando entre las ciudades top-5 en cuanto a interés inversor en Europa. Los datos que presentó Robin Rossmann, Managing Director de STR (CoStar Group Company) refrendaron precisamente esa percepción ya que los hoteles de lujo en España han logrado durante el pasado verano un ADR un 143% superior al de 2019, con una ocupación algo inferior a la de ese año.

En la mesa redonda de inversión se confirmaron estas tendencias con el matiz de que los buenos resultados a nivel de operativa hotelera limitan la aparición de oportunidades en el mercado, en cambio, la presión de la inflación y los tipos de interés en algunos activos con deuda o los cambios generacionales son algunas de las causas que podrían impulsar nuevas transacciones.

Estos buenos resultados operativos pueden mantenerse, según David Rico, Director General de Caixa-Bank Hotels & Tourism, a partir de tres palancas de crecimiento activas. En primer lugar, la recuperación del turismo británico y alemán, que acusó la saturación aeroportuaria durante los meses de verano, en segundo lugar, la normalización de la movilidad de largo radio, apoyada por la depreciación del euro y, finalmente, se debería mantener la elevada proporción del turismo de cercanía en la UE, debido al encarecimiento y la depreciación del euro.





Los Socios de Cushman & Wakefield Hospitality destacaron también cómo los criterios ESG, vinculados a la sostenibilidad, responsabilidad social y gobierno corporativo, son cada vez más importantes en la evaluación de los proyectos y suponen una ventaja competitiva.

OPERADORES E INVERSORES BUSCAN CRECER EN LUJO Y SEGMENTO ECONÓMICO

La mesa redonda de operadores contó con la intervención de María Zarraluqui, Global Development VP de Meliá Hotels International; Jerome Lassara, VP Development Southern Europe de Accor; Hylko Versteeg, Head of Development Southern Europe de IHG Hotels & Resorts y Carlos Ortega, Head of Global Development Palladium Hotel Group. Cada uno con sus particularidades, en general apostaron por el segmento del lujo y gran lujo y por los hoteles low cost como los dos ámbitos donde más interés y también más inversores estaban interesados en desarrollar nuevos proyectos. En cuanto a la operativa, las perspectivas eran de total recuperación en 2023 siempre a la espera de la respuesta del cliente corporativo más allá de los grandes eventos que ya han vuelto.

En el debate entre inversores participaron Felipe Klein, Managing Director Investments en HIP; Alberto Nin, Senior VP en Brookfield Asset Management; Miguel Casas, Managing Director Hospitality en Stoneweg SA y Jacopo Burgio, Director Europe Real Estate en Angelo Gordon. Aunque en general la posición que plantearon era de “wait and see” hasta final de año, no descartan la aparición de oportunidades

ligadas a las dificultades que la inflación y el precio del dinero pueden generar en las hipotecas y deudas de algunos propietarios de activos. Sin embargo, la mayoría reconocían que la buena marcha de la operativa reduce la oferta de activos en el mercado y mantiene precios en unos niveles que exigen un análisis exhaustivo de cada operación.

En la clausura de la Conferencia Anual, Oriol Barrachina, CEO de Cushman & Wakefield en España, subrayó el cambio de paradigma que vive el sector inmobiliario, en paralelo también con las nuevas tendencias relacionadas con el modo de vida y trabajar. Este cambio es, para Barrachina, una gran oportunidad también para la industria hotelera, que lleva a una transformación en todo lo que afecta tanto a la inversión como a la gestión.

