

Revista mensual | 7 de octubre de 2020 | Nº47

# Inmobiliaria

elEconomista.es

TERCIARIO  
**EL SECTOR LOGÍSTICO TIENE  
EL VIENTO DE COLA PARA  
LOS PRÓXIMOS 20 AÑOS**

## **LA CONSTRUCCIÓN DE VIVIENDA NUEVA CAERÁ UN 40% EN 2021**

Se prevé que se inicien 70.000 unidades a lo largo del próximo ejercicio



# El Covid obliga a reformar la planta hotelera vacacional en España

Hay una oportunidad de inversión en la compra de hoteles muy bien ubicados en primera línea de playa para su rehabilitación. El cliente busca espacios abiertos, tecnología, sostenibilidad y una experiencia mucho más personal y exclusiva. Se dará paso a hoteles más especializados por ejemplo, en deportes

Luzmelia Torres.



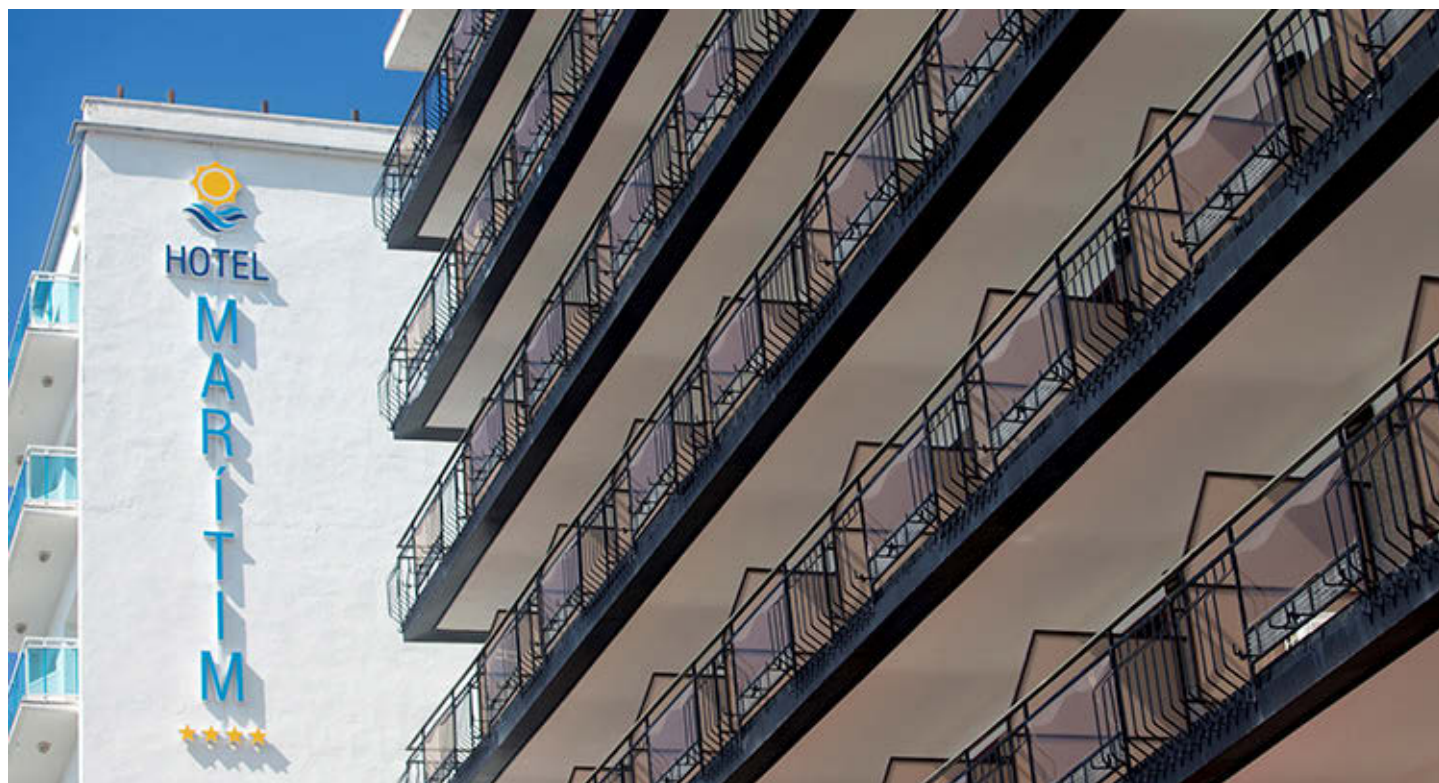
España sigue siendo un país muy solicitado por los turistas. Fernando Ruso

