



2018 ESPAÑA GESTIÓN DE ACTIVOS HOTELEROS

Albert Grau
Socio fundador

Bruno Hallé
Socio fundador

El informe *“Gestión de activos hoteleros 2018”* es el resultado de una encuesta realizada a 100 cadenas hoteleras, nacionales e internacionales, con presencia en España. El estudio analiza tres aspectos fundamentales para el sector hotelero:

1. Cuál es la situación de estas cadenas en relación a posibles estrategias de expansión,
2. Cuál ha sido la evolución de sus modelos de negocio en cuanto a la situación contractual entre operadores y propietarios (contratos de gestión, alquiler y franquicia) y,
3. Las posibles operaciones en el sector.

El informe muestra la composición actual de la cartera de activos de estos grupos hoteleros (propiedad, alquiler, gestión o franquicia), la evolución de los diferentes modelos de negocio desde el año 2010 y las previsiones para el año 2018, los niveles de renta medios del sector y las previsiones de inversión y desinversión de estas cadenas hoteleras.

Los principales actores de las operaciones realizadas en España durante el año 2017 siguen siendo principalmente los fondos de inversión.

La adquisición de HI Partners por parte de Blackstone, KKR que junto a Dunas capital ha comprado Intertur Hotels, London & Regional que adquirieron Starmel, Benson Elliot con la compra del Hotel Silken Diagonal o la compra del edificio España de Madrid por parte de la cadena hotelera Riu han sido algunas de las principales transacciones realizadas durante el año 2017.

Destacamos que los destinos vacacionales siguen siendo los de mayor interés para los inversores.



Hotel Sol Beach House Ibiza

Algunas de las principales conclusiones que se extraen del informe son las siguientes:

- ✓ Las operaciones de alquiler (fijo y variable) continúan siendo el principal modelo de negocio, debido a que este es el modelo de gestión al que están obligadas las socimis, y también es el que encaja más en el perfil de los Family Offices, perfiles de inversión ambos muy activos en el mercado nacional.
- ✓ Los contratos de renta variable siguen siendo los que tienen mayor acogida (se incluyen los contratos de renta variable y los de renta fija más variable).
- ✓ Aumento de los contratos de gestión y de los de franquicia, modelo aún minoritario en España pero el más habitual para las inversiones de perfil anglosajón.
- ✓ El 75% de los contratos de alquiler firmados contemplan un periodo de entre 11 y 20 años.
- ✓ Mientras que en el año 2016 no hubieron renegociación de rentas, en el año 2017 han reaparecido en un 5% de los nuevos contratos; un 3% se renegociaron por debajo del 5% y el 2% restante entre el 6% y el 10% a la baja.
- ✓ En el 43% de los casos, el valor medio de los activos comprados por grupos hoteleros durante 2017 se estableció entre los 60.000€ y los 120.000€ por habitación, distribuyéndose el 21% de las compras entre los 60.000€ y 90.000€ por habitación y el 22% entre 90.000€ y 120.000€ por habitación, con un perfil de las operaciones principalmente de activos urbanos de 4* y 5* dentro del territorio español.
- ✓ En cuanto a la venta de activos, el valor medio por habitación se ha situado por debajo de los 120.000€, siendo principalmente activos de 3* y 4* en destinos vacacionales del territorio español. Este dato demuestra el interés de los inversores en el reposicionamiento en los destinos vacacionales españoles.
- ✓ El 83% de las cadenas hoteleras encuestadas considera que se producirá alguna fusión, integración, o compraventa entre grupos hoteleros en España durante el año 2018. Este año ya se anunció la alianza estratégica de Sercotel con Choice Hotels International, Inc.

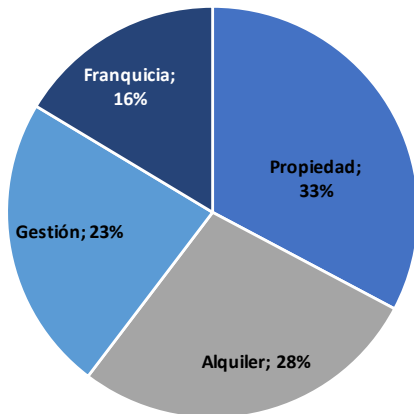
Bruno Hallé
Socio fundador

Albert Grau
Socio fundador

Composición de la cartera de activos hoteleros

En relación al ejercicio 2017, los grupos hoteleros que han participado en este estudio declaran que el 33% de sus activos hoteleros son de propiedad, el 28% en régimen de alquiler, el 23% en gestión y el 16% restante en franquicia.

Mix de activos según modelo de negocio - 2017



Con respecto al año 2016, se aprecia una disminución de activos en propiedad de 3 puntos porcentuales, de los activos en régimen de alquiler de casi 5 puntos y un aumento de los activos en gestión en 5 puntos porcentuales y de los activos franquiciados en 3 puntos.

Evolución de los resultados 2011 – 2017

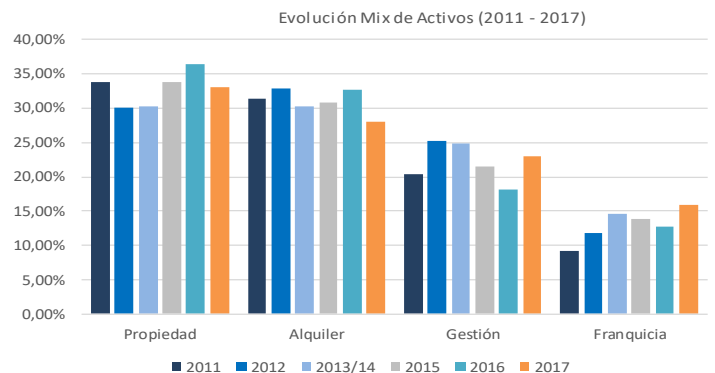
A continuación, se analiza la evolución de las carteras de activos hoteleros durante el periodo 2011 - 2017. En el año 2017 y tomando como referencia los periodos anteriores, se obtienen las siguientes conclusiones.

- ✓ El volumen de los hoteles en propiedad:
 - Representaron en el año 2011 el 34% del total de los activos y durante los dos años siguientes descendieron hasta situarse en el 30% cada año.
 - Entre los años 2013 y 2016 volvieron a recuperarse teniendo un comportamiento alcista durante todo este periodo, hasta llegar a alcanzar el 36%.
 - Y en el año 2017, estos activos han vuelto a situarse en los mismos niveles del año 2015

(33%), aunque con respecto al año 2016 (36%) han disminuido un 3,4%.

