

# Christie news nº6



Primavera 2007



El Director General de Christie + Co, Chris Day, durante su intervención en el IHIF

## Christie+Co, presente en los eventos más importantes del sector

En los últimos meses, Christie+Co ha estado presente en los tres eventos más importantes del sector en Europa. El pasado mes de enero, participó en FITUR, que tuvo lugar del 31 de enero al 4 de febrero en Madrid. Allí, facilitó información sobre el sector y presentó sus nuevos proyectos para 2007.

Entre el 5 y 7 de marzo, Christie+Co actuó como patrona del Internacional Hotel Investment Forum (IHIF), que se celebra cada año en Berlín y es el forum de inversión más importante de Europa. Durante los tres días que duró el evento, Christie+Co participó activamente en varias sesiones y compartió sus experiencias junto a otras compañías relevantes del sector.

La consultora internacional también ha estado presente en la Feria Mundial del Mercado Inmobiliario (MIPIM), que se celebró en Cannes del 13 al 16 de marzo y que es el principal foro a nivel internacional del sector inmobiliario. El MIPIM proporciona a los participantes una visión general única del mercado global.

La participación en estos tres eventos supone para Christie+Co un comienzo dinámico de un año que se presenta muy activo para el sector.

### Editorial

Inmaculada Ranera

### Noticias

Últimas noticias de Christie+Co

### Recortes de Prensa

Christie+Co en la prensa

### Opinión

Boutique Hoteles

### Tendencias

El traspaso en la restauración

### Entrevista

Joan Molas Marcellés

### Seguimiento

Hostal Putxet y Chic & Basic Tallers

## Christie+Co Madrid

cierra su primera operación del año

La venta del recién inaugurado Hotel Santiago fue la primera operación cerrada por la oficina de Christie+Co de Madrid en 2007. El establecimiento, de categoría 4 estrellas, está ubicado en Puerto de Santiago, a 1,5 km del centro de León, y tiene 142 habitaciones totalmente equipadas, sala de conferencias, restaurante y piscina. El hotel ofrece, además, servicios médicos, parque infantil, gimnasio y conexión inalámbrica a Internet.

El nuevo propietario del Hotel Santiago es un inversor local que ya cuenta con dos establecimientos en Segovia.

**Inmaculada Ranera**  
Directora General de Christie+Co  
para España y Portugal



# Tendencias de la inversión hotelera en Europa

Los hoteles se consolidan como activos atractivos para los inversores

En este número, me gustaría hablarles de las expectativas que en los últimos años está generando el mercado hotelero entre los inversores y de cómo este creciente interés está promoviendo un panorama distinto en nuestro sector. A este respecto, quiero destacar que los hoteles ya se han consolidado como activos de primera clase, atrayendo el capital de los inversores hacia el mercado europeo.

La gran disponibilidad de capital ha permitido una alta inversión en activos hoteleros que provienen, principalmente, de fondos de inversión e inversores privados deseosos de añadir activos hoteleros reconocidos como un valor de prestigio. Además, la gran demanda y la escasa oferta de activos atractivos en las principales ciudades europeas han tenido como resultado precios récord que han disminuido la rentabilidad.

En este sentido, y como ejemplo del elevado valor que alcanzan los hoteles en estas ciudades, me parece destacable la compra del emblemático hotel de lujo Four Seasons de Milán el pasado mes de abril a cargo del grupo italiano Statuto, que adquirió el hotel por 200 millones de euros (1,7 millones por habitación) lo que ha supuesto la mayor operación del mercado italiano y que acaba de recibir el premio 'Deal of the Year' en la X edición del International Hotel and Investment Forum (IHIF) en Berlín.

Otro factor en el que me gustaría insistir es en la notable cantidad de dinero invertido que se ha destinado a la compra de portfolios hoteleros. El tamaño de estas operaciones ha introducido estructuras de financiación más sofisticadas y un análisis más detallado del retorno de la inversión para los propietarios. Este tipo de operación re-

