



MEMORÁNDUM DE INVERSIÓN

oferta de compra de finca

Castell - Playa D'Aro, Girona, Catalunya con su posterior reforma
y traslado al hotel boutique categoría 4****S

1. Descripción del activo

Se ofrece a la venta un proyecto de promoción de un hotel de categoría 4****S en Castell - Playa D'Aro, Costa Brava.

La comarca de Castell - Playa D'Aro es una de las localidades turísticas más demandadas de la Costa Brava, tanto entre los turistas españoles como internacionales.

Esta finca tiene casi 11.000 m2, de los cuales 7.000 m2 están cubiertos de hermosos árboles que dan sombra.

Entre los árboles hay una impresionante masía antigua, una casa fortaleza del siglo XVI.

La masia forma parte del patrimonio cultural de Cataluña. Se trata de una masia majestuosa y muy bien conservada. El antiguo edificio se convertirá en una parte

integral del futuro complejo hotelero y marcará el tono de autenticidad de todo el hotel. El hotel pertenece a la tipología de hoteles boutique con una arquitectura luminosa y memorable.

Una temporada típica de operación hotelera es posible tanto en un ciclo anual como con una concentración en una temporada de 8-9 meses, dependiendo de la posición del inversionista y la campaña de gestión.

La finca es actualmente propiedad de un inversor privado.

2. Ubicación del activo

El activo se encuentra en la Comarca de Castell - Platya D'Aro.



La distancia del activo a las playas de Playa D'Aro es de 1 km.



Playa D'Aro es una de las ciudades turísticas con mayor dinamismo en Cataluña.

Playa D'Aro siempre se ha distinguido por una gran cantidad de atractivos turísticos: en primer lugar, es un largo y muy ancho arenal de arena dorada, una gran cantidad de centros comerciales, restaurantes, bares, etc.

En los últimos años, la ciudad ha dado un salto cualitativo en la captación de clientes de los

segmentos de mercado medio-alto y alto, fortaleciendo significativamente las ofertas que interesan a esta categoría particular del mercado.

Playa D'Aro dispone de:

Puerto deportivo



Parque acuático



Un gran número de boutiques, tiendas de marcas famosas, restaurantes, etc.



La ciudad de Playa D'Aro está convenientemente conectada con las principales vías de comunicación, vías férreas y una extensa red vial y de transporte. El aeropuerto de Girona se encuentra muy cerca.

También en Girona hay una estación de trenes de alta velocidad

CRA. Distancias:

Barcelona – - 105 kilómetros

Aeropuerto de Barcelona – - 123 km

Gerona - 35 km

Aeropuerto de Gerona - 32 km

Frontera con Francia - 102 km

Andorra - 236 km.

3. Idea de proyecto

La idea detrás del proyecto es transformar un edificio histórico del siglo XIV ya existente en un hotel boutique de estilo de vida de categoría 4****S y construir una nueva parte del hotel.

La superficie total de la parcela es de 10.815 m²

Área de construcción del complejo hotelero - 3.162 m²

Zona verde ajardinada - 7.087 m²

Número total de habitaciones - 41 habitaciones

Estacionamiento en el sitio - 30 autos

Estacionamiento externo fuera del hotel - 120 autos

Zona polivalente para MICE, bodas, banquetes - para 200 personas Restaurante para clientes del hotel

restaurante gastronómico

barra de la piscina

Salón bar, chill-out

Piscina al aire libre con zona de estar

Jacuzzi y sauna de barril

SPA

GIMNASIA



El proyecto del futuro hotel ha recibido todos los permisos y aprobaciones necesarios para iniciar los trabajos de construcción.

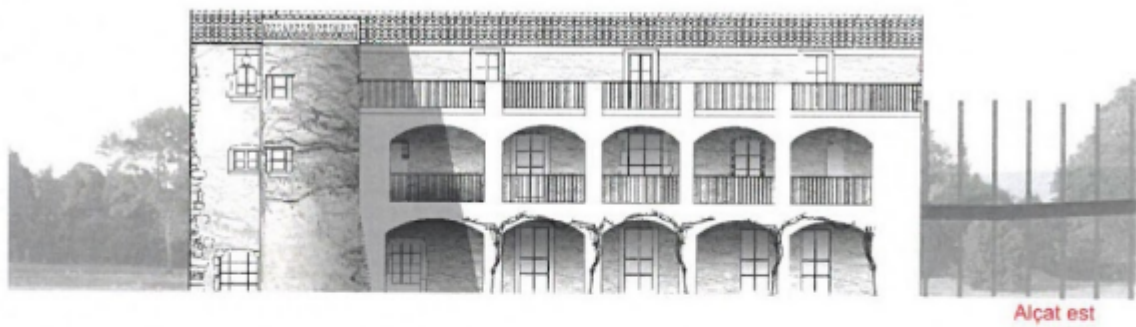
El proyecto también fue coordinado con el municipio de la región.