- ✓ Los hoteles en alquiler representan el 28% siendo el año de menor cuota, no llegando a alcanzar los niveles registrados en los años 2011 y 2015 que fueron del 31%.
- ✓ Los hoteles en gestión, que tuvieron una tendencia al alza hasta el año 2012, fueron descendiendo año tras año hasta situarse, en el año 2016, un 2% por debajo del 2011. Esta tendencia ha cambiado en el año 2017 ya que han aumentado casi 5 puntos porcentuales con respecto al año 2016 hasta situarse en el 23%.
- ✓ En el año 2016 tras perder representatividad con respecto al año 2015, los hoteles en franquicia se han situado en el año 2017 en un 16%, 3 puntos porcentuales por encima del año anterior, siendo el año de mayor cuota de todo el periodo analizado.

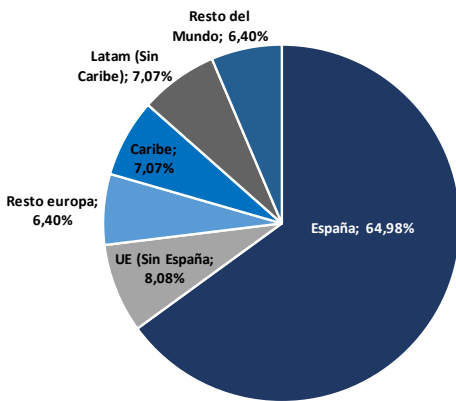
Si comparamos el año 2017 con el primer año de análisis, cabe mencionar que los activos en propiedad y en alquiler han disminuido mientras que los activos en gestión o franquicia han aumentado.



Localización geográfica de los activos

El 65% de los activos de las cadenas hoteleras encuestadas se encuentran en España, mientras que el 14% se ubica en Europa, también un 14% entre Latinoamérica y el Caribe y un 7% en el resto del mundo.

Mix de activos según ubicación - 2017



Edificio España (Madrid)



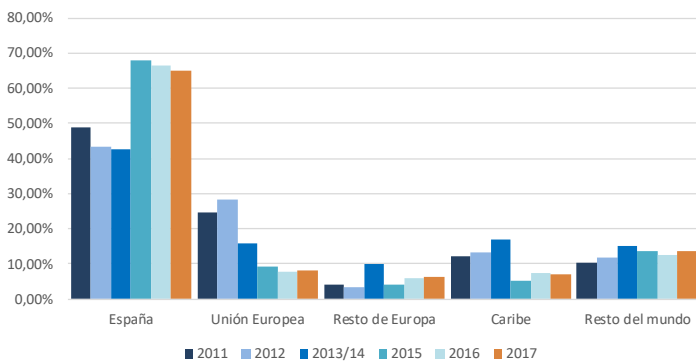
Hotel Hilton Diagonal Mar Barcelona

Evolución de los modelos de negocio

Durante el ejercicio 2017, los contratos de alquiler fijo, fijo + variable y variable han representado, al igual que en el año anterior, el 41% del total de las operaciones. El 12% de los contratos de alquiler se han firmado bajo la modalidad de alquiler variable, un 15% en alquiler fijo más variable y el 15% restante en alquiler fijo.

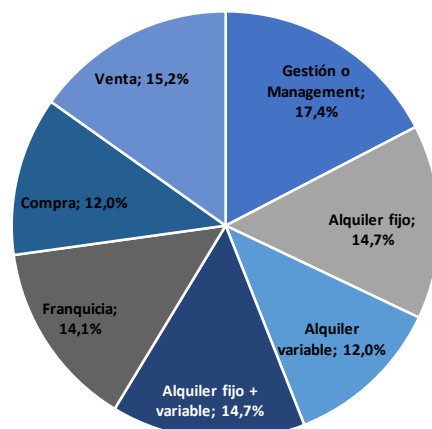
Las operaciones de compra y venta que en años anteriores habían superado el 30%, este año se han situado en el 27%, correspondiendo el 12% a operaciones de compra y el 15% a operaciones de venta.

Mix de activos según localización geográfica (2011 - 2017)



Los participantes en este estudio han reducido su número de activos en España en un 1,6% y en el Caribe menos de medio punto, sin embargo, al contrario que en el año 2016 han incrementado ligeramente el número de activos en Europa y resto del mundo.

Operaciones realizadas según modelo de negocios - 2017



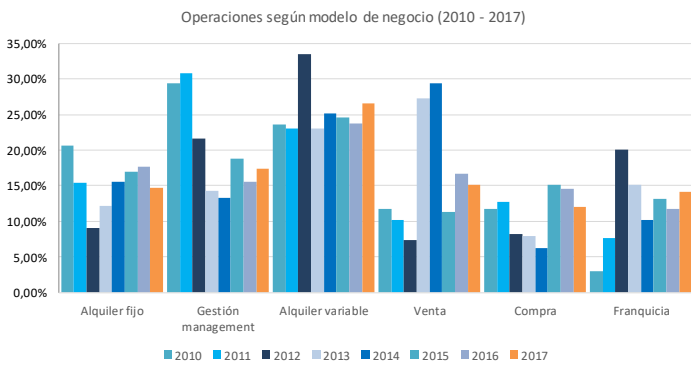
Los contratos de gestión han supuesto el 17% de las operaciones realizadas durante el año 2017 y las operaciones de franquicia han representado el 14%.

Evolución de los resultados 2010 – 2017

De las operaciones realizadas en el ejercicio 2017, las de renta variable han sido las protagonistas representando el 27% del total (incluye contratos de alquiler de renta variable y contratos de alquiler de renta fija más variable), situándose casi 3 puntos porcentuales por encima del año anterior.

Se ha registrado un bajada de 3 puntos porcentuales de los contratos de alquiler fijo con respecto al año 2016, después de experimentar una tendencia al alza durante los últimos años, representando casi el 15%. Las ventas realizadas en 2017 han representado algo más del 15% del total, disminuyendo algo más de un punto y medio con respecto al año anterior.

La compra de activos ha disminuido casi 3 puntos porcentuales con respecto 2016 situándose en el 12% del total de las operaciones.

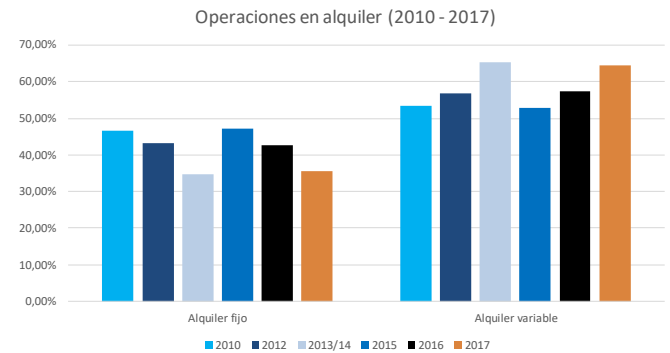


Es destacable el cambio de tendencia en los contratos de gestión, aumentando casi 2 puntos porcentuales en el año 2017, mientras que en el año 2016 se redujeron en algo más de 3 puntos porcentuales. En el último año han representado algo más del 17% del total de las operaciones por lo que sigue siendo el modelo más habitual para los inversores de perfil anglosajón.

