



Horwath HTL

Hotel, Tourism and Leisure

MARKET REPORT

*Mexico: Market Update
(Year End 2020)*

*México: Actualización
de mercado (Final del
año 2020)*

MAY / MAYO 2021

El Mercado Hotelero En México

La ubicación estratégica de México ha posicionado al país como un destino turístico de clase mundial, con potencial aún en desarrollo. Su atractivo se ve reforzado por una extensa costa, ciudades con una rica historia y cultura, zonas arqueológicas y gastronomía de primer nivel. Estados Unidos, vecino fronterizo de México, todavía se considera la principal fuente de turismo en el mundo y, por lo tanto, ha contribuido al fortalecimiento del sector turístico en México, incluso durante la pandemia del COVID-19.

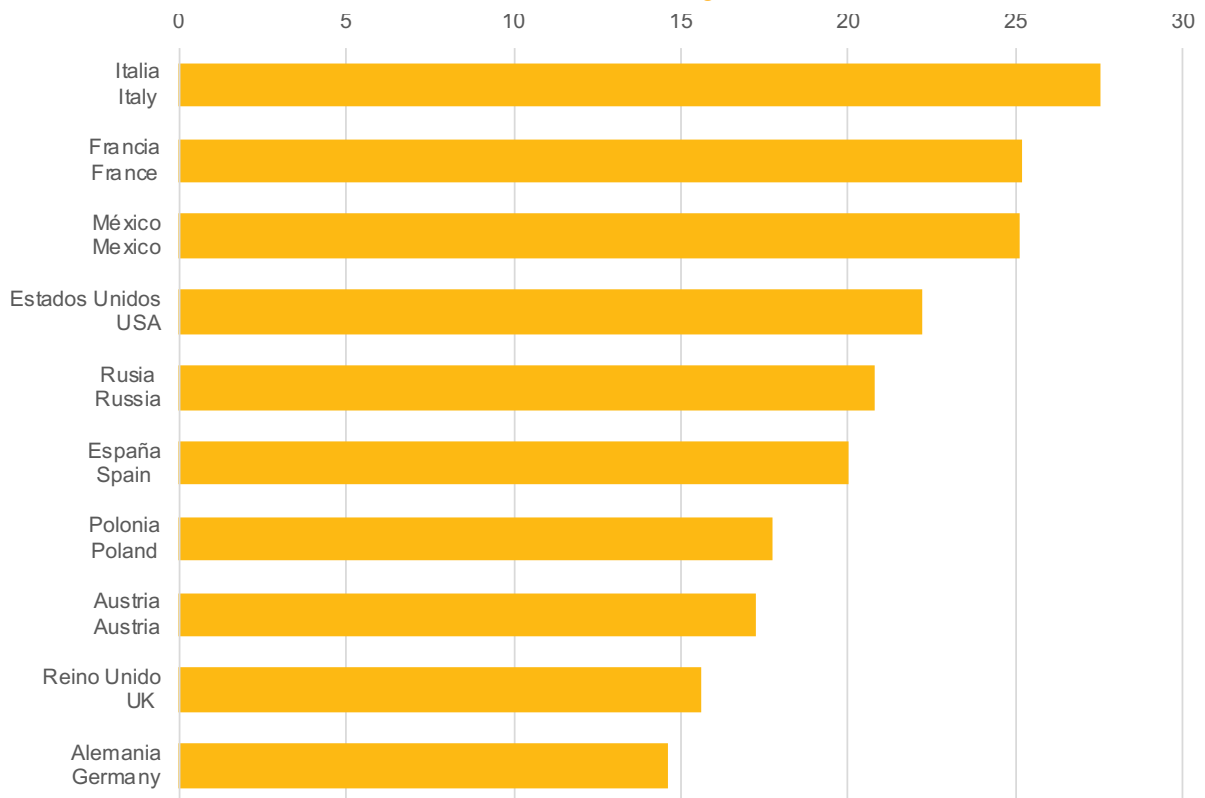
Las autoridades mexicanas cesaron la movilidad de abril a junio de 2020 como estrategia de control sanitario. Los centros de trabajo y de actividad comercial se vieron obligados a cerrar temporalmente. Dado que el turismo fue considerado una actividad esencial, los hoteles no pudieron operar en toda su capacidad. Como resultado, la ocupación hotelera presentó una caída histórica, con una tasa de ocupación del 10% durante estos 3 meses en ciertos destinos urbanos. Los directivos y bancos tuvieron que crear estrategias para controlar el impacto que generó el segundo trimestre del 2020.