Puedes descargar la presentación de Robin Rossmann en el siguiente enlace



Puedes descargar la presentación de David Rico en el siguiente enlace



Puedes descargar la presentación de Albert Grau y Bruno Hallé en el siguiente enlace





SALVADOR PASTOR

PARTNER DEBT & STRUCTURED FINANCE EMEA

■ **Cómo está afectando a la financiación de desarrollos en el mercado inmobiliario la subida de tipos de interés motivada por el contexto inflacionario?**

La consecuencia más evidente es que la subida de tipos de interés (deuda más cara) repercute en una menor capacidad de apalancamiento de los proyectos. Pero más relevante que la subida de tipos, que es consecuencia del actual entorno inflacionario, es la incertidumbre existente en el mercado en cuanto a la evolución futura de los tipos de interés, la inflación y la demanda lo que conlleva planteamientos más conservadores por parte de todos los actores, incluidos los financiadores.

Y dentro de esta afectación, ¿existe algún elemento diferencial en la industria hotelera?

Todos los factores comentados afectan al mercado hotelero de forma directa. La subida de precios y especialmente de la energía, estresa las cuentas de resultados de los establecimientos hoteleros. Pero como factor diferencial del mercado hotelero frente a otra tipología de activos, podríamos destacar el creciente interés del mercado de inversión y jun-

to a este, el de deuda, hacia los activos hoteleros tras los complejos años 2020 y 2021 y a pesar de la actual situación económica. La pandemia ha propiciado que los propietarios de hoteles se planteen desinversiones selectivas que en el pasado eran más infrecuentes sobre activos con alto potencial. Como en otros sectores, existe mayor cautela en el análisis, pero también un coste de oportunidad, es decir, la posibilidad de adquirir determinados activos que en circunstancias normales no saldrían a mercado, que está haciendo que los descuentos en precios observados en las transacciones sean más contenidos que los inicialmente esperados.

¿Cómo puede afectar el contexto económico actual, con un índice de inflación tan elevado y los tipos de interés al alza, al valor de los activos hoteleros?

Está claro que la subida de los tipos de interés junto con una mayor incertidumbre, presionarán los precios de los activos a la baja. Adicionalmente la llegada de una recesión económica repercutiría en una menor capacidad para generar demanda de ocio y turismo. Con todo, en el mercado hotelero intervienen otros elementos específicos como el coste de oportuni-

“Estamos viendo un desarrollo de la financiación alternativa en Europa”

Salvador Pastor se incorpora a C&W en Enero de 2022 como Partner en el equipo EMEA de Deuda y Financiación Estructurada desde donde proporciona servicios para la búsqueda de financiación o refinanciación de activos inmobiliarios. Previamente trabajó en JLL, Banco de Santander, Banesto y Riofisa donde ocupó distintos puestos de responsabilidad en las áreas de Coporate Finance, Deuda e Inversión.

dad, que comentábamos anteriormente, un euro más barato frente al dólar que puede incrementar la demanda por parte del público norteamericano y el cliente doméstico, que aun en épocas económicas adversas antes que renunciar a las vacaciones, tiende a buscar alternativas de turismo y ocio más asequibles o acortar las estancias.

¿Cuáles son las herramientas de financiación que se pueden considerar más atractivas en este momento para un inversor en un proyecto hotelero?

Durante la peor parte de la pandemia el mercado de deuda para el sector hotelero se vio gravemente afectado. Es cierto que las líneas ICO supusieron cierto alivio, pero en general las entidades financieras adoptaron una postura muy selectiva o incluso restrictiva. Desde el año pasado estamos observando una apertura e incremento de las fuentes de financiación vía banca tradicional o alternativas, especialmente fondos de deuda. Si bien al principio existía un desconocimiento generalizado de las estructuras empleadas por estos fondos y el coste, comparativamente con la banca, era mucho más alto, en los últimos tiempos hemos visto que se están cerrando operaciones, bien debido a la necesidad o bien porque se han flexibilizado algunas de las condiciones/estructuras haciendo de esta financiación alternativa una opción más interesante.

Los bancos han informado sobre el aumento de financiación al sector hotelero y turístico en general durante el último año. ¿Puede cambiar esa posición en el contexto actual?