En cuanto a los contratos de franquicia, que adquirieron un papel destacado en el año 2012 representando el 20% del total de los contratos firmados, en el ejercicio 2017 han aumentado casi 2,5 puntos porcentuales con respecto al año 2016, llegando a representar el 14% del total de las operaciones, lejos aún de las cifras del año 2012.

Las Rentas

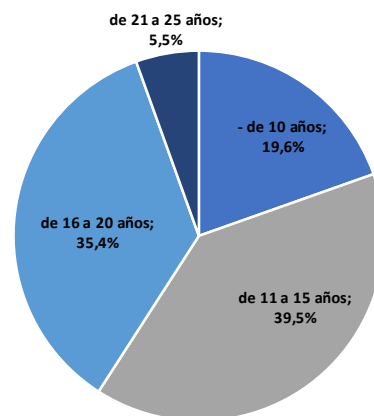
De las operaciones de alquiler realizadas en el año 2017, el 64,5% se han firmado bajo el formato de alquiler variable (se incluyen los contratos de alquiler variable y los contratos de alquiler fijo más variable) y el 35,5% restante bajo la fórmula de alquiler fijo.



En el año 2017 se mantiene la tendencia al alza de los contratos de renta variable experimentada en años anteriores al 2015, y que volvió a recuperarse en el año 2016.

El 75% de los contratos de alquiler se han firmado para un periodo de entre 11 a 20 años, el 20% para periodos inferiores a 10 años y el 5% restante han sido contratos superiores a 20 años.

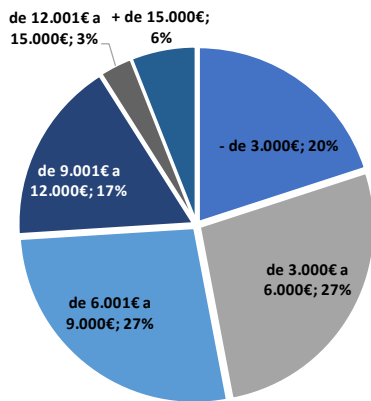
Duración del contrato de las operaciones de alquiler - 2017



Alquiler fijo

En el año 2017, en el 54% de los contratos de alquiler fijo, la renta pactada se situó entre los 3.001€ y los 9.000€ habitación/año (variando en función de la categoría y la ubicación del activo), situándose 22 puntos porcentuales por debajo del año 2016, que este mismo rango de renta representó el 76% del total.

Nivel de renta media por habitación / año en operaciones de alquiler fijo - 2017



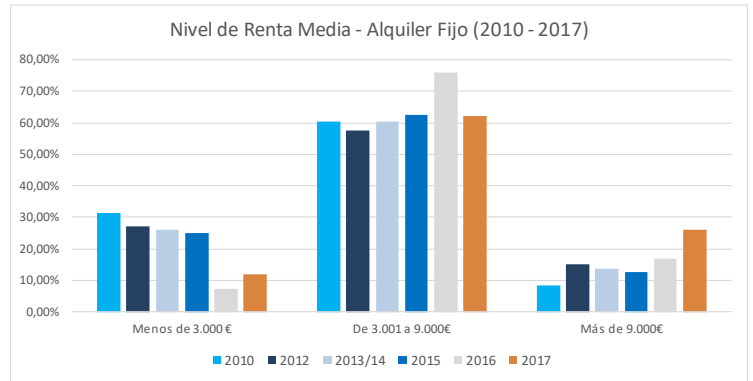
El 26% de los contratos firmados en el año 2017 contemplan una renta superior a 9.000€ habitación/año, lo que supone un aumento de 9 puntos porcentuales con respecto a los firmados en el año 2016

Y para el 20% restante se han acordado rentas inferiores a los 3.000€ habitación/año, situándose 13 puntos porcentuales por encima de los contratos firmados en el año anterior.

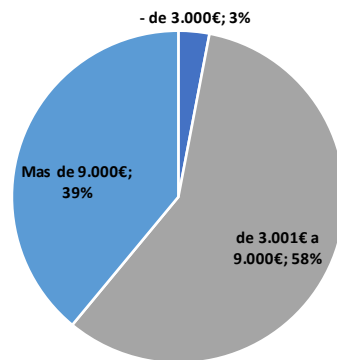
Estos datos nos hacen ver el cambio de tendencia en este tipo de contratos, aumentando los de menor renta 5 puntos porcentuales y los de mayor renta 9 puntos, con respecto al año 2016, y disminuyendo los contratos de rentas intermedias situadas entre los 3.000€ y los 9.000€ habitación/año, casi 14 puntos porcentuales.

Alquiler variable

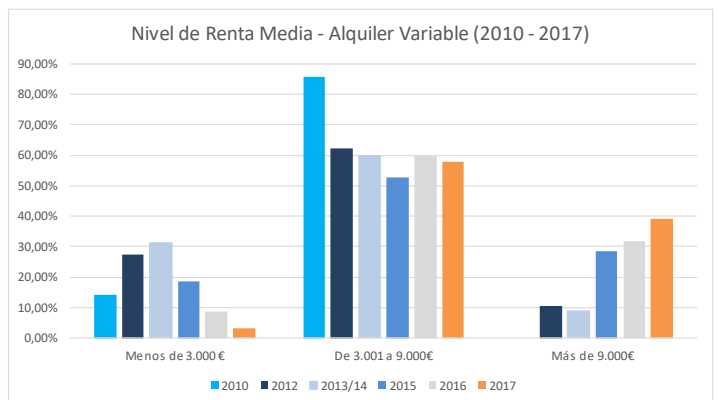
Siempre en función de la ubicación y categoría del establecimiento, para los contratos de alquiler variable en el año 2017, el 58% se han situado entre los 3.001€ habitación/año y los 9.000€ habitación/año, disminuyendo algo más de 1 punto y medio con respecto al año 2016.



Nivel de renta media por habitación / año en operaciones de alquiler variable - 2017



Las rentas de más de 9.000€ por habitación/año han representado el 39% del total aumentando algo más de 7 puntos porcentuales con respecto al año 2016, siguiendo la tendencia al alza registrada en años anteriores.