El sector hotelero vacacional ha sido uno de los sectores más castigados por el Covid. Este verano han sido muchos los hoteles que no han podido abrir, sobre todo los ubicados en las islas Baleares y Canarias donde mayormente el turista procede de Alemania y Reino Unido y ante las restricciones que se impusieron muchos turistas extranjeros cancelaron sus viajes a España.

"El sector vacacional en España ha tenido un verano complicado. Varios países europeos pusieron España como un país de riesgo y la puntilla la dio el Reino Unido al obligar a los turistas que vinieran de España a guardar la cuarentena lo cual supuso una cancelación masiva e inmediata haciendo que la gente se volviera a su casa o eligiera otros destinos" explica Cristina García-Peri, socia y directora de Desarrollo Corporativo y Estrategia del Grupo Azora.

En esta misma línea Víctor Martí Gilabert, consejero de Atom y presidente de GMA Corporate, apunta que el impacto ha sido global pero a la vez asimétrico en función de los destinos. "Los turistas han evitado coger un avión y desplazarse en coche por lo que en destinos como Cádiz o Galicia la temporada se ha salvado, pero en determinados destinos como Baleares que se nutre del turista alemán e inglés, no se ha salvado y los hoteles no han podido abrir. Sin embargo, hay que destacar la fortaleza del sector y lo competitivo que es y como ejemplo objetivo en julio cuando se acabó el Estado de Alarma, España fue número uno en reservas de todo el mundo"

Las restricciones han hecho mucho daño al sector hotelero, pero a pesar de ello, España sigue siendo un país muy solicitado por los turistas. "La gente quiere viajar y más por vacaciones. Está claro que se puede trabajar, pero no se puede hacer 'televacaciones' por eso creo que la experiencia y necesidad de viajar es insustituible; y por tanto es un momento muy interesante para el diseño y la arquitectura hotelera que serán claves a la hora de generar conceptos y lugares turísticos que sean experiencias deseables para los clientes" asegura Gema Alfaro, partner y directora de Alfaro-Manrique Atelier



El sector vacacional de Baleares y Canarias ha sido el que más ha sufrido la crisis del Covid este verano con los hoteles cerrados. EFE

Los expertos aseguran que independientemente del impacto a corto plazo que tenga esta crisis sanitaria en el mercado hotelero, España tiene una gran oportunidad en este sector y prueba de ello es que en plena pandemia la gestora española Azora ha captado cerca de 700 millones a través de su fondo hotelero Azora European Hotel & Lodging. “Fuimos pioneros en inversión institucional en hotel vacacional en 2014 con Hispania e invertimos 1.500 millones en activos y ahora queremos replicar e incluso llegar a 2.000 millones en activos por toda Europa. Vemos una oportunidad para invertir en hoteles muy bien ubicados en zonas en las que ya no queda prácticamente suelo en primera línea de playa, en todo el Mediterráneo europeo, con una estrategia de valor añadido que consistirá en comprar, rehabilitar y gestionar activamente. También hay oportunidades en crear hoteles especializados por ejemplo hacia el turismo deportivo por lo que no sólo vamos a ir al *resort* tradicional de hotel de sol y playa, sino que exploraremos otras tipologías de activos más especializados y también vamos a trabajar el turismo de ciudad”, asegura Cristina García-Peri.