Es cierto que las entidades financieras han incrementado su apuesta por el sector en el último año, para atender necesidades nuevas de reformas o adquisiciones. Esta visión positiva por parte del crédito ha venido acompañada de buenas cifras de ocupación y perspectivas de crecimiento. En el actual contexto, la incertidumbre generada por la guerra, la inflación y debilitación del crecimiento económico son factores que invitan a un análisis más cuidadoso de

las operaciones de financiación del sector, si bien cabe destacar que el sector turístico en España se comportó de forma positiva durante la anterior crisis financiera (2008-2012) incrementando anualmente su aportación porcentual al PIB.

En un entorno de este tipo, en el que las hipotecas variables van a penalizar a los propietarios, ¿se abre un escenario más interesante para los fondos de inversión especializados en deuda?

Considerando que el Euribor es el tipo de referencia tanto para la financiación tradicional como la alternativa, el coste total de la deuda se ha incrementado independientemente de la fuente que elijamos. La financiación alternativa aún se encuentra en una fase muy temprana en Europa comparada, por ejemplo, con Estados Unidos. Pero estamos asistiendo a un desarrollo continuo de esta vía de financiación a través de la creación de nuevos actores, diversificación de las fuentes de financiación, especialización y en última instancia mayor competencia, lo que redundará en financiación más asequible. En mi opinión, la ventaja de los fondos de deuda es el mayor apalancamiento que pueden ofrecer y la flexibilidad de forma que pueden adaptar la financiación a la necesidad concreta del inversor, llegando a situaciones donde a la banca tradicional le cuesta más. En cualquier caso, no todos los fondos son iguales y es importante conocer en profundidad este segmento de mercado para poder acceder a las mejores alternativas.

En el contexto actual político-económico, ¿puede España ser un valor refugio para la inversión inmobiliaria hotelera?

España es y seguirá siendo un país líder en oferta turística, más allá de las condiciones climatológicas, por la calidad de la oferta y la profesionalidad del sector. Madrid y Barcelona están entre las ciudades favoritas de los inversores y nuestros hoteles de costa ofrecen un indudable atractivo a los inversores. Creo que bajo las actuales condiciones macroeconómicas, nuestro país ofrece un plus frente a otras alternativas.

LA TERCERA EDICIÓN DEL LAB **SE PONE EN MARCHA**

CON UNA SESIÓN SOBRE FINANCIACIÓN
DE PROYECTOS HOTELEROS



Only You Hotel, Malaga



El 10 de noviembre se celebró en las oficinas de Madrid de Cushman & Wakefield la primera sesión del Hospitality Lab 2022-2023. Tras el paréntesis de la pandemia, en esta tercera edición se podrá recuperar la presencialidad en las cuatro reuniones previstas hasta junio de 2023. El Hospitality LAB es un foro privado de análisis del mercado de hospitality, nacional e internacional. Está integrado por 15 profesionales de reconocida trayectoria vinculados a los diversos ámbitos del negocio y la inversión hotelera.

En este primer encuentro se analizaron las condiciones de financiación en el negocio hotelero en el actual contexto de alza de tipos y como podía afectar al negocio, tanto inversor como a la operativa en los establecimientos.

El debate se inició con una breve presentación de Salvador Pastor, MRICS y Debt & Structured Finance EMEA de Cushman & Wakefield, quien trazó el actual escenario macroeconómico. Los efectos del alza de tipos, que se prevé puedan alcanzar su tope en verano de 2023, tiene un efecto directo sobre el mercado inversor, tanto greenfield como en transacciones de activos, ya que aumenta el coste de la financiación. Las consecuencias sobre los yields de un incremento de costes financieros, en estos momentos, es evidente. En el caso de activos hoteleros existentes, los inversores tratan de encontrar descuentos por parte del vendedor, algo que en muchos casos no está pasando o es poco significativo.

En conjunto la situación actual invita a un menor apalancamiento fruto también de la menor rentabilidad esperada y la mayor volatilidad a la hora de fijar el tipo de interés (SWAPs). A la vez, una cierta tipología de inversor puede inclinarse por activos más líquidos y seguros tipo bonos. Es, en definitiva, un contexto de menor rentabilidad a la búsqueda de menor precio.