El permiso para usar el sitio para la futura construcción del hotel se presentará en la primera visita.

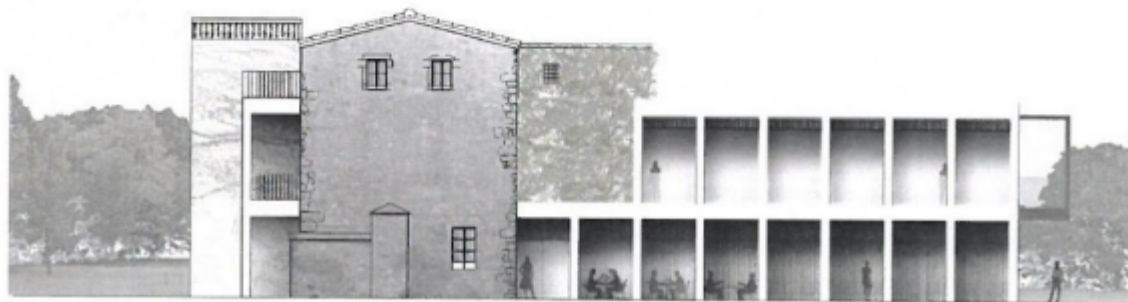
El proyecto del hotel consiste en la reconstrucción del espacio interior de la masía conservando su aspecto histórico.

La imagen del futuro hotel ya ha sido elaborada por la oficina de arquitectura.

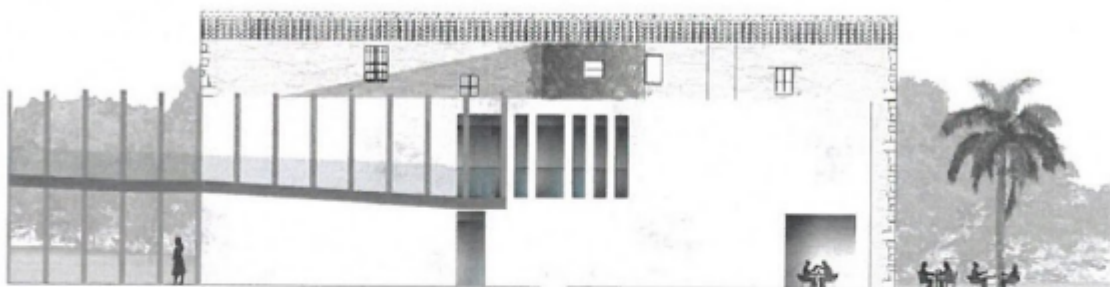
Imagen del futuro hotel



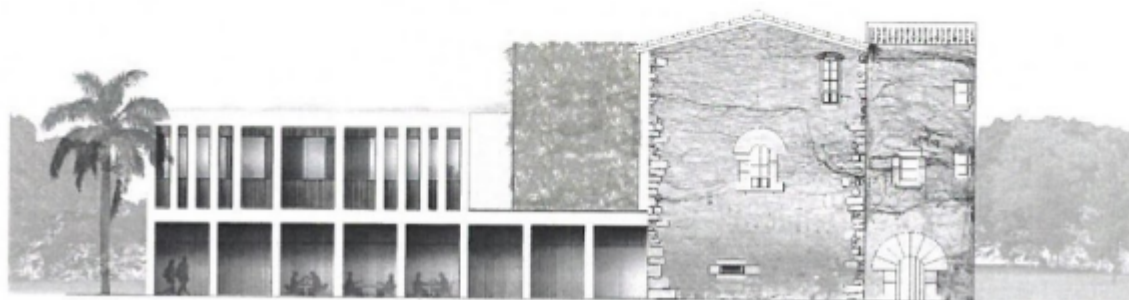
Alçat est



Alçat nord



Alçat oest



Alçat sud

La masia formará la parte central del conjunto. Se supone que albergará 17 suites y habitaciones superiores, así como una recepción.