Por el contrario, la *socimi* hotelera de Bankinter y GMA Capital, Atom, no ha realizado nuevas compras y ha dedicado la inversión a acelerar las reformas previstas en 2020 y 2021 durante estos meses de pandemia en los proyectos que tenían ya previsto reformar. “Nosotros lo que hemos hecho es que en vez de paralizar las inversiones hemos acelerado las inversiones de 2020 y 2021 para hacer las reformas en los hoteles previstos y ponerlos a punto

para poder competir en las mejores condiciones de un mercado que cuando pase esta crisis va a ser un mercado más exigente y con nuevas demandas y tendencias a evolucionar” declara Víctor Martí.

Durante este periodo, Atom ha continuado los trabajos de reforma y mejora de los hoteles Sol Jandía, Fergus Club Europa, Meliá Valencia y Trademark Avenue Louise, así como de la licitación de los proyectos de reforma para los hoteles de Labranda Suites Costa Adeje y Labranda Costa Mogán.

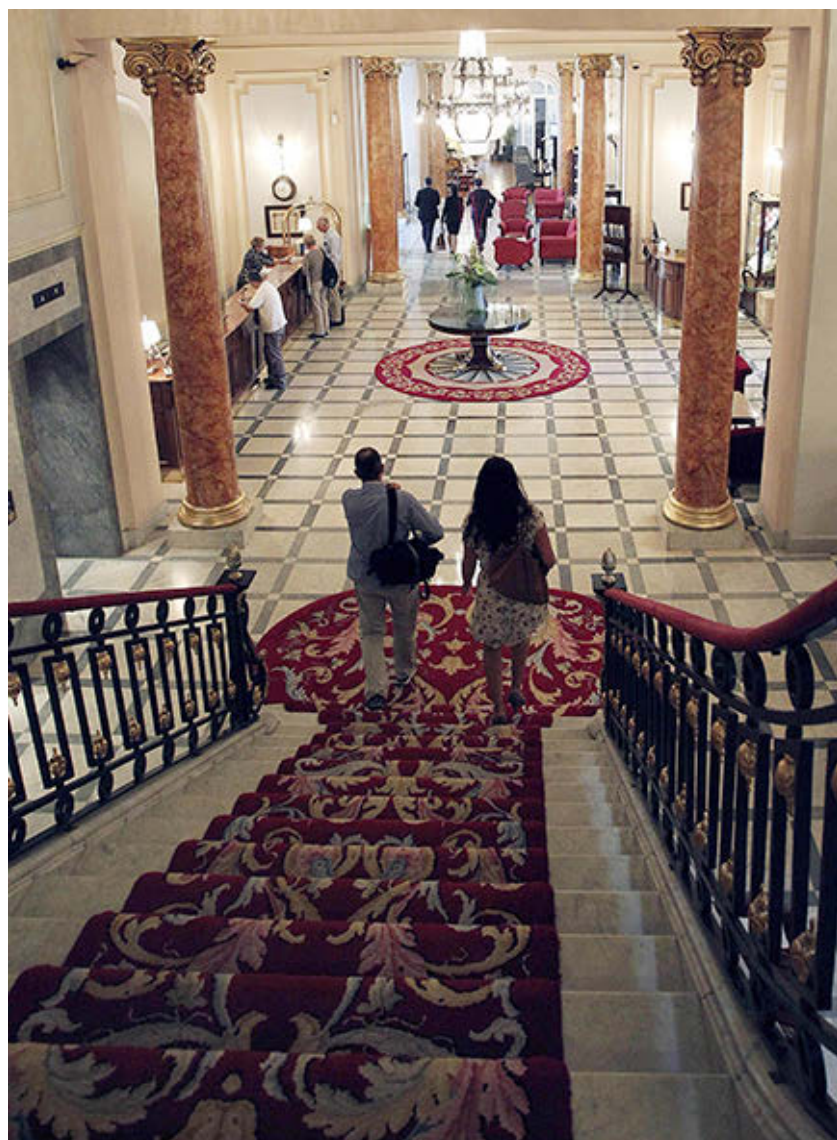
# 2.000

**El fondo hotelero Azora European Hotel & Lodging invertirá 2.000 millones en activos por Europa**

“El *resort* Labranda Suites Costa Adeje, en Tenerife tiene 440 habitaciones y estamos llevando a cabo una reforma de este hotel basándonos en las nuevas tendencias de mayor dotación de espacios abiertos para evitar las concentraciones con más servicios, y para ello hemos encargando el diseño el estudio Alfaro Manrique Atelier”, explica Víctor Martí.