EL NEGOCIO SE SITÚA EN NIVELES DE 2019

Tras la presentación, el debate se centró en la situación a nivel operativo. La unanimidad fue total en cuanto a que la reactivación del negocio tras la pandemia se ha acelerado por encima de lo previsto. A pesar de que el primer trimestre se vio afectado por el Ómicron, a partir de Semana Santa el turismo ha regresado a los hoteles con un peso muy importante del ocio, pero también de los viajeros corporativos.

Esta recuperación se había visto antes en los destinos con mayor peso del turista nacional pero ya ha alcanzado a todo el territorio, incluso ciudades como Barcelona, donde el turista internacional tiene un gran peso específico.

En cuanto a las previsiones para 2023, la mayoría de los asistentes coincidieron en que se van a seguir recuperando los viajeros corporativos y, especialmente, la celebración de eventos XL, fundamentales para las grandes ciudades. El optimismo respecto a la recuperación operativa no hace olvidar otros aspectos que invitan a la prudencia. Por ejemplo, la

**LOS DEBATES DEL
LAB PERMITEN
ANALIZAR
ASPECTOS CLAVE
DEL SECTOR CON
UN ENFOQUE
TRANSVERSAL**



*Sofitel Barcelona
Skyper, Accor Hotels*

recuperación del turismo asiático y, especialmente, el chino, parece que todavía es difícil de prever para 2023 aunque se empiezan a anunciar algunos vuelos. Otro motivo de preocupación en la industria es la atracción de talento. Algunos de los operadores hoteleros presentes en la reunión reconocieron que estaba siendo difícil ofrecer un servicio de la calidad que exige la demanda por esta falta de talento, y a que una parte del control de costes en recursos humanos es debido a la falta de personal y al hecho de no poder contratar más gente.

En el ámbito de costes, el ejercicio 2023 promete ser complicado ya que el gran reto va a ser el beneficio de explotación. El incremento de costes energéticos y la aplicación de nuevos convenios con subida de salarios van a añadir presión a la cuenta de resultados que, además, también se puede ver afectada por las condiciones de la financiación por el incremento de los tipos de interés. En definitiva, optimismo porque el turismo ha vuelto y lo hace con mucha fuerza y, a la vez, cautela porque el contexto económico y político genera incertidumbre.

LOS ACTIVOS HOTELEROS ATRAEN CAPITAL

La segunda parte del LAB se centró en la situación del mercado inversor. Las entidades financieras reconocieron que la situación obligaba a un mayor análisis de riesgos y, en el caso de los activos hoteleros, a conocer muy bien la salud operativa, algo diferente a lo que sucede con otros activos inmobiliarios.

Aunque siguen abiertas a financiar proyectos, se están ofreciendo condiciones con un menor nivel de apalancamiento. Los miembros de entidades financieras asistentes al LAB (Banco Sabadell y Société Générale) confirmaron que no solo tienen un equipo especializado en el sector hotelero para trabajar las operaciones, sino que también su equipo de riesgos es conocedor de las características del sector.

Los inversores son conscientes de esta situación y, aunque siguen buscando activos interesantes en el mercado, se ha ralentizado en general la toma de decisiones. Los proyectos que más interés generan son los que necesitan una importante inyección de CAPEX ligada a un reposicionamiento de producto. Aunque el parque hotelero español es de muy buena calidad, sigue habiendo activos interesantes para realizar reposicionamientos tanto en destinos vacacionales (lo más habitual) como en urbanos (donde hay menos oferta porque muchos hoteles de 3 y 4 estrellas ya realizaron esa transformación).

Como hay mucho capital en el mercado, según los asistentes, la situación genera discrepancia en cuanto a precios. Por un lado, los potenciales compradores esperan rebajas porque los costes financieros reducen las yields mientras que los vendedores siguen pensando en precios altos porque el mercado demuestra que siempre aparece un inversor.