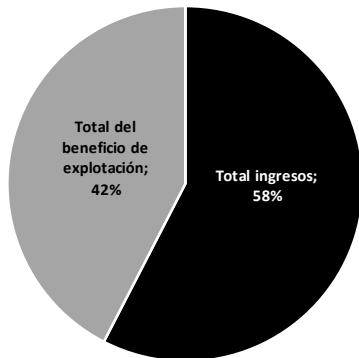


En cuanto a los contratos de alquiler variable de menos de 3.000€ habitación/año han ido perdiendo peso año tras año, llegando a representar en el año 2017 únicamente el 3% del total, mientras que en el año 2016 eran el 9% del total, en el 2015 el 19% y en el año 2014 el 31%.

Por lo tanto, los contratos de renta variable reflejan la coyuntura actual de mercado, con incrementos tanto a nivel de ingresos como de beneficios, en el sector hotelero.

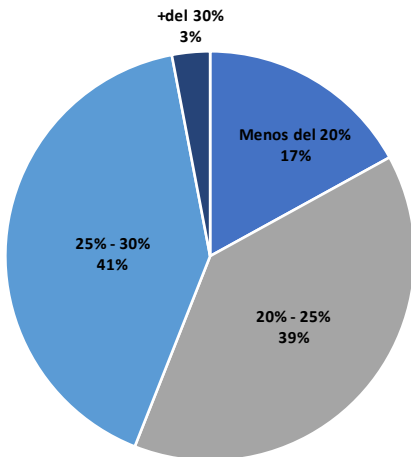
Los contratos bajo el modelo de renta variable, se han basado, en el 58% de los casos, en un porcentaje sobre el total de los ingresos y el 42% restante en un porcentaje sobre el beneficio total de explotación.

Base del porcentaje de renta en operaciones de alquiler variable



El 41% de las operaciones de renta variable sobre ingresos realizadas en el año 2017, se han basado en un porcentaje de los ingresos de entre el 26% y el 30%, mientras que el 39% lo han hecho sobre un porcentaje de entre el 20% y 25% de los ingresos.

Operaciones de alquiler variable basadas en un % sobre el total de los ingresos - 2017

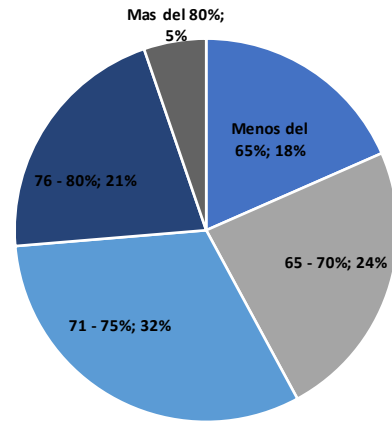


El 17% de las operaciones de renta variable sobre ingresos, se han basado en porcentajes por debajo del 20% y el 3% por encima del 30%.

En cuanto a las operaciones de renta variable basadas en los beneficios de explotación, el 32% se ha situado entre el 71% y el 75% del beneficio, y el 24% entre el 65% y 70% .

El 18% de las operaciones en porcentajes por debajo del 65% y el 26% restante por encima del 77% del beneficio de explotación.

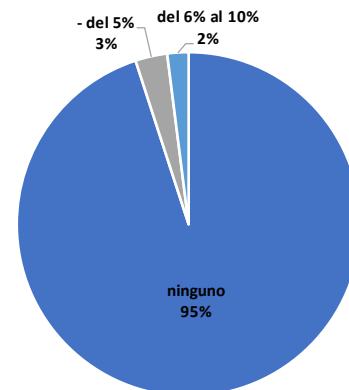
Operaciones de alquiler variables basadas en un % de los Bfos. de explotación - 2017



Renegociación de renta

En el año 2016, se ponía de manifiesto que ninguna de las cadenas participantes en el informe había renegociado renta alguna, mientras que en el año 2017, del 5% que se produjeron, un 3% renegociaron rentas por debajo del 5% y el 2% restante entre el 6% y el 10%.

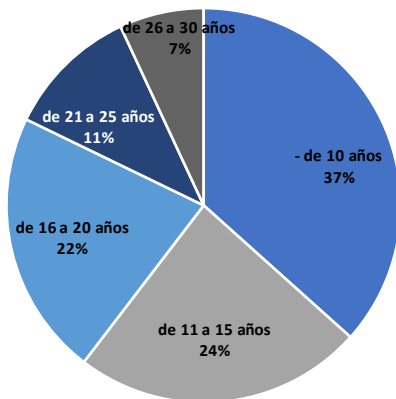
Nivel de reducción de la renta a la baja en los contratos de alquiler - 2017



Los Contratos de Management

El 37% de las operaciones de Management realizadas por las cadenas hoteleras encuestadas han sido con contratos con una duración por debajo de los 10 años.

Duración del contrato acordado de las operaciones de management / gestión - 2017



Los contratos con una duración de entre 11 y 15 años han representado el 24% de las operaciones firmadas, los contratos de 16 a 20 años han representado el 22%, los de 21 a 25 años el 11% de las operaciones y el 7% restante entre 26 y 30 años.

En el 2017, no se firmó ninguna operación bajo un contrato de Management con una duración superior a 30 años.



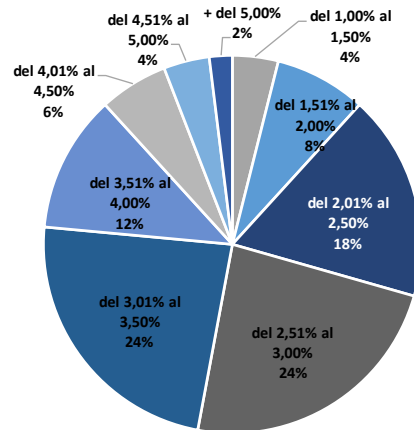
The Ritz Carlton Abama

El Base Fee por Management

El Base Fee es el porcentaje sobre el total de ingresos de explotación del hotel que obtiene el explotador como pago por la gestión del activo.

En el año 2017, el Base Fee acordado por las cadenas hoteleras que firmaron contratos de Management se ha situado entre el 2,01% y el 3,50% en el 65% de los casos.

"Base Fee" acordado en la operaciones de management / gestión - 2017



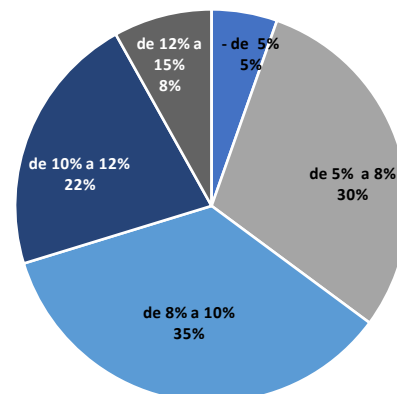
En el 12% de los casos estos contratos se han firmado entre el 3,51% y el 4%. Otro 12% de los casos los contratos firmados se han basado en un fee superior al 4% y los firmados por debajo del 2% han representado el 12% restante.