Mexico Hotel Market

Mexico's strategic location has positioned the country as a world-class tourist destination, with potential still in the making. Its desirability is enhanced by an extensive coastline, cities with rich history and culture, archaeological zones, and exquisite cuisine. Mexico's neighboring country, the United States, is still considered the primary source of tourism in the world. As such, the USA has contributed to the strengthening of Mexico's tourism sector, even during the COVID-19 pandemic.

Mexican authorities ceased mobility from April to June 2020 as a sanitary-control strategy. Consequently, workplaces were forced to close temporarily. Since tourism was not considered an essential activity in Mexico, several hotels were not able to operate. As a result, hotel occupancy presented a historic downfall, with a 10% occupancy rate during these 3 months in selected urban destinations. Shareholders and banks had to create strategies to control the impact the second quarter of 2020 generated.

10 Países más visitados durante 2020
10 Most visited countries during 2020



Source: SECTUR



Participación Del Turismo En El Pib

Como consecuencia de la pandemia Covid-19, el PIB turístico presentó una caída anual de -27.8% durante 2020. El PIB nacional cayó un 8.5% en el mismo año. La caída del PIB turístico fue de 3.3 veces la cifra total de la caída registrada por el PIB nacional. Según CICOTUR (Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac), de los 8.5 puntos porcentuales que cayó el PIB nacional, 2.4 podrían explicarse por la disminución de la participación del turismo en el PIB.

Los efectos del sector turístico se traducen en una pérdida del empleo entre 15% y 20% menos que antes de la pandemia. Esta caída equivale a un estimado de 840 mil desempleados dentro de la industria durante 2020.

Otras razones que agravan la situación son las restricciones de viaje implementadas por países que conforman los principales mercados emisores de México, como Estados Unidos y Canadá. Si bien algunos destinos internacionales se han mantenido estrictamente cerrados al resto del mundo, México tomó una posición abierta en el turismo. Como resultado de esta política de "cielos abiertos", México se convirtió en el tercer país más visitado a nivel mundial, según datos preliminares del Barómetro Mundial del Turismo de la Organización de Turismo (OMT) para diciembre de 2020. La política dejó un saldo de casi 24 millones de turistas en 2020, lo que significó una disminución del 46.2 por ciento con respecto a 2019.

Tourism's Participation in GDP

As a result of the Covid-19 pandemic, the Tourism GDP presented an annual fall of -27.8% during 2020. On the other hand, the national GDP fell by 8.5% in the same year. The fall in the Gross Domestic Product of the tourism sector share multiplied 3.3 times the total figure of the fall registered by the national GDP.

According to CICOTUR (Centro de Investigación y Competitividad Turística Anahuac), of the 8.5 percentage points that the national GDP fell, 2.4 could be explained by the decline in tourism's share of the GDP. The tourism sector's effects translate into a job loss between 15% and 20% less than before the pandemic began. This fall is equivalent to an estimated 840 thousand unemployed people within this industry during 2020.

Other reasons that aggravate the situation are the travel restrictions implemented by countries that make up the main source markets for Mexico, such as the United States and Canada. While some international destinations have remained strictly closed to the rest of the world, Mexico took an open position in tourism since the beginning. As a result of this "Open Skies" policy, Mexico became the third most visited country globally, according to preliminary data from the World Tourism Barometer of the Tourism Organization (UNWTO) for December 2020. The policy left a balance of almost 24 million international tourists in 2020, which meant a decrease of 46.2 percent from 2019.