Detrás de la masía habrá un restaurante y una cocina de restaurante. Esta parte del conjunto estará conectada directamente con el edificio de la masía y encajará armónicamente en el conjunto arquitectónico.



Otra parte del hotel consistirá en un complejo de 14 bungalows familiares con amplias terrazas y acceso a la piscina.

Los bungalows individuales son muy populares y apreciados por los turistas, ya que son unidades de alojamiento individuales con su propia entrada y dan la sensación de una casa separada.

También es posible hacer 24 Junior Suites en lugar de 14 bungalows. Pensamos que económicamente es más interesante abandonar la idea de crear habitaciones tipo bungalow, para hacer más habitaciones, aumentando así la base financiera del activo.

En cálculos posteriores, procederemos de esta idea.



Espacio multifuncional para bodas, conciertos y otros eventos con una capacidad de hasta 200 personas.

En el lado opuesto del complejo habrá estacionamiento para los huéspedes del hotel para 30 autos.



Los bungalows estarán ubicados junto a una amplia área verde con grandes árboles que brindan mucha sombra y crean una atmósfera relajante.

4. Estructura del proyecto hotelero

A la hora de implementar un proyecto hotelero, podemos decir que en el futuro hotel intervienen varios componentes, de hecho, varios negocios en uno:

R. El negocio principal es la operación de habitaciones de hotel.

C. Utilizar las instalaciones del hotel para la celebración de eventos MICE - reuniones y presentaciones corporativas, bodas, banquetes y diversos eventos.

C. Utilizar las instalaciones del restaurante F&B y lounge bar en el territorio del hotel para trabajar con el público externo.

D. Utilizar las instalaciones del hotel SPA para el público externo. Consideremos cada uno de estos componentes con más detalle.

R. El negocio principal es la operación de habitaciones de hotel.

Una de las principales fuentes de ingresos del futuro hotel será la venta de habitaciones de hotel en el mercado turístico.

El hecho de que el histórico edificio fortificado XVI sea parte integral del futuro hotel creará la imagen del futuro hotel como histórico y auténtico.

Un factor muy importante en el posicionamiento del futuro hotel es su exclusividad e intimidad.

Solo 41 habitaciones estarán ubicadas en un territorio bastante grande. Es el formato de un activo hotelero tranquilo, exclusivo y original que es más atractivo para los turistas adinerados.



El público objetivo del futuro hotel son solteros, parejas y familias sin hijos, profesionales autónomos o profesionales muy bien pagados de entre 30 y 60 años, con un nivel de renta superior a la media.

Recomendación: posicionar el hotel para el público objetivo de los segmentos medio-alto y alto del turismo tanto nacional como internacional.

Es posible posicionar el futuro hotel como un hotel Solo Adultos, que cada vez gana más popularidad.

Recomendación: posicionar al hotel como un hotel Solo Adultos.

Como empresa consultora especializada en el negocio hotelero y marketing estratégico hotelero, queremos destacar que este tipo de hoteles son los más demandados actualmente en el mercado.

Ilustración de tipo de habitación de hotel en edificio antiguo



Tal y como lo concibió el arquitecto del proyecto, con el máximo aprovechamiento de los metros edificables permitidos, el proyecto contará con 41 habitaciones, de las cuales:

En un edificio histórico:

- 11 suites
- 6 habitaciones superiores

En el nuevo edificio:

- 24 suites junior
- (alternativa - 14 habitaciones bungalow)

C. Utilizar las instalaciones del hotel para la celebración de eventos MICE - reuniones y presentaciones corporativas, bodas, banquetes y eventos de diversa índole.

Los lugares para varios eventos MICE tienen una gran demanda. Las reuniones y eventos corporativos, las exposiciones, las presentaciones en un espacio elegante y cómodo resultan bastante atractivos.



Pero el principal mercado de eventos en esta zona son las bodas y los banquetes.

Las bodas y los banquetes son eventos planificados en España normalmente entre 12 y 18 meses antes de la fecha del evento.