El Incentive Fee por Management

El Incentive Fee es el porcentaje sobre los beneficios de explotación del hotel que obtiene el explotador como contrapartida por la gestión del activo.

En el 2017, el Incentive Fee acordado por las cadenas hoteleras que firmaron contratos de Management se ha situado por encima del 8% en el 65% de los casos y entre un 5% y un 8% en el 30% de los casos y el 5% restante se ha acordado un fee por debajo del 5%.

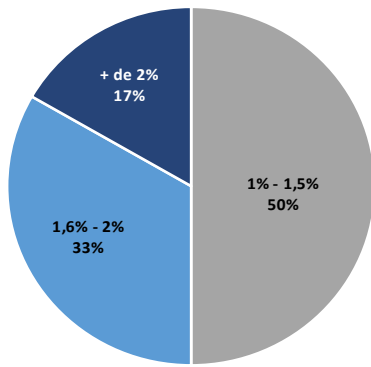
"Incentive Fee" acordado en operaciones de management / gestión - 2017



Marketing Fee

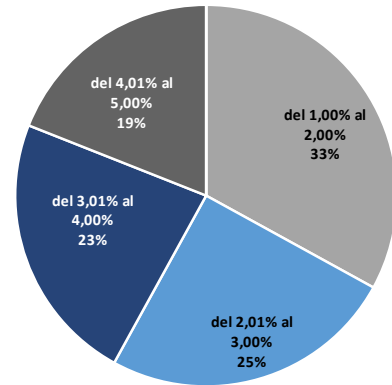
De las operaciones de Management realizadas que pactaron un Marketing Fee sobre los ingresos de alojamiento, el 50% acordaron un Fee anual de entre el 1% y el 1,5%.

"Marketing Fee" acordado en las operaciones de management / gestión - 2017



De los contratos en franquicia firmados por las cadenas hoteleras participantes, el 33% ha firmado un fee inicial de entre el 1% y el 2% y el 48% ha firmado contratos con un fee de entre el 2% y el 4%. El resto de operaciones se han firmado por encima del 4%. El fee se aplica sobre el total de los ingresos de alojamiento.

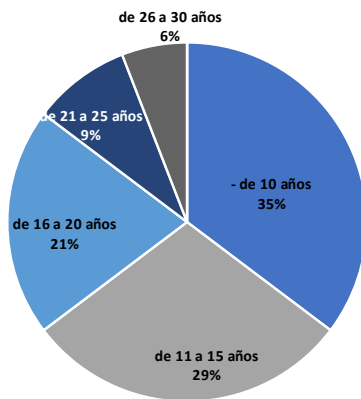
Nivel de "Fee" inicial o de entrada sobre el primer año en operaciones de franquicia - 2017



Las Franquicias

El 50% de los contratos de franquicia firmados en el año 2017 lo han hecho por una duración de entre 11 y 20 años, el 35% por una duración inferior a 10 años y el 15% restante por una duración superior a los 21 años.

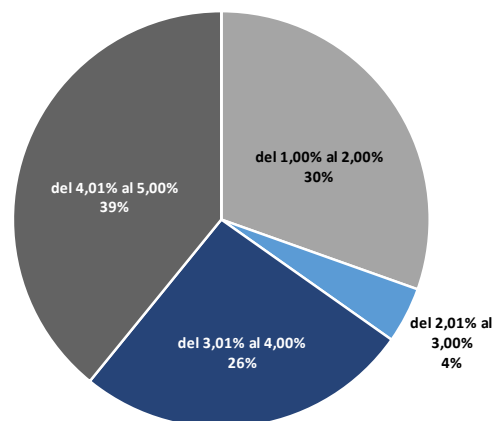
Duración del contrato acordado en operaciones de franquicia - 2017



Royalty Fee

De las operaciones de Franquicia realizadas que acordaron un Royalty Fee anual sobre los ingresos de alojamiento, el 30% lo establecieron entre el 1% y el 2%, el 66% entre el 3% y el 5%, el 4% restante entre el 2% y el 3%.

Nivel de "royalty Fee" anual sobre la facturación de alojamiento en operaciones de franquicia - 2017



En los contratos de franquicia el "fee inicial" se paga una única vez en toda la duración del contrato mientras que el resto de "fees" se pagan con carácter anual.

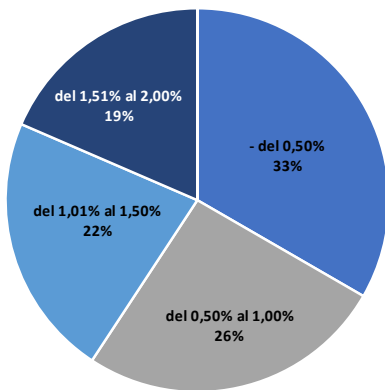
El Royalty Fee en gran medida varía según la operación, la ubicación del activo y la cadena hotelera implicada.

Marketing Fee

De los contratos en franquicia firmados por las cadenas hoteleras participantes, en el 59% de los casos el Marketing Fee anual ha sido por debajo del 1% de la facturación de alojamiento.

En el 41% de las operaciones este Fee se ha situado entre el 1% y el 2%.

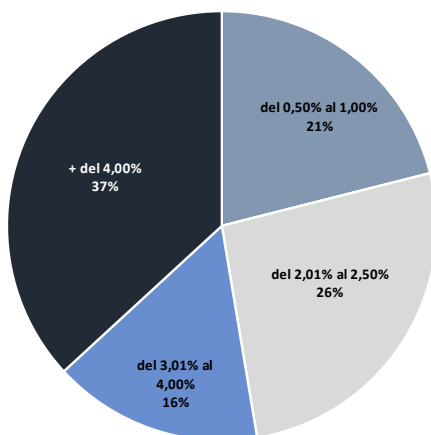
Nivel de "Marketing fee" anual sobre la facturación de alojamiento en operaciones de franquicia - 2017



Reservation Fee

De las operaciones de Franquicia realizadas que acordaron un Reservation Fee anual sobre la facturación de alojamiento, el 21% se estableció entre el 0,50% y el 1%, el 26% entre el 2,01% y el 2,50% y el 53% por encima del 3%.