Autoridades del sector, empresarios y organizaciones no gubernamentales se unieron para llevar a cabo un plan de trabajo conjunto que tuvo como objetivo reactivar el turismo. Algunas empresas implementaron planes con tarifas especiales para turistas nacionales que lograron estadías más largas y les dieron a las empresas cierta liquidez. La tecnología, el trabajo a distancia y el estudio a distancia permitieron estadías más largas, situación que favoreció los destinos de playa. El conocimiento y la experiencia obtenidas en crisis anteriores permitieron que la industria siguiera operando, reduciendo costos y optimizando recursos, con la finalidad de que el impacto negativo no fuera decisivo en muchas empresas del sector hotelero.

A fines de 2020, llegaron alrededor de 10,311,477 turistas en viajes por vía aérea y 13,468,642 turistas fronterizos. Es decir, México recibió un total de 24,315,759 turistas internacionales durante 2020.

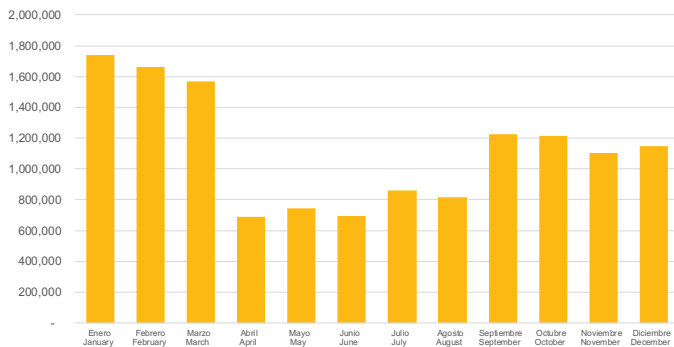
“Como resultado de la pandemia Covid-19, el PIB turístico presentó una caída anual de -27.8% durante 2020”.

Authorities of the sector, business owners, and non-governmental organizations came together to carry out a joint work plan that aimed to reactivate tourism. Some companies implemented plans with special rates for national tourists achieved longer stays that gave companies some liquidity. Technology, remote work, and remote studying allowed longer stays, this situation favored beach destinations. Knowledge and experience obtained from previous crises permitted the industry to continue to operate, reduce costs, and optimize resources, ensuring that the negative impact was not decisive in many companies in the hospitality sector.

By the end of 2020, about 10,311,477 tourists arrived by airline travel, and 13,468,642 tourists traveled across the border. In other words, Mexico received a total amount of 24,315,759 international tourists during 2020.

“As a result of the Covid-19 pandemic, the Tourism GDP presented an annual fall of -27.8% during 2020.”

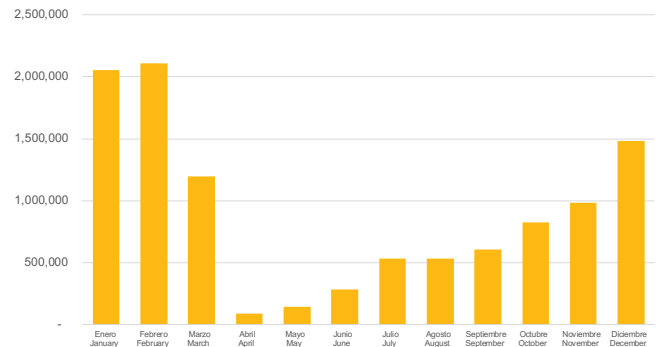
Número de turistas fronterizos 2020: Peatones y automóviles
International Tourists 2020: Pedestrians & Cars



Source: INEGI

La llegada de turistas y la recepción de divisas presentaron una caída menor a la esperada por el Ministerio de Turismo. El gasto promedio por turista internacional durante 2020 fue de \$406.7 dólares diarios.