La demanda de espacios para bodas y eventos es bastante alta. Los sitios que promocionan sus servicios para tales eventos, por regla general, aseguran que de mayo a octubre todos los sábados y domingos estarán ocupados con tales eventos.



El coste del alquiler de espacios para bodas es bastante elevado y oscila entre los 8.000 y los 12.000 euros solo por el alquiler.

El hotel podrá aceptar para bodas y otros eventos hasta 200 personas a la vez. Este número cubre el número de la mayoría de los eventos.

Al mismo tiempo, el precio por persona del catering es de unos 130-150-180 euros por persona.

Dado que el hotel prevé la presencia de cocinas para banquetes, es posible ofrecer catering en la base del hotel.

Recomendación: *promover activamente los servicios del hotel como sede de bodas, banquetes y otros eventos MICE.*

Como punto aparte, me gustaría destacar la posibilidad de aparcarse en el parking exterior para unos 120 huéspedes del hotel. La presencia de un gran estacionamiento suele ser un factor limitante para la celebración de grandes eventos en sedes competidoras.

C. Utilizar las instalaciones del restaurante F&B y lounge bar en el territorio del hotel para trabajar con el público externo.

El hotel ofrece toda una serie de establecimientos de F&B, orientados tanto a los huéspedes del hotel alojados en las habitaciones como al público externo.

I. Restaurante para huéspedes del hotel:

colocado directamente en las habitaciones y diseñado para 50 invitados a la vez.

Este restaurante sirve desayuno buffet y cena.



Recomendación: recomendaríamos fijar precios de alojamiento con la inclusión de un régimen de comidas mínimo AD. A los grupos cerrados se les puede dar la opción de una dieta MR.

II. Restaurante gastronómico para el público en general.

Dado que el hotel está rodeado por una arboleda ya poca distancia de la zona peatonal, debería ser lo suficientemente atractivo para los conocedores de la cocina, reservar almuerzos y cenas en el restaurante con antelación.



Los actuales propietarios de la finca ya han mantenido conversaciones preliminares con el chef Marc Gascons, chef con estrella Michelin y jefe de cocina de una de los restaurantes más populares de la Costa Brava de la mano del restaurante Els Tinars: <https://www.elstinars.com/es/>

Marc Gascons visitó la finca en varias ocasiones y manifestó su interés por la oportunidad de dirigir el restaurante gastronómico del hotel.

Chef Marc Gascons, Estrella Michelin



La cocina creativa del restaurante gastronómico encabezado por el chef “estrella” sin duda atraerá el interés del público.

III. Barra de piscina

Fuera del horario de almuerzo se ofrecerán snacks y bebidas a los huéspedes del hotel, vacacionistas en el área de la piscina.



A la hora del almuerzo, el Pool Bar ofrecerá a los huéspedes del hotel un menú de almuerzo que consiste en una variedad de platos relativamente cortos pero ricos y modernos. Las recomendaciones para el desarrollo del Pool Bar se darán por separado. Es posible la implementación del concepto Day Pass para el público en general.

IV. Bar Salón

terraza exterior en la azotea del edificio, tanto para clientes del hotel como para público en general, con preciosas vistas. Cócteles, snacks, narguiles. Las recomendaciones para el desarrollo del Roof Top Lounge Bar se darán por separado.



Resumiendo este apartado, me gustaría destacar que la diversa paleta de ofertas de los establecimientos de F&B hoteleros, por un lado, ofrecerá un excelente servicio a los huéspedes y visitantes del hotel, y por otro lado, será una seria fuente de ingresos para los futuros propietarios de hoteles.

D. Utilizar las instalaciones del hotel SPA para el público externo.

Hay una fuente termal en el territorio del hotel. Para poder declarar esta fuente como fuente de agua de mesa o medicinal, es necesario realizar muchos análisis y pasar una serie de aprobaciones. Pero para usar esta agua en el spa de un hotel, basta con investigar un poco.



La presencia de un manantial termal permite hacer atractivo el SPA del hotel tanto para los huéspedes del hotel como para el público externo. Además, los

actuales inversores del proyecto han llegado a un principio de acuerdo con la clínica líder en Girona “Kinesi”, <https://www.kinesi.es> especializada en fisioterapia, terapia de rehabilitación y cosmetología, sobre la posibilidad de abrir una sucursal clínica basada en la hotel balneario.