Nivel de "Reservación fee" sobre la facturación de alojamiento en operaciones de franquicia - 2017

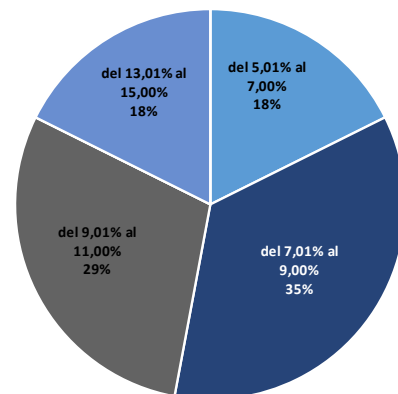


Conclusiones

El 53% de las operaciones de Franquicia realizadas en el año 2017, el coste total de los Fees sobre la facturación de alojamiento del primer año se ha situado entre el 5% y el 9% y en el 47% restante por encima del 9%.

Es importante tener en cuenta que no todos los operadores aplican los mismos Fees del mismo modo o con las mismas denominaciones.

Coste total de la franquicia sobre el total de la facturación - 2017

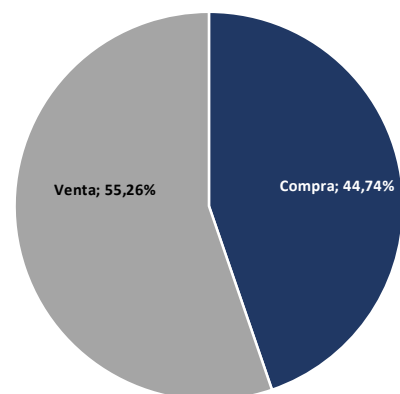


Compras y ventas hoteleras

Compras

De las operaciones de compra y venta realizadas por los encuestados en el año 2017, el 55% han sido ventas mientras que el 45% restante han sido compras.

Operaciones de compras y/o venta realizadas en el año 2017



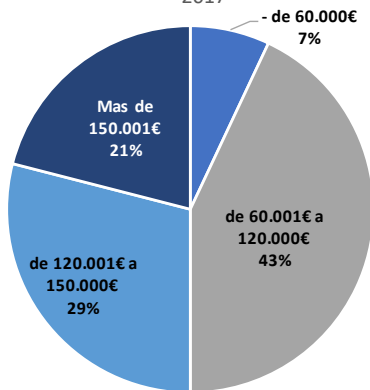
En el 43% de los casos el valor medio de los activos comprados por grupos hoteleros durante 2017, se estableció entre los 60.000€ y los 120.000€ por habitación, repartiéndose el 21% para las compras de entre 60.000€ y 90.000€ y el 22% entre 90.000€ y 120.000€, y el perfil de las operaciones fueron principalmente activos urbanos de 4* y 5* dentro del territorio español.

Las operaciones de entre 120.000€/habitación y 150.000€/habitación representaron el 29% sobre el total de las operaciones de compra.

Las operaciones de compra de más de 150.000€/habitación representaron el 21% y las operaciones con un valor de menos de 60.000€/habitación únicamente el 7% restante.

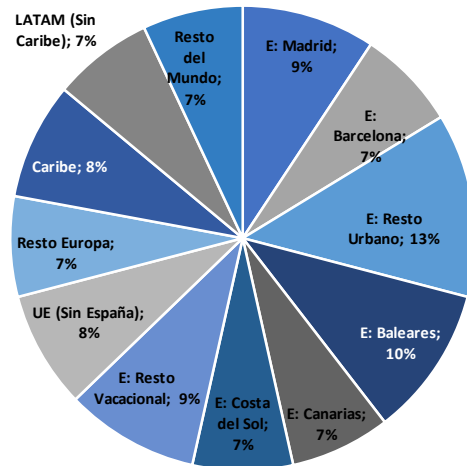
Si comparamos las compras realizadas en el año 2017 con las del año anterior se puede observar que las compras que se han situado por encima de los 120.000€ han aumentado, muestra del encarecimiento del valor de los activos.

Valor medio por habitación de las operaciones de compra - 2017



El 63% de las operaciones de compra realizadas durante el año 2017 se hicieron dentro del territorio español.

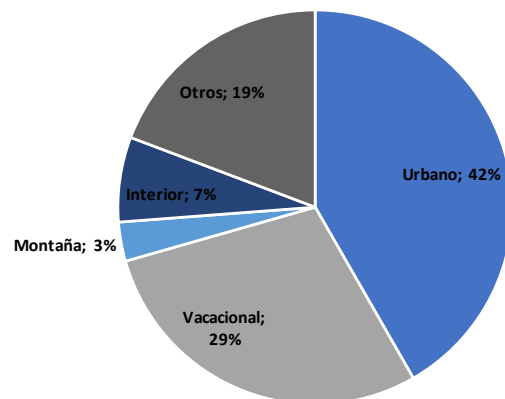
Operaciones de compra realizadas según localización - 2017



El 15% de las compras se hicieron en el resto de Europa y otro 15% en Latinoamérica y Caribe a partes iguales.

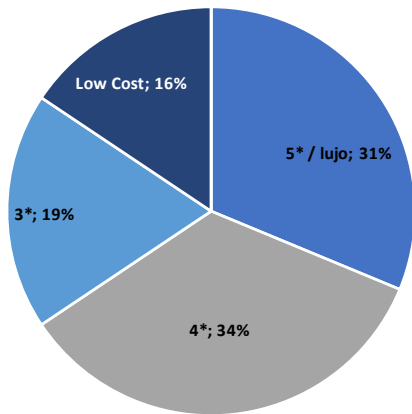
En cuanto a la tipología de hoteles comprados en el año 2017, el 42% han sido urbanos y el 32% vacacionales.

Operaciones de compra realizadas, según tipología - 2017



Por categoría, el 66% de las compras realizadas han sido de establecimientos hoteleros de 4* y 5*, el 19% de establecimientos de 3* y el 16% restante de establecimientos Low Cost.

Operaciones de compra realizadas según categoría - 2017



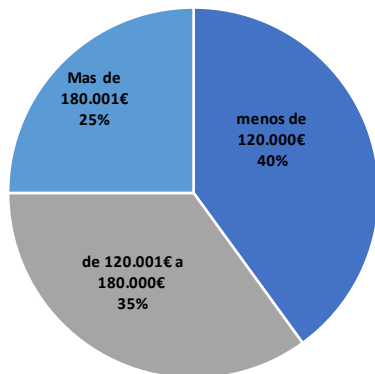
Ventas

El valor medio por habitación pactado en las operaciones de venta en el 2017, se establece en un 40% de las operaciones en menos de 120.000 €/habitación.

Las operaciones entre 120.001€/habitación y 180.000€/habitación representaron un 35% y las superiores a 180.000€/habitación el 25% del total.