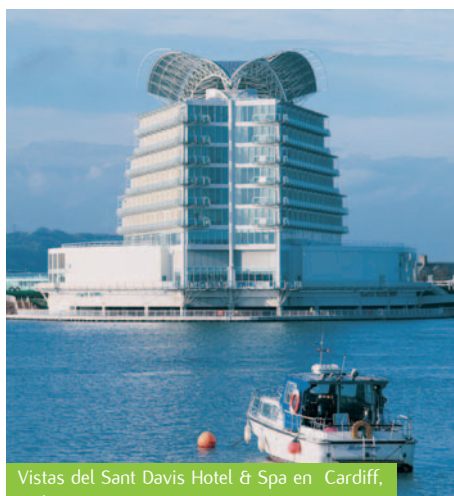
sulta muy atractiva, pues permite poner en práctica mecanismos financieros creativos. También me gustaría señalar que los inversores se sienten especialmente atraídos por la seguridad de invertir cuando la gestión está en manos de una cadena de prestigio internacional. Esto deriva del deseo de las empresas hoteleras de separar el inmueble de su gestión, lo que les permite disponer de capital para seguir con sus planes de expansión.

Otra tendencia que actualmente se observa en el sector es la continua rotación de los activos hoteleros. Un ejemplo de esto fue la venta por parte de Whitbread de un portfollio de 46 hoteles Marriott en el Reino Unido a Condor Overseas Holdings en marzo de 2005. En abril de 2006 dicho portfollio fue adquirido por el Royal Bank of Scotland (RBS), que es comprado, al cabo de unos meses, por un consorcio encabezado por Delek Belron Real Estate.

Para terminar, me gustaría destacar que el sector de la propiedad hotelera ha experimentado un proceso de consolidación en Europa, por el que las pequeñas empresas han sido adquiridas o se han anexionado con competidores mayores o más agresivos, quedando el mercado bajo el dominio de unas cuantas firmas líderes.

Espero que disfruten de esta nueva entrega de Christie News, en la que estrenamos un nuevo formato que permite incorporar más informaciones sobre nuestra compañía y sobre el sector, sin duda cada vez más apasionante.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Inmaculada Ranera'. The signature is stylized and written over a horizontal line.



Vistas del Sant Davis Hotel & Spa en Cardiff, Inglaterra.

## El Hotel 54 se inaugura en Barcelona de la mano de Christie+Co

El pasado 23 de enero, Christie+Co organizó un desayuno para la prensa en el Hotel 54 Barceloneta, en Barcelona, donde se presentó un estudio sobre las nuevas tendencias hoteleras.

El evento contó con la presencia de periodistas de destacadas publicaciones del sector turístico que, además, tuvieron la oportunidad de conocer de primera mano las instalaciones de uno de los más nuevos establecimientos hoteleros de la ciudad condal.

El recién estrenado Hotel 54 Barceloneta, cuenta con 28 habitaciones y magníficas vistas al puerto de Barcelona.

Cabe recordar que Christie+Co fue la responsable de la operación que ha permitido el establecimiento de este hotel con encanto.

## Christie+Co ha intermediado con éxito en la venta del Sant Davis Hotel & Spa, de Rocco Forte Hotels

Christie+Co ha ejercido de mediador para Rocco Forte Hotels en la venta del Sant Davis Hotel & Spa en Cardiff (Inglaterra) a Principal Hotels por 32,5 millones de libras. Esta operación forma parte del proyecto de expansión en Europa de Rocco Forte Hotels, que continuará con la apertura el próximo año de hoteles en Munich, Ginebra y Praga y un golf resort en Sicilia. Para Principal Hotels, la compra del Sant Davis Hotel & Spa ha supuesto la adquisición de un hotel único situado en una localización estratégica para ellos.

## Christie+Co vende un hotel emblemático en Hamburgo

Las oficinas de Christie+Co en Alemania han sido las responsables de la venta del Maritim Hotel Reichshof, un hotel emblemático situado en el centro de Hamburgo, a The Blackstone Group. El hotel posee 303 habitaciones y una preciosa fachada Art Nouveau. Su excelente reputación y su larga tradición de calidad atraen a un envidiable número de huéspedes cada año.

Según Markus Beike, Director de Christie+Co en Alemania, "el rápido crecimiento y la presencia de la compañía en cuatro de los centros comerciales clave de Alemania ha mejorado considerablemente nuestra reputación y nuestra presencia en el sector hotelero. Este desarrollo, unido a recientes éxitos en transacciones realizadas, ha favorecido nuestra expansión en el mercado alemán".

## La especialización en el turismo y la demanda hotelera dinamizan el sector

"El crecimiento de las cadenas hoteleras medianas está siendo espectacular", aclaró Inmaculada Ranera, directora de la consultora Christie+Co. Ranera añadió que, en España, "tiene que producirse una concentración del sector, ya que hay muchos operadores compitiendo por el mismo mercado pero que no cuentan con centrales de reservas potentes".