También existe una intención preliminar, acordada con el municipio de la ciudad, de instalar un "baño ruso" con vistas panorámicas.



Así, el inversor recibirá otra fuente de ingresos.

5. Costo estimado del proyecto

Los actuales propietarios de la finca, debido a las circunstancias, están listos para vender la finca con un proyecto de construcción de hotel listo y un trabajo parcialmente terminado.

El costo del proyecto estará compuesto por el costo directo del predio, el costo de construcción y el costo de equipamiento del edificio en cuanto a mobiliario, decoración, mecanismos y equipos varios (FF&E), etc.

Costo del patrimonio	4.500.000 Euros
Costo de construcción 4****S	1.800.000 Euros
Costo de FF&E	1.000.000 Euros
TOTAL	7.300.000 Euros

*cálculo simplificado preliminar excluyendo impuestos, costos de transacción, etc.

Recomendación: Llamamos la atención del futuro inversor sobre el hecho de que cada vez más clientes tienden a elegir hoteles de lujo. Los hoteles de categoría 5***** son el tipo de hoteles que pueden dar el mejor resultado financiero al inversor.

Son los hoteles de categoría 5***** los que muestran mejor resistencia a las crisis y temporadas turísticas débiles.

Al mismo tiempo, es necesario entender que los esfuerzos organizativos y financieros para la construcción, puesta en marcha y operación de un hotel de la más alta categoría serán mayores, pero los resultados financieros también permitirán un retorno de la inversión más rápido.

También recordamos que la comarca Castell - Playa D'Aro forma parte de la gran aglomeración hotelera Sant Feliu de Guixols - S'Agaró - Playa D'Aro. Esta aglomeración hotelera se caracteriza precisamente por un turismo no masificado, de calidad, orientado a clientes de alto poder adquisitivo.

En esta aglomeración se ubican los hoteles Hostal de la Gavina 5*****GL, Alabriga Hotel Suites 5*****GL, Hotel Cala del Pi 5*****, etc.

Así, la calidad de la base hotelera y el nivel de clientela de la aglomeración hotelera permite la colocación de hoteles de primera categoría en un clúster existente.

Recomendamos explorar la posibilidad de mejorar la categoría del hotel al nivel 5*****.

En este escenario, los costos del proyecto serán los siguientes:

Costo del patrimonio	4.500.000 Euros
Costo de construcción 4****S	2.300.000 Euros
Costo de FF&E	1.500.000 Euros
TOTAL	8.300.000 Euros

* cálculo preliminar simplificado sin incluir impuestos, costos de transacción, etc.

6. Conjunto competitivo

Elegir el conjunto competitivo adecuado es un punto muy importante en el marketing estratégico de un hotel. Al mismo tiempo, no estamos hablando solo de monitorear la política de precios de los competidores más cercanos. Esto es importante para determinar el lugar y la posición del futuro hotel en el mercado hotelero, establecer y lograr objetivos para promocionar el hotel, controlar su cuota de mercado y analizar los resultados financieros.

Recomendación : Como escribimos anteriormente, debido a la tipología del hotel, recomendaríamos mover el hotel hacia el segmento LUXURY. Incluso si hay una decisión de dejar el hotel en la categoría 4****S, y no promoverlo a la categoría 5*****, se debe entender que la categorización del hotel ha sido recientemente un proceso bastante formal. criterio. Lo principal son los indicadores ADR y RevPAR del hotel, el logro de los resultados de rentabilidad TIR, que son indicadores de la operación exitosa del hotel en el mercado.

*A menudo, los hoteles de 4**** venden habitaciones y logran resultados financieros más impresionantes que otros hoteles de 5*****.*

Por tanto, el posicionamiento de un hotel en una determinada categoría debería ser objeto de un estudio aparte.

Así, recomendamos saturar el Conjunto Competitivo del hotel con activos del mismo segmento LUJO que pretende ocupar el nuevo hotel.