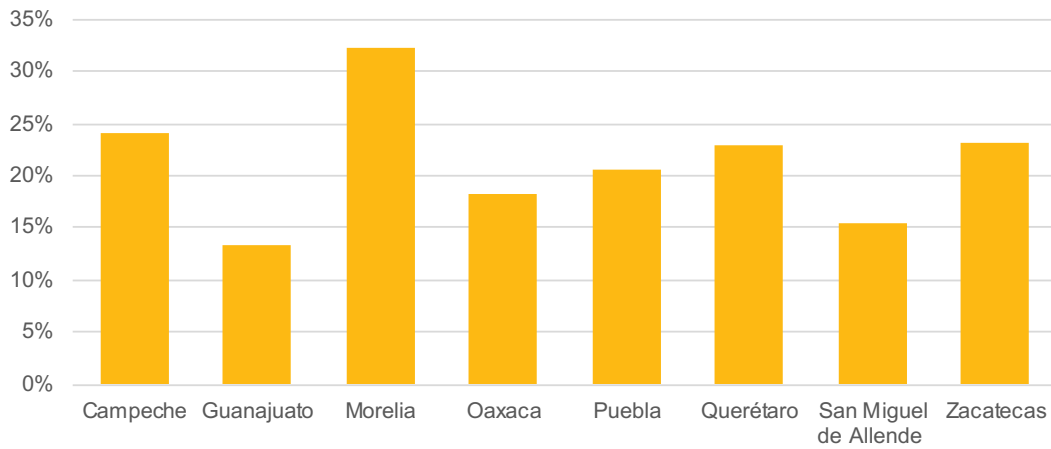
Turistas de internación 2020: Vía aérea y terrestre
International Tourists 2020: Air & Land Arrivals



Source: INEGI

The arrival of tourists and the receipt of foreign currency showed a lower drop than expected by the Ministry of Tourism. The average spending per international tourist during 2020 was at \$406.7 US Dollars per day.

Ocupaciones: De Ciudades Patrimoniales 2020
Occupancy Rate: Colonial Cities 2020

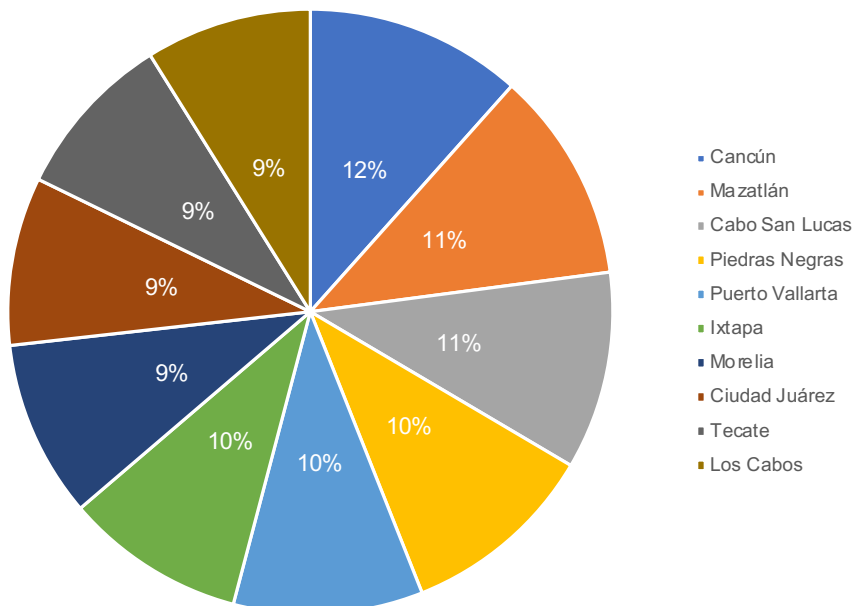


Source: DATATUR

El 53% del total de hoteles en México se concentra en 10 estados del país: Jalisco, Veracruz, Oaxaca, Quintana Roo, Puebla, Chiapas, Guanajuato, Estado de México, Nayarit y Guerrero. La Ciudad de México, con 51,596 habitaciones de hotel, tuvo una tasa de ocupación promedio de 23.8% durante 2020.