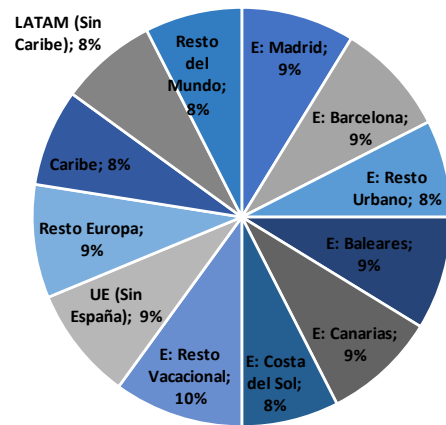
El 60% de las ventas realizadas en el año 2017 se han situado por encima de los 120.000€, mientras que en el año 2016 las ventas superiores a esta cifra fueron el 45%.

Valor medio por habitación de las operación de venta - 2017



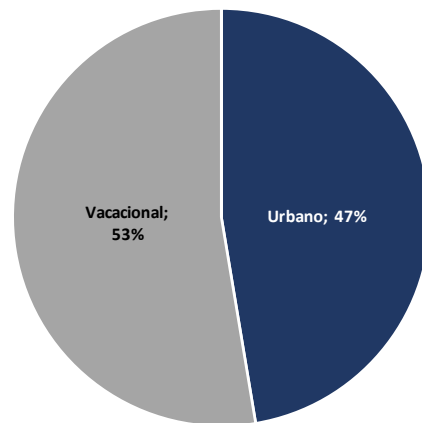
En el caso de las ventas, un 60% de las realizadas en el año 2017 han sido en España, un 18% en Europa, un 15% en Latinoamérica y Caribe y un 8% en el resto del mundo.

Operaciones de venta según localización - 2017



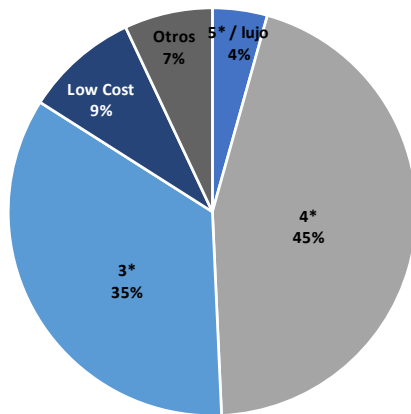
El 53% de los establecimientos que se han vendido en el año 2017 han sido vacacionales y el 47% restante urbanos.

Operaciones de venta realizadas según tipología - 2017



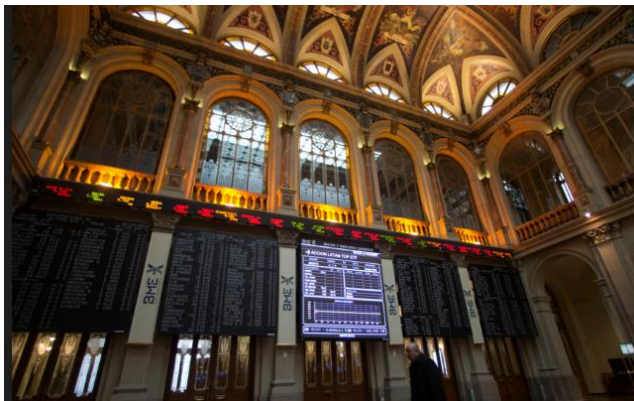
El 80% de las ventas realizadas han sido de hoteles de 3* y 4*, mientras que el 9% ha sido de establecimientos “low cost” y únicamente un 4% de las ventas han sido de hoteles pertenecientes a la máxima categoría.

Operaciones de venta realizadas según categoría - 2017



Un año más las Socimi y los Family Offices, especialmente de procedencia internacional, siguen liderando el perfil de los compradores en el mercado de activos hoteleros, en el que las cadenas hoteleras y los operadores han pasado a un segundo término en cuanto a inversión se refiere.

El mercado vacacional, tal y como ya se apuntó en la edición del año pasado, está adquiriendo mayor protagonismo que el urbano siendo zonas como Canarias, Baleares o la Costa del Sol las más destacadas.



Además de la venta, el reposicionamiento de los activos ha sido otra de las apuestas del sector hotelero durante el año 2017.

Portafolios hoteleros en el 2017

De las últimas transacciones de portafolios hoteleros durante el 2017 en España, destacamos la compra de HI Partners por parte de Blackstone que supone adquirir un total de 3.647 habitaciones por 630 millones de euros. A nivel internacional, destaca la venta de Starmel por parte de Starwood Capital a

London & Regional que ha supuesto un total de 2.070 habitaciones por 230 millones de euros. Otras operaciones de gran dimensión han sido la compra de 2.975 habitaciones de Bay Hotels de Hispania a Barceló por 174,4 millones de euros, la de Intertur Hotels por parte KKR/Dunas capital que pagó 110 millones por la transacción de 1.126 habitaciones, o la compra de IFA Hoteles por parte de HI Partners al grupo Lopesan que ascendió a 104 millones de euros por 866 habitaciones.

Madrid y Barcelona

La mayoría de las transacciones realizadas durante el año 2017 en estas ciudades, se han realizado en establecimientos de 4* y 5*.

En Madrid, algunas de las transacciones más destacadas durante el año 2017 han sido la compra del Hotel Velázquez por 385.000€ por habitación por parte del Grupo Drida a la Corporación Hispano Hotelera, la del hotel Exe Moncloa por 186.000€ por habitación realizada por Signal Capital y la del Ininside Madrid Génova por 400.000€ la habitación por parte del Grupo Sardinero al grupo Solaria.



Gran Hotel Velázquez

En cuanto a la ciudad de Barcelona, las transacciones hoteleras se han ralentizado a causa principalmente de la moratoria hotelera iniciada en el año 2015, que sigue bloqueando aperturas hoteleras, y a la incertidumbre política que se está viviendo en Catalunya. A pesar de esta contexto poco favorable se ha cerrado la compra del Hotel Hilton Diagonal Mar por 346.000€ la habitación por parte de Axa y la del hotel Silken Diagonal Barcelona por 333.000€ la habitación, realizada por el fondo Benson Elliott.

Previsiones para el ejercicio 2018

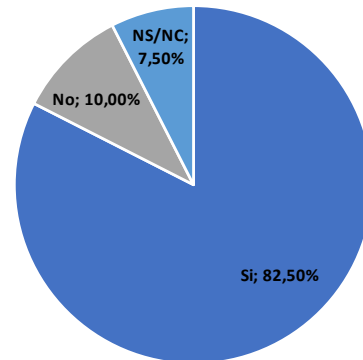
Las previsiones turísticas para el año 2018 siguen siendo positivas, gracias a la recuperación de la demanda nacional; acciones políticas enfocadas al crecimiento turístico y la llegada de nuevos operadores internacionales.