Hotel	Categoría	N hab	SPA	MICE
Hotel Cala del Pi Adults Only	5*****	52	Si	Si
Cosmopolita Hotel Boutique & SPA	4****	59	Si	Si
Park hotel San Jorge & SPA	4****S	121	Si	Si
Hotel Cap Rig by Brava Hotels	4****	139	Si	Si

Hotel	Nota en booking.com	ADR*	Adults only	Boutique hotel
Hotel Cala del Pi Adults Only	9,0	292 E	Si	Si
Cosmopolita Hotel Boutique & SPA	9,0	106 E	No	Si
Park hotel San Jorge & SPA	8,7	133 E	No	No
Hotel Cap Rig by Brava Hotels	8,0	183 E	No	No

**Estudiar el ADR del hotel de un competidor requiere un esfuerzo de investigación significativo. Como ADR, la tabla muestra el precio indicador para el número más barato disponible al 27/09/2022. Es ilustrativo, pero no obstante ayuda a clasificar los activos e ilustra la política de precios de los competidores.*

Incluso con un análisis superficial y simplificado, está claro que al promocionar un hotel en el mercado hotelero, será necesario centrarse en la exclusividad y la intimidad del hotel, su ubicación aislada.

Cabe destacar las calificaciones bastante altas de los hoteles de la competencia, en el rango de 9.0; 9,0; 8,7; 8.0. Esto indica la alta calidad del producto ofrecido y la existencia de un clúster de hoteles de alto nivel.

Reiteramos nuestra recomendación para posicionar el futuro hotel como hotel Solo Adultos.

También será muy importante dotar de un SPA, un restaurante gastronómico, proyectando la imagen de un hotel de estilo de vida.

Recomendación: *resumiendo el breve análisis, la propuesta única de marketing del futuro hotel, que será necesario enfatizar, es*

...UN PEQUEÑO, ACOGEDOR HOTEL , UBICADO EN UNA PRESTIGIOSA ZONA NO AGLOMERADA, CERCA DEL CENTRO DE LA CIUDAD CON BOUTIQUES, RESTAURANTES, BARES Y LA PLAYA. A LA VEZ SEGURA Y TRANQUILA, RODEADA DE LA NATURALEZA. Tendrá el prestigio de descansar en elegantes y espectaculares interiores, en el aura de un edificio histórico del siglo XIV, donde podrá disfrutar de platos exquisitos de un restaurante gastronómico de cocina de autor, pasar una agradable velada en el salón de un bar, relajarse en el Exclusivo SPA termal, seguro que disfrutará de unas vacaciones inolvidables.

7. Oportunidades de Financiamiento

Los propietarios de la finca presentaron un proyecto para la construcción de un hotel al banco Sabadell.

El departamento analítico del banco revisó el proyecto y reaccionó positivamente a la idea de construir un hotel, y expresó interés en financiar el proyecto.

8. Plan de negocios

A solicitud del inversionista, podemos preparar un plan de negocios detallado (Plan de Viabilidad Económica de hotel), el presupuesto anual del hotel (Presupuestos Anuales), etc.

No obstante, a modo de ejemplo, daremos un cálculo de rentabilidad realizado según un algoritmo simplificado utilizando coeficientes generalmente aceptados para esta tipología de hoteles.

Consideremos dos escenarios simplificados ejecutados en el sistema USALI (Sistema Uniforme de Cuentas para la Industria del Alojamiento).