53% of the total amount of hotels in Mexico are concentrated in 10 states of the country: Jalisco, Veracruz, Oaxaca, Quintana Roo, Puebla, Chiapas, Guanajuato, State of Mexico, Nayarit and Guerrero. Mexico City, with 51,596 hotel rooms, had an average 23.8% occupancy rate during 2020.

Niveles de ocupación: destinos más visitados
Occupancy Levels: Most Visited Destinations



Source: DATATUR

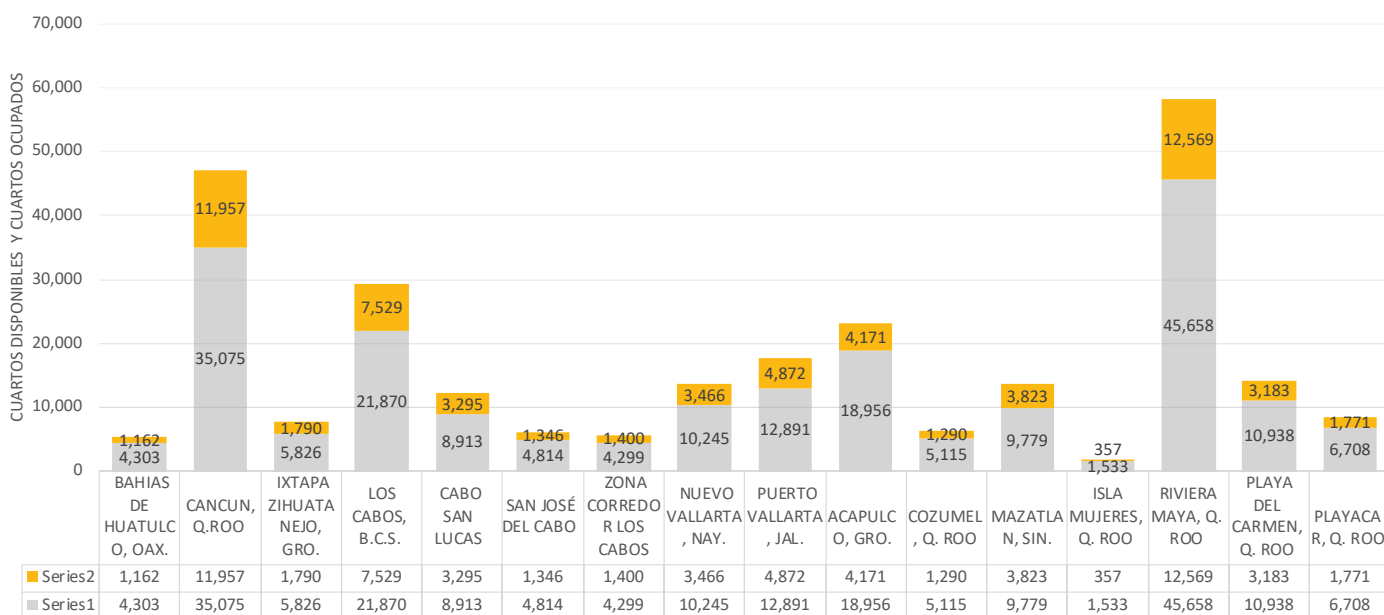
En el segmento de hoteles de playa de cinco estrellas, las tasas de ocupación no han caído tan críticamente como en los destinos urbanos. Durante 2020 destinos como Los Cabos, Riviera Maya y Riviera Nayarit han logrado operar con ocupaciones cercanas al 40%.

In the segment of five-star beach hotels, occupancy rates have not fallen as critically as city destinations. During 2020, destinations such as Los Cabos, Riviera Maya, and Riviera Nayarit have managed to operate with occupancies close to 40%.

El turismo nacional apostó por destinos de playa con trayectos cortos por carretera. Los rigurosos protocolos de sanitización dieron a los turistas una sensación de seguridad. Turistas de Canadá y Estados Unidos brindaron cierto alivio al ADR y REV PAR en estos destinos. Según datos de STR, a finales de noviembre, el REV PAR en México cayó -48.5% y el ADR fue de \$ 120 dólares, una disminución de -4.4% en comparación con el año pasado.