*La Vanguardia, 03.02.07*

## Los hoteles boutique ganan terreno

La oferta de los hoteles boutique o de diseño sigue ganando terreno. Si en 2002 había 101 establecimientos de este tipo en España con 8.166 habitaciones, el año pasado había ya 144 con 12.521 dormitorios, según la consultora Christie+Co.

*Propiedades – El País Cataluña, 02.02.2007*

## Barcelona, sin hoteles de lujo

La consultora turística internacional Christie+Co ha presentado un estudio que revela la falta de hoteles de cinco estrellas en la ciudad de Barcelona "que atraigan al cliente extranjero, cuya decisión de compra se basa, principalmente, en el sello de calidad que le ofrecen las marcas hoteleras internacionales".

*Su vivienda – El Mundo, 06.10.2006*

## Hilton vende dos establecimientos en Reino Unido por 625 millones de euros

Dicha operación, que se puso en marcha a principios de 2006, ha contado con la asesoría de Christie+Co, a quien la cadena hotelera Hilton pidió su intervención para cerrar la venta.

*Cinco Días, 21.12.06*

# Tendencias

## El traspaso, el acuerdo más utilizado en la restauración

Aprovechando la reciente apertura de la División de Restauración de Christie+Co en Madrid, hemos realizado un estudio interno sobre el mercado inmobiliario de la restauración en Barcelona y Madrid. Los resultados aportan una referencia indicativa sobre los precios de las operaciones en las zonas más buscadas de ambas ciudades, así como sus diferencias y similitudes.

En el sector de la restauración, el traspaso es el acuerdo más utilizado. Sin embargo, el concepto de traspaso suele ser mal comprendido, lo que dificulta el proceso de negociación. El traspaso, o la venta del fondo de comercio, no se basa en los metros del establecimiento, sino en otras variables como la facturación, la afluencia de la zona, la clientela, el mobiliario, la maquinaria y el valor de la marca.

A la hora de adquirir o traspasar un negocio, hay que tener en cuenta una serie de factores como la facturación generada, la vigencia de las licencias, la autorización por parte de la

propiedad del local, la información sobre las condiciones del contrato de arrendamiento, la situación de los acuerdos de la parte vendedora con sus proveedores y la situación actual del personal que trabaja en el local, entre otros trámites jurídicos y burocráticos.

Al ser el mercado de la restauración tan amplio, particular y complejo, es recomendable el asesoramiento de un especialista con experiencia que fomente una negociación transparente con el objetivo de alcanzar el mejor acuerdo entre las partes. A continuación presentamos algunos datos relevantes del estudio:

- En España, el sector de la restauración es una de las principales actividades económicas. Tanto en Barcelona como en Madrid, el traspaso es la transacción que domina. En cambio, la venta es muy puntual, siendo más frecuente en zonas de temporada.

- En ambas ciudades, el predominio de las transacciones de traspaso está relacionado con la escasa concesión de nuevas licencias y con la dificultad de conseguir autorización para instalar salidas de humos en algunas comunidades de vecinos.

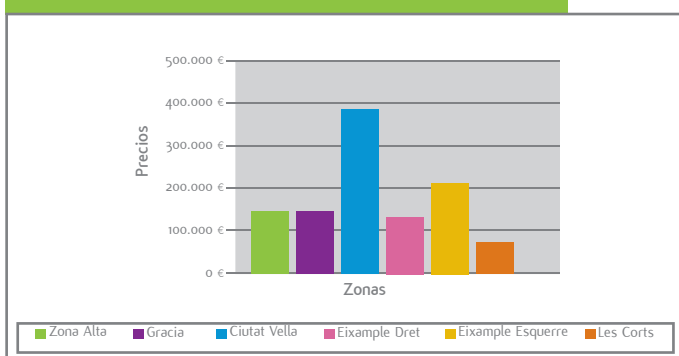
- Los inmigrantes, sobre todo asiáticos, están adquiriendo un gran número de establecimientos. Estos nuevos actores están aportando una diversificación gastronómica muy apreciada por los residentes.

- Barcelona se decanta por una cultura gastronómica más vanguardista y un extremado cuidado del diseño y de la decoración. La oferta de Madrid es más clásica, siendo el producto y su presentación el protagonista indiscutible.