A. Escenario de construcción y operación de un hotel 4****S

Mas Candell Hotel Boutique 41 keys + F&B											
Keys	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Days	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Rooms total	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020
GPI	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Occupancy	81%	82%	83%	84%	86%	88%	89%	90%	91%	92%	
ADR	130.00 €	135.00 €	140.00 €	142.80 €	145.96 €	148.57 €	151.54 €	154.57 €	157.66 €	160.80 €	
Revenue Rooms (RevPar year)	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	
Revenue F&B and other revenue	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	22%	
Restaurante gastronomico	250.000,00 €	303.000,00 €	350.000,00 €	353.500,00 €	357.035,00 €	360.605,35 €	364.211,40 €	367.853,52 €	371.532,05 €	375.247,37 €	
MICE	200.000,00 €	303.000,00 €	350.000,00 €	353.500,00 €	357.035,00 €	360.605,35 €	364.211,40 €	367.853,52 €	371.532,05 €	375.247,37 €	
SPA	100.000,00 €	150.000,00 €	180.000,00 €	183.800,00 €	187.618,00 €	185.454,18 €	187.308,72 €	189.181,81 €	191.073,63 €	192.984,36 €	
Revenue TOTAL	1.737.257,50 €	1.998.142,50 €	2.190.155,00 €	2.241.258,80 €	2.277.195,96 €	2.313.763,02 €	2.350.971,63 €	2.388.833,74 €	2.427.361,53 €	2.466.567,38 €	
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	
Operational KPIs											
Occupation	81%	82%	83%	84%	86%	88%	89%	90%	91%	92%	
ADR	130.00 €	135.00 €	140.00 €	142.80 €	145.96 €	148.57 €	151.54 €	154.57 €	157.66 €	160.80 €	
RevPar*	105.30 €	110.70 €	116.30 €	119.95 €	122.35 €	124.80 €	127.29 €	129.84 €	132.44 €	135.09 €	
Revenue TOTAL	1.737.257,50 €	1.998.142,50 €	2.190.155,00 €	2.241.258,80 €	2.277.195,96 €	2.313.763,02 €	2.350.971,63 €	2.388.833,74 €	2.427.361,53 €	2.466.567,38 €	
Ratio of operating costs	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	
Operating costs	1.077.099,05 €	1.238.846,35 €	1.357.895,00 €	1.385.580,46 €	1.411.861,51 €	1.436.533,07 €	1.457.600,41 €	1.481.076,52 €	1.504.964,15 €	1.529.273,78 €	
GOP*	555.922,40 €	699.405,60 €	703.849,60 €	717.202,62 €	728.702,71 €	740.404,16 €	752.310,92 €	764.426,80 €	776.755,69 €	789.331,56 €	
GOPar*	61,63 €	70,89 €	77,70 €	79,51 €	80,79 €	82,08 €	83,40 €	84,75 €	86,11 €	87,51 €	
% GOP/Income	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	

Como vemos, bajo un escenario bastante comedido con una renta anual de 1.737.000 Euros, en el primer año el GOP es de 555.922 Euros, lo que es un resultado muy positivo.

Al quinto año de funcionamiento, cuando ya se esté estabilizando la posición del hotel en el mercado, los ingresos anuales serán de 2.277.195 Euros con un GOP de 728.702 Euros.

Si partimos del coste total de adquisición y reforma del hotel en torno a los 7.300.000 euros, obtendremos un retorno de la inversión de aproximadamente un 10% anual.

B. Escenario para la construcción y operación de un hotel 5*****

Min Candell Hotel Boutique 41 keys - F&B												
Keys	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41	41
Days	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Rooms total	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020	9020
OP	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	año 11	año 12
Occupancy	82%	82%	83%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%
ADR	180,00 €	190,00 €	200,00 €	210,00 €	214,20 €	218,40 €	222,60 €	226,80 €	231,00 €	235,20 €	239,40 €	243,60 €
Revenue Rooms (RevPer year)	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
Revenue F&B and other revenue	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
Revenue F&B and other revenue	318.779,00 €	351.329,00 €	374.380,00 €	397.782,00 €	406.717,60 €	413.852,80 €	419.852,80 €	423.119,60 €	426.572,80 €	429.181,60 €	431.947,20 €	434.868,80 €
Restaurante gastronomico	250.000,00 €	300.000,00 €	350.000,00 €	353.500,00 €	357.025,00 €	360.500,00 €	364.025,00 €	367.500,00 €	371.025,00 €	374.500,00 €	378.025,00 €	381.500,00 €
M&A	200.000,00 €	300.000,00 €	350.000,00 €	353.500,00 €	357.025,00 €	360.500,00 €	364.025,00 €	367.500,00 €	371.025,00 €	374.500,00 €	378.025,00 €	381.500,00 €
SPA	100.000,00 €	150.000,00 €	180.000,00 €	181.800,00 €	183.630,00 €	185.454,00 €	187.278,00 €	189.102,00 €	190.926,00 €	192.750,00 €	194.574,00 €	196.398,00 €
Revenue TOTAL	2.199.895,00 €	2.506.645,00 €	2.753.800,00 €	2.877.710,00 €	2.926.372,60 €	2.975.320,80 €	3.024.572,80 €	3.074.024,80 €	3.123.576,80 €	3.173.128,80 €	3.222.680,80 €	3.272.232,80 €
	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10	año 11	año 12
Operational KPIs	82%	82%	83%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%
Occupancy	82%	82%	83%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%	84%
ADR	180,00 €	190,00 €	200,00 €	210,00 €	214,20 €	218,40 €	222,60 €	226,80 €	231,00 €	235,20 €	239,40 €	243,60 €
RevPerM*	145,80 €	155,80 €	165,80 €	175,80 €	179,80 €	183,80 €	187,80 €	191,80 €	195,80 €	199,80 €	203,80 €	207,80 €
Revenue TOTAL	2.199.895,00 €	2.506.645,00 €	2.753.800,00 €	2.877.710,00 €	2.926.372,60 €	2.975.320,80 €	3.024.572,80 €	3.074.024,80 €	3.123.576,80 €	3.173.128,80 €	3.222.680,80 €	3.272.232,80 €
Ratio of operating costs	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%	62%
Operating costs	1.380.214,90 €	1.554.119,00 €	1.708.020,00 €	1.784.358,24 €	1.814.358,24 €	1.844.358,24 €	1.874.358,24 €	1.904.358,24 €	1.934.358,24 €	1.964.358,24 €	1.994.358,24 €	2.024.358,24 €
GOP*	702.046,40 €	802.126,40 €	880.528,00 €	920.867,20 €	936.444,16 €	952.296,56 €	968.214,56 €	984.132,56 €	1.000.050,56 €	1.015.968,56 €	1.031.886,56 €	1.047.804,56 €
GOP/M*	17,83 €	20,95 €	23,82 €	26,19 €	26,82 €	27,45 €	28,08 €	28,71 €	29,34 €	29,97 €	30,60 €	31,23 €
% GOP/Income	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%	32%