National tourism opted for beach destinations a few hours away by car. Rigorous sanitation protocols gave aspiring tourists a sense of safety. Tourists from Canada and the United States provided some relief to ADR and REV PAR in these destinations. According to STR data, at the end of November, REV PAR in Mexico dropped -48.5% and the ADR was \$120, a decrease of -4.4% compared to last year.

Destinos de playa 2020
Beach Destinations 2020



Source: DATATUR



Aerolíneas Y Conectividad

La conectividad aérea se vio afectada por la disminución de la demanda, la reducción de la actividad económica en los principales emisores, y el cierre de fronteras a nivel internacional.

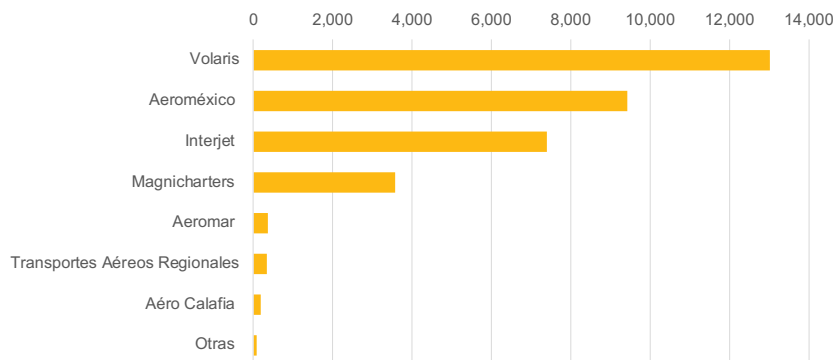
Antes de la pandemia, las aerolíneas operaban una cantidad agregada de 347 rutas. A finales de 2020, la cifra era de 291 rutas, según datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC). Las aerolíneas nacionales perdieron 56 rutas debido a la pandemia Covid-19, en los mercados locales e internacionales, lo que significó una caída del 16 por ciento. Las aeronaves en operación disminuyeron un 30 por ciento y el número esperado de pasajeros disminuyó un 41 por ciento. La salida de Interjet, aerolínea con cerca 20% del mercado nacional, ha tenido un impacto relevante en la conectividad.

Airline Companies and Connectivity

Air connectivity was affected by a decrease in demand, the reduction of economic activity in the country’s leading destinations, and the closure of borders at an international level.

Before the pandemic, airlines operated an aggregated amount of 347 routes. By the end of 2020, the figure was 291, according to data from the Federal Civil Aviation Agency (AFAC). National airlines lost 56 routes due to the Covid-19 pandemic, in local and international markets, which meant a 16 percent drop. Aircraft in operation decreased 30 percent, and the average number of passengers diminished by 41 percent. The exit of Interjet, an airline with 20% of the national market share, has had a relevant impact on connectivity.

Pasajeros vuelos nacionales (en millones)
Passengers on National Airflights (in Millions)



Source: DATATUR



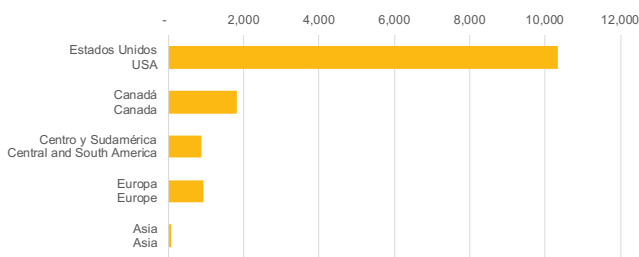
Arribo De Cruceros A Los Puertos Mexicanos

En 2020, 865 cruceros arribaron a puertos mexicanos; esto implicó una caída del 70.7% frente a los 2,951 cruceros que llegaron el año anterior. Durante 2020 se registraron un total de 2,293,126 pasajeros; esto es 74.3% menos que los 8,926,617 cruceristas registrados durante 2019, según la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

