

El mercado hotelero, listo para la llegada de nuevas socimis

CaixaBank reducirá su peso en activos inmobiliarios y Meridia Capital no descarta lanzar uno de estos vehículos

M. M. E. / L. S. Madrid

El pasado año, la inversión hotelera en España superó los 2.000 millones de euros. De esta cantidad, el 60% estuvo protagonizada por socimis, vehículos de inversión inmobiliaria que están cobrando un fuerte protagonismo en España. Desde una de ellas, Merlin Properties, su presidente y consejero delegado, Ismael Clemente, considera que este es el único país "donde se pueden crear socimis especializadas en hoteles y que no ten-

drá problemas de tamaño ni de liquidez". Hasta el momento, solo existe uno de estos vehículos dedicado exclusivamente al mercado hotelero, BAY.

La socimi, fruto de la alianza entre Barceló e Hispania se puso en marcha en 2015 pero desde el sector se apunta a nuevos actores. El presidente de Meridia Capital, Javier Faus, cree que en "España hay espacio para tres o cuatro socimis, no solo vacacionales, sino también urbanos". De hecho, Faus anunció

ayer que no descartan "lanzar una hotelera" durante el debate sobre nuevos actores y modelos financieros para el turismo del Foro **Exceltur**. Un movimiento que ya apuntó la semana pasada la consultora Irea, que adelantó que se estaba trabajando en que varios de estos vehículos vieran la luz durante este año.

Las entidades financieras también tendrán, previsiblemente un papel relevante en el mercado hotelero este año, por el peso que tanto los activos como la deuda asociada



Fernando Gumuzio (Hispania), Juan Antonio Alcaraz (CaixaBank), Ismael Clemente (Merlin) y Javier Faus (Meridia), ayer, en Madrid. P. M.

a ellos, tienen en sus balances. Juan Antonio Alcaraz, director general de CaixaBank, adelantó que "intentaremos desinvertir lo antes posible porque nuestra vocación es dedicarnos a financiar y pres-

tar dinero pero no tener activos. Entre los posibles compradores, Fernando Gumuzio, socio fundador de Azora y consejero de Hispania, afirmó que su prioridad son los activos de categorías

superiores localizados en zonas turísticas de relevancia para los viajeros. "Nos gusta poder reposicionar los activos pero también estamos abiertos a proyectos de nuevo desarrollo".