Con un escenario bastante comedido en el primer año en la renta anual de 2.193.895 Euros, ya en el primer año el GOP es de 702.922 Euros, lo que también es un resultado muy positivo.

Al quinto año de funcionamiento, cuando ya se esté estabilizando la posición del hotel de cinco estrellas en el mercado, los ingresos anuales serán de 2.277.195 euros con un GOP de 936.400 euros.

En el escenario de construcción de un hotel de 5***** , asumiremos un coste total de adquisición y reforma del hotel de unos 8.000.000 de euros, con un retorno de la inversión de aproximadamente un 12% anual.

Este nivel de ingresos hoteleros es un resultado bastante positivo: la mayoría de los hoteles de este segmento dan un 5-6%%, lo que se considera un resultado bastante aceptable. El resultado del 10-12%% es muy positivo y habla del atractivo de la inversión.

9. Proceso de compra

Si luego de recibir este Memorándum de Inversión, los inversionistas interesados en adquirir un activo deciden continuar con el proceso de adquisición, deberán completar los siguientes pasos:

- Enviar una LOI no vinculante a los vendedores del activo. Este documento deberá reflejar:
 - El nombre y tipo de actividad del inversor, preferiblemente con indicación de los activos que posee, etc.

- Precio ofrecido por activo
- Condiciones generales de compra
- Forma de pago y breve descripción del origen de los fondos - La necesidad o falta de financiamiento bancario externo
- Es conveniente describir sus procesos internos de toma de decisiones y el curso de Due Diligence.

- Calendario de adquisición previsto

B. Si el activo está en línea con las expectativas del inversor, recomendamos proporcionar a los vendedores una LOI vinculante impulsada por los resultados de la diligencia debida.

C. También en esta etapa, es conveniente hacer una reserva o depósito de "arras".

D. Preparación directa de la operación de compraventa y su protocolización.

10. Cronología

En el proceso de adquisición de un activo, reforma y posterior puesta en marcha del hotel, se sugiere centrarse en el siguiente Timeline:

TIMELINE						
Year	2022		2023			
Trimester	3	4	1	2	3	4
Due Diligence						
Purchase of hotel						
Architectural and design preparation						
Application for licenses and permits						
Construction works						
Opening of extended hotel						
Hotel launch						
Commercial work						
Digital launch						
Top management						
Staff						
Hotel open						

12. El estado actual del activo.

A la fecha, el proceso de construcción del hotel se encuentra en la siguiente fase:

- El concepto y proyecto para la construcción del hotel se ha elaborado en su totalidad (no obstante, existe la posibilidad de realizar los cambios que el nuevo inversor considere necesarios).
- Se ha iniciado la reforma del edificio histórico del hotel, se han derribado tabiques innecesarios y se está en proceso de construcción de nuevas instalaciones.



Más información en : 722316377 Sergi. Correo : lacostahaus@gmail.com