Mexico: Cruise Ship Industry

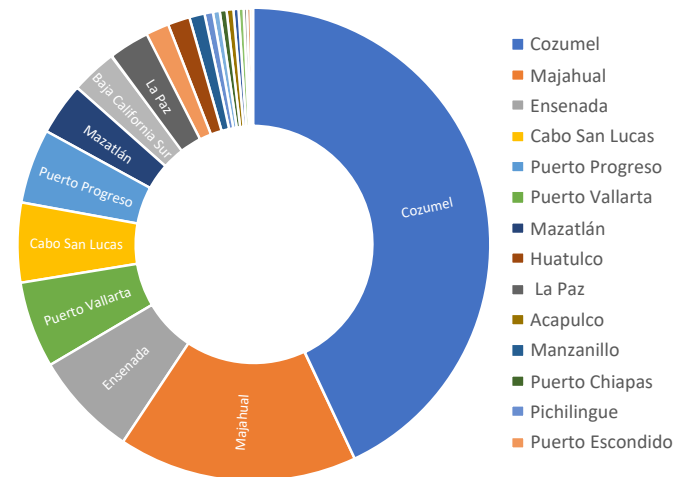
In 2020, 865 Cruise Ships Arrived at Mexican ports; this implied a drop of 70.7% compared to the 2,951 cruise ships that came the previous year. A total of 2,293,126 passengers were registered during 2020; this is 74.3% less than the 8,926,617 cruise passengers recorded during 2019, according to the Ministry of Communications and Transportation (SCT).

Pasajeros vuelos aerolíneas extranjeras (en millones)
Passengers on Foreign Airlines (in Millions)



Source: DATATUR

Cuenta de viajeros internacionales a enero 2021
Cruise Ships Arrivals to Mexican Ports (2020)



Source: INEGI

Transacciones Hoteleras Recientes En México

La industria hotelera posee activos que forman parte de la industria inmobiliaria, por lo que están directamente correlacionados con factores como el mercado inmobiliario de la zona, el valor de mercado del suelo y las transacciones comparables recientes en la zona.

Observar las operaciones que se realizan en el sector, los periodos de permanencia en el mercado y el interés de nuevos inversionistas que buscan descuentos ante mayor riesgo serán factores a considerar en una valuación. Las valoraciones en la industria hotelera se fundamentan en la aplicación de metodologías basadas en flujos de caja descontados, considerando estados financieros auditados y contemplando escenarios futuros. A medida que la narrativa de las noticias evoluciona todos los días, un pronóstico preciso de los flujos de efectivo futuros a corto plazo es un asunto delicado.

Las predicciones financieras son el mayor desafío para los valuadores y analistas en un escenario incierto. Más que nunca, las valoraciones deberán ser transparentes, tener criterios bien fundamentados y fuentes de información fidedignas para que sigan siendo herramientas valiosas que generen confianza a los inversionistas, incluso en los períodos más complicados, volátiles y cambiantes.

Los cambios en los comportamientos sociales y del mercado redefinirán la industria en los próximos años. El análisis ambiental, social y de gobierno corporativo (ESG) puede ofrecer información valiosa sobre los factores que impactan significativamente los valores financieros, las decisiones de inversión y las altas probabilidades de éxito para mejorar los retornos.

Los criterios ESG que promueven la sostenibilidad, la responsabilidad social y buen gobierno en las empresas han cambiado los objetivos, que van más allá de generar rentabilidad. Esta situación constituye un desafío en el análisis y valoración de la industria hotelera en un entorno global. La importancia de aplicar estándares internacionales, reforzando la aplicación de enfoques comúnmente aceptados, ya no son suficiente para conocer el valor de mercado.

Recent Hotel Transactions In Mexico

The hotel industry owns assets that form part of the real estate industry, and therefore are directly correlated to factors such as the real estate market in the area, the market value of the land, and the recent comparable transactions in the area.