MIEMBROS DEL HOSPITALITY LAB

Integrantes de la tercera edición del LAB:



Bruno Hallé
Partner y Codirector
de C&W HOSPITALITY ESPAÑA



Albert Grau
Partner y Codirector de C&W
HOSPITALITY ESPAÑA



Clara López
GRUPO HOTUSA
Hotel Investment & Development Manager



Carlos Miró
HILTON HOTELS & RESORTS
Director of Development Spain & Portugal



Inma Benito Hernández
CEO
Directora del Departamento de Turismo,
Cultura y Deporte



Gabriel Camacho
SOCIÉTÉ GÉNÉRALE
Managing Director



Alexia Chocano
BATIPART MANAGEMENT SPAIN
Director of Asset Management



Manuel Climent
MARRIOTT
Director of Development Spain & Portugal



Pere Casas Sánchez
BANC SABADELL
Director Negocio Turístico-Hotelero



Nuria Vázquez
ACCOR INVEST
Asset Manager Spain



Albert Tomás Vidal
SELENTA GROUP
Director General



Luis Arsuaga Rato
NH HOTEL GROUP
SVP Development Europe & Americas •
Development & Asset Management



Jean-François Mabrut
CONTINUUM HOTEL SERVICES
Managing Director - Asset Management



Mar de Miguel
AEHM
Vicepresidenta Ejecutiva



Miguel Casas
STONEWEG
Managing Director Hospitality



Diego Navarro
MAZABI GESTIÓN DE PATRIMONIOS
Senior Advisor Corporate Business
Development



Francisco Fernández
CANARIAN HOSPITALITY
Managing Partner & CEO

Cushman & Wakefield es una firma global líder de servicios inmobiliarios que ofrece un valor excepcional al poner en práctica grandes ideas para ocupantes y propietarios del sector inmobiliario. Cushman & Wakefield es una de las mayores firmas de servicios inmobiliarios con alrededor de 50.000 empleados en más de 400 oficinas y aproximadamente 60 países. En 2021, la empresa obtuvo ingresos de \$ 9,4 mil millones en servicios básicos de administración de propiedades, instalaciones y proyectos, arrendamiento, mercados de capital y valoración y otros servicios. En 2022, C&W es nombrada por Euromoney la mejor consultora inmobiliaria profesional del mundo por quinto año consecutivo.

En España, donde Cushman & Wakefield tiene más de 30 años de experiencia, la compañía abarca toda la geografía española. Las sedes están ubicadas en Madrid (Edificio Beatriz, José Ortega y Gasset, 29, 6º) y Barcelona (Passeig de Gràcia, 56, 7º). Para obtener más información, visite www.cushmanwakefield.es o siga a @CushWake en Twitter.

LIFE IS WHAT WE MAKE IT

agenda

ENERO 2023

▶ HOTUSA EXPLORA
16 de enero / Madrid
<https://www.forohotusaexplora.com/>

▶ FITUR
18-23 enero / Madrid
<https://www.ifema.es/fitur>

MARZO 2023

▶ HIP - HOSPITALITY INNOVATION
PLANET
6-8 MARZO / Madrid
<https://www.expohip.com/>

▶ B-TRAVEL
10-12 marzo / Barcelona
<https://www.b-travel.com/>

MAYO 2023

▶ IHIF (INTERNATIONAL HOSPITALITY
INVESTMENT FORUM)
15-17 mayo / Berlín
<https://www.ihif.com/>

Diseño gráfico y maquetación:

www.creandovisual.com

Foto cubierta: Hotel La Pleta Baqueira Eurostars



@CushWakeSPAIN



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**

cushmanwakefield.es

José Ortega y Gasset, 29
Planta 6
28006 Madrid

Paseo de Gracia, 56
Planta 7
08007 Barcelona