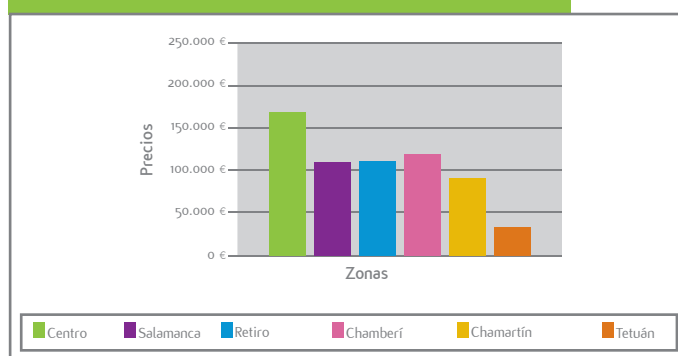
- En Madrid, a la hora de adquirir un restaurante, se valora el buen acceso al local y las plazas de aparcamiento para los clientes; mientras que en Barcelona, el parking no suele ser un factor primordial, aunque sí lo es el acceso.

- Los precios de los traspasos en Barcelona, en general, son más altos que en Madrid, donde se aprecia menores diferencias entre las zonas estudiadas.

Precio medio: Traspasos en Barcelona



Precio medio: Traspasos en Madrid



\* Para esta estimación de precios Christie + Co ha considerado locales de aproximadamente 100m2, con una capacidad entre 45 y 50 comensales y en las calles más afluente de las zonas estudiadas.

## Seguimiento

### Nueva imagen para el Hostal Putxet y Chic & Basic Tallers

En los últimos meses, Christie+Co ha intermediado en la compra-venta de varios establecimientos en Barcelona. Uno de ellos ha sido el Hostal Residencial El Putxet, ubicado en la zona alta de la ciudad, que fue adquirido el verano pasado por la compañía Feelgood Apartments, especializada en la gestión de establecimientos de bajo coste que no renuncian al diseño y al confort.

Una vez efectuada la compra, el hostel se renovó por completo. Según Josep Maria Camí, Director General de Feelgood Apartments, "la actualización consistió en redecorar el hostel, pintar y añadir nuevos servicios, como el acceso a Internet en todas las

Entre los objetivos para esta nueva etapa del Hostal Residencial El Putxet, figura incorporar nuevos segmentos de clientes. En este sentido, Camí, destacó que, actualmente, acuden "turistas que buscan un alojamiento económico y bien comunicado con el centro de la ciudad y autónomos o profesionales liberales que buscan reducir costes".

Otro de las operaciones hoteleras en las que ha intermediado Christie+Co es en la venta de la Pensión L'Isard, situada en el centro de Barcelona. En el momento de la compra, el establecimiento, que ha sido adquirido por el Grupo Chic & Basic, llevaba en funcionamiento 22 años y contaba con 15 habitaciones distribuidas en dos plantas.

Desde la compra, en el negocio se ha realizado una reforma integral, empezando por el cambio de nombre, que ahora es Chic & Basic Tallers. La cadena ha adaptado la antigua pensión a la imagen moderna que comparten los establecimientos del grupo.

Las novedades en esta nueva etapa incluyen la incorporación de pantallas de televisión de plasma con canales internacionales en todas las habitaciones, la posibilidad de conectar el iPod o el MP3 a los altavoces de la habitación y la incorporación de un chill & basic en el hotel, donde, de manera gra-

tuita, el cliente puede prepararse un sándwich o un café mientras navega por Internet.



Rincón de lectura de Chic & Basic Tallers

habitaciones y la instalación de una Terminal de Internet en la recepción del hostel para uso exclusivo y gratuito de los clientes".

## Opinión

### Hoteles boutique, los deseos son realidad

Los hoteles boutique se conciben como puntos de encuentro en los que el público ha descubierto un lugar donde se desarrolla una vibrante vida social. Los antiguos modelos de gestión ya no son válidos y obliga a reinventar nuevos modelos para adaptarse al mercado.

La hotelería boutique requiere de la aplicación de principios de gestión y de estrategias de marketing diferentes a las de los hoteles convencionales que les permitan un perfeccionamiento constante de los servicios.

Un hotel boutique ha de ofrecer los servicios más exclusivos, por lo que debe adoptar unos estándares de calidad por encima de los convencionales y controlar periódicamente el nivel de cumplimiento de los mismos.