“En Costa Adeje apostamos por potenciar los usos en el exterior, los espacios abiertos, los umbrales y los porches, el desdibujar límites entre el exterior y





El sector hotelero tiene dos retos en el diseño: tecnología y sostenibilidad. EFE

el interior. Tenemos el privilegio de tener un clima estupendo en Canarias. Vamos a vincular el diseño a lo natural, al paisaje canario, a su gama cromática, a la fuerza y escala del entorno natural. Recursos que se observan al percibir el tamaño de ciertos elementos, la extensa superficie de techos que reinterpretan interiores vernáculos imbuidos en lo natural, textiles con recursos formales vinculados a la historia local, cerámicas artesanales que den un cariz de autenticidad, etc., todo ello sin caer en un folclorismo banal", apunta Gema Alfaro.

En muchos casos todas estas reformas implican ampliar espacios y es ahí donde los promotores chocan con la Administración. "Somos un sector muy regulado. Por ejemplo, en Baleares tuvieron hace tiempo una idea muy buena añadiendo la disposición cuarta a la Ley para poder ampliar la superficie útil de más espacios comunes y abiertos con el fin de dotar a los hoteles de más servicios, seguri-

dad y confort para el cliente. Esto es muy importante y estamos trabajando para concienciar a las Administraciones de esto y que haya una desregularización de determinadas restricciones que nos beneficiaría a todos", apunta Víctor Martí.

Dos de los ámbitos en los que el Covid ha contribuido a acelerar su puesta en valor son la tecnología y la sostenibilidad. Para Gema Alfaro son ámbitos que ofrecen dos retos a los diseñadores. "Por una parte está el encaje entre ambos de una manera coherente y sintética, y por otra, la capacidad de representar esa realidad mediante el diseño. Es determinante que el cliente tenga una experiencia lo más digital y sofisticada posible, contribuyendo a su percepción higiénica de los espacios, pero evitando que perciba que el espacio es excesivamente tecnológico o complejo sino todo lo contrario; natural y relajado, de ahí el reto y la oportunidad del momento".

A raíz del Covid surgirán nuevas tendencias que algunas se instalarán de forma puntual y otras se quedarán. "Todas las tendencias relacionadas con la salud y el bienestar se van a acelerar tras el Covid dando prioridad en los hoteles al espacio libre. Veremos hoteles especializados en deportes concretos: senderismo, windsurf, etc. que van a cobrar un mayor

### Atom reforma su hotel Costa Adeje, en Canarias, potenciando los usos en el exterior

atractivo y por tanto una oportunidad interesante de inversión", señala Cristina García-Peri.

En lo referente al vacacional, Gema Alfaro añade que "es muy interesante enriquecer el hotel vacacional con una narrativa desde el diseño vinculada a los aspectos sensoriales y de sostenibilidad, así como experienciales y de relación con el entorno natural. Creemos que ese camino, que era incipiente pero que se ha acelerado por la situación actual vinculada al Covid, puede poner definitivamente a la planta hotelera vacacional en el primer puesto a nivel mundial diferenciándolo de otros enclaves. Prima una planta de gran calidad de servicios, con un diseño sofisticado a la vez que natural y casi vernáculo, sintético y de fuerte carácter narrativo como apuesta clara y diferenciadora".

Los expertos aseguran que la nueva línea hotelera que veremos tras el Covid irá enfocada a una experiencia mucho más personal y exclusiva del turista, con una atención directa en los buffets transformados en *showcooking*s, diseño de espacios huyendo del uso masivo, más espacios exteriores para todo tipo de actividades y la mayor amplitud de usos en las habitaciones.