- Debido al buen comportamiento del sector durante los últimos años se prevé un ritmo de inversión menor en relación al 2017 porque el mercado está más caliente con un valor de los activos al alza. Las miradas están empezando a posarse en otros países como Grecia.
- Los inversores apostarán por ciudades calificadas como “secundarias” como Valencia, Bilbao, Sevilla, Alicante, Córdoba, Santander, Valladolid o Cádiz...
- A pesar de que España se sigue beneficiando del turismo “prestado”, la recuperación de destinos de la cuenca del Mediterráneo como Egipto o Turquía, y la incertidumbre política de España, debido por un lado a la situación de Catalunya y al cambio del Gobierno Central; la posible subida de los intereses y el encarecimiento de los activos, provocará que la inversión hotelera se pueda moderar.
- Veremos probablemente la fusión/integración de grupos hoteleros como, por ejemplo, la compra por parte del grupo tailandés Minor a HNA de las acciones de NH Hotel Group.
- El mercado transaccional seguirá concentrando su interés en el segmento vacacional o ciudades “terciarias”, debido también a que los valores de los activos en destinos urbanos prime como Barcelona, Madrid, Málaga, San Sebastián o Palma de Mallorca, se están situando en niveles que comprometen la rentabilidad futura.

Operaciones según modelo de negocio en 2018

El 83% de las cadenas hoteleras encuestadas considera que se producirá alguna fusión, integración o compraventa entre cadenas hoteleras en España durante el año 2018.

¿Cree que se producirá alguna fusión, integración, compra / venta entre cías hoteleras durante 2018?

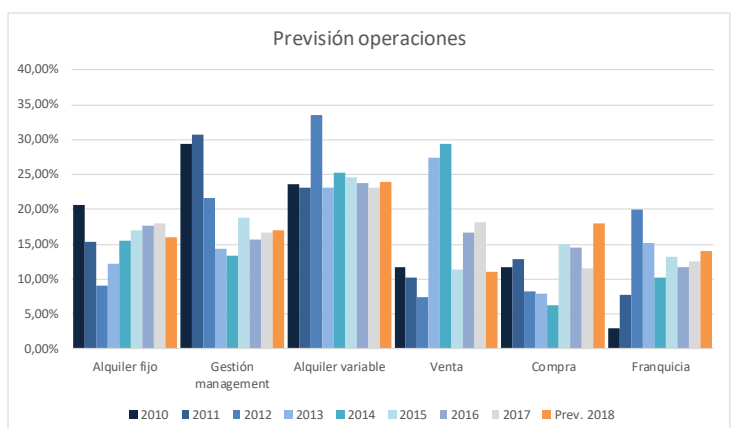
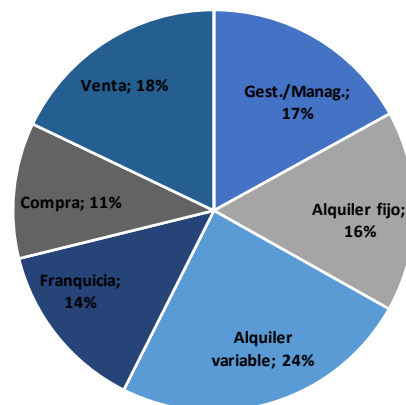


Durante el 2018, las cadenas encuestadas tienen previsto que el 24% de las operaciones que cierran serán con contratos de alquiler variable y el 16% con contratos de alquiler fijo.

Los contratos de gestión o management representarán el 17% del total de las operaciones cada uno y los contratos de franquicia el 14%.

Las operaciones de compra representaran el 11% del total, mientras que las ventas representarán el 18%

Previsión sobre el tipo de operaciones que se realizarán según modelo de negocio - 2018



Sobre MAGMA Hospitality Consulting

MAGMA Hospitality Consulting, es una consultora especializada en el sector hotelero, creada con vocación de servicio y orientada a seguir ofreciendo soluciones únicas a los retos y oportunidades que el mercado – en un momento de evolución y transformación muy importante – plantea continuamente a sus proyectos actuales y futuros con el fin de lograr el nivel de competitividad y de rentabilidad deseados.

Desde MAGMA Hospitality Consulting acompañamos a nuestros clientes en la creación de más valor para sus proyectos y, en definitiva, para su compañía.



Fundada en 2004, fruto del proceso de maduración de dos profesionales, Albert Grau y Bruno Hallé, con una dilatada experiencia en el sector de la consultoría hotelera.

Actualmente cuenta con un equipo de profesionales con experiencia nacional e internacional en prestigiosas cadenas como el Grupo Accor, Marriott, Hyatt Hotels & Resorts, Hotusa, Hesperia, Princess y Barceló Hoteles, y que han decidido seguir su proyección profesional en el campo de la consultoría.

Albert Grau – Socio Fundador

Con una formación inicial en hostelería y turismo en el ámbito de la gestión hotelera (Hostelería y Turismo por la EUHT de Sant Pol de Mar), ampliada con estudios posteriores de gestión (Gestión gerencial por la Escuela de Administración de Empresas de Barcelona - EAE-, MBA en gestión hotelera y turística internacional en Cornell – Essec).

Desarrolla inicialmente su carrera profesional en cargos directivos de grupos hoteleros internacionales como Barceló Hoteles y Hyatt Hotels, se incorpora a Horwath Consulting España como gerente en 1998, y posteriormente en el año 2000 se hace cargo del desarrollo y posicionamiento de Mazars Turismo a nivel nacional, como Gerente y responsable de la oficina de Barcelona.

Desde noviembre de 2004 es Socio Fundador de Magma HC.

Desde 2016 es miembro acreditado MRICS (Member of The Royal Institution of Chartered surveyors).

Bruno Hallé – Socio Fundador

Hotelero de tercera generación, con una formación en hostelería y turismo, ampliada con estudios posteriores en gestión (MBA en gestión hotelera y turística internacional en Cornell - Essec, PDD por el IESE en Barcelona), tras experiencias en grupos hoteleros como Occidental Hoteles o el grupo Accor, se incorpora a la consultoría turística con MTR-Horwath Consulting en 1995.

Posteriormente tras la fusión de MTR con Mazars en el año 2000, desarrolla la actividad en Mazars Turismo como socio y posiciona la marca en el ámbito hotelero nacional.

Desde noviembre de 2004 es Socio Fundador de Magma HC.

Desde marzo de 2018 es vocal en la junta directiva del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH), centro adscrito a la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT).

Para más información sobre los servicios de MAGMA Hospitality Consulting, puede contactarnos en el (+34) 93 486 91 80 o info@magmahc.com.

www.magmahc.com