En la hotelería boutique, el personal debe ser altamente cualificado para cumplir con el alto nivel de servicio requerido y superar las expectativas del cliente.

Además de comercializarse mediante los canales habituales, deben utilizarse medios específicos que aporten un valor añadido.

Por Juan Delfín Búrdalo Vecino  
Location Manager, Madrid

## Entrevista



### Joan Molas Marcellés

Presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)

#### ¿Qué es CEHAT y cuáles son sus funciones principales?

Es la organización empresarial hotelera que agrupa a las 53 asociaciones, federaciones y gremios hoteleros de España, que representan 8.700 hoteles con 1,5 millones de plazas y genera unos 400.000 puestos de trabajo directos. La CEHAT tiene como finalidad primordial la representación, defensa y fomento de los intereses comunes de sus miembros.

#### ¿Cuáles son los principales objetivos que se ha propuesto llevar a cabo durante su mandato?

En primer lugar, consolidar la confederación, que nació de la fusión, hace tres años, de las dos grandes patronales que existían entonces en el sector: Zontur y la Federación Española de Hoteles (FEH). También me he propuesto seguir defendiendo el modelo hotelero español como importante motor de la economía nacional, y seguir manteniendo el diálogo permanente con todos los agentes sociales: administración pública, medios de comunicación, sindicatos, intermediarios turísticos y demás grupos de interés del sector hotelero.

#### ¿Cuál es la situación del sector hotelero en España?

El sector dispone de una buena salud, tanto en el aspecto financiero como en estructural, pero no podemos olvidar que en los últimos años han aparecido fuertes competidores en cualesquiera de los distintos segmentos de mercado. También sería conveniente una cierta prudencia en cuanto a realizar nuevas inversiones en ciudades y zonas turísticas don-

de empiezan a haber indicios de saturación y que podrían provocar, a medio plazo, una disminución de la rentabilidad.

#### ¿Cuáles son los principales problemas a los que se enfrenta el sector hotelero?

Debemos mejorar la imagen turística de España en el exterior y obtener mayores recursos acordes a la condición de ser el primer sector económico en nuestro país. En el aspecto formativo, debemos implantar un nuevo marco laboral que permita retener a los buenos profesionales. Respecto a las normativas, me atrevería a denunciar una cierta falta de armonización de las mismas, sin olvidarnos de incrementar la I+D+I y aplicar a la hostelería nuevas tecnologías de gestión.

#### ¿Cómo benefician al sector la existencia de consultoras como Christie+Co?

Las sociedades de gestión de patrimonio, consultoría e intermediación son necesarias para articular las estrategias patrimoniales de los grupos hoteleros. En este sentido, Christie+Co ha venido a ocupar un espacio muy importante en la actividad hotelera española dentro del ámbito de la intermediación de activos.

#### ¿Cómo puede CEHAT ayudar en la expansión internacional al sector hotelero español?

En cuanto a este aspecto, hemos realizando varias misiones comerciales. En esta línea, esperamos organizar otras muchas para dar a conocer a nuestros asociados, los hoteleros españoles, la posibilidad de invertir en otros

países. Entendemos que ésta es, no sólo una fórmula de crecimiento de nuestras empresas, sino también una exportación de nuestros conocimientos.

#### Actualmente, ¿cuáles son las tendencias en auge del sector?

Básicamente, nos encontramos en un proceso de mayor especialización en todos los sentidos: desde hoteles que ofrecen servicios de atención a la salud, tipo wellness, spas, etc. pasando por los nuevos conceptos de hoteles gastronómicos, temáticos, monumentales, etc. En definitiva, la tendencia se dirige hacia un aumento de la gama de servicios y, con ello, a la implantación de altos estándares de calidad.

#### Desde hace unos años, países como Grecia, Croacia o Marruecos, que pueden proporcionar una oferta turística similar y más económica, están siendo cada vez más solicitados. ¿Cómo puede competir España con estos destinos turísticos?

España debe competir con una promoción integrada en estrategias online y más focalizada en segmentos de mercado y en líneas de producto. En este sentido, estamos reclamando a las administraciones públicas españolas unas campañas de marketing más coordinadas y unos recursos públicos mejor gestionados para dirigir nuestras promociones hacia países emergentes con gran potencial de futuros clientes y a los millones de turistas que ya nos conocen y esperan de nosotros una permanente innovación y una prestación de servicios más personalizada.