Observing the operations carried out in the sector, the periods of permanence in the market, and the interest of new investors who seek discounts in the face of greater risk will be the factors to consider in an appraisal. Valuations in the hotel industry have always been based on the application of methodologies based on discounted cash flows, considering audited financial statements, and contemplating future scenarios. As the news narrative evolves every day, an accurate forecast of future cash flows in the short term is a delicate matter.

Financial predictions are the biggest challenge for appraisers and analysts in an uncertain scenario. More than ever, appraisals should have transparent procedures, well-founded criteria, and sources of information so that they continue to be valuable tools that generate trust for investors even in the most complicated, volatile, and changing periods.

Changes in market and social behaviors will redefine the industry for years to come. Environmental, Social, and Corporate Governance (ESG) analysis can offer valuable insights on factors that significantly impact financial values, investment decisions, and high probabilities of success to improve returns.

New legislation that promotes sustainability and corporate social responsibility has changed the objectives, which go beyond generating returns. This situation constitutes a challenge in the analysis and valuation of the hospitality industry in a global environment. The importance of applying international standards, reinforcing the application of commonly accepted approaches is no longer sufficient to know the market value.



Conclusiones

La rapidez y la estrategia para aplicar la vacuna definirá el comportamiento de los turistas en la “nueva normalidad” y también definirá qué tan rápida será la recuperación.

No hay duda de que los viajes de placer y los destinos de playa serán los primeros en recuperarse después de la pandemia. Después de enfrentar restricciones de movilidad durante más de un año, los consumidores están ansiosos por viajar y pasar tiempo con familiares y amigos. Sin embargo, un tema delicado es la incertidumbre sobre los protocolos sanitarios implementados por los hoteles y la calidad de los servicios médicos brindados en dichos destinos. Los hoteleros deben comunicar constantemente los pasos que se han tomado para que las personas se sientan seguras y cómodas.

El turismo de negocios y reuniones presenta un desafío aún más grande. En este segmento, será importante implementar estrategias que brinden servicios atractivos para empresas y empresarios así como espacios seguros para trabajar desde el hotel.

- *Mayor distancia entre los asistentes a la sala de reuniones.*
- *Implementar rigurosamente protocolos de sanitización.*
- *Utilizar áreas al aire libre para lograr espacios ventilados y una interacción segura.*
- *Promocionar paquetes que incentiven el turismo para reuniones y convenciones.*
- *Hacer promoción comercial directamente con empresas, clientes y aliados para la organización de eventos.*

Conclusion

The speed and strategy to apply the vaccine will define the behavior of tourists in the “new normal” and will also define how fast the recovery will be.

There is no doubt that leisure travel and destinations will be the first to recover after the pandemic. After being on lockdown for more than a year, consumers are eager to travel and spend time with family and friends. However, a delicate issue is uncertainty about the sanitary protocols implemented by the hotels and the quality of medical services provided in such destinations. Hoteliers must constantly communicate the steps that have been taken to make people feel safe and comfortable.

Business hospitality presents an even tougher challenge. In this segment, it will be important to implement strategies that provide attractive services for companies, businessmen, and businesswomen, such as offering safe spaces to work from the hotel.

- More distance between meeting room attendees.
- Rigorously implement sanitation protocols.
- Use outdoor areas to achieve ventilated spaces and safe interaction.
- Promote packages that encourage tourism for meetings and conventions.
- Do more commercial promotion directly with companies, clients, and allies for the organization of events.

Los pasos a seguir serán estratégicos para lograr la interacción dentro de las instalaciones de manera segura.

The steps to be followed will be strategic to achieve interaction within the facilities in a safe manner.

La industria del turismo debe seguir algunas acciones recomendadas:

The tourism industry must follow some recommended actions:

- Flexibilidad en las políticas de reserva.
- Compromiso con los huéspedes a través de programas de lealtad.
- Protocolos de sanitización y programas de bienestar.
- Estrategias de comunicación que transmitan seguridad en los viajes.
- Uso de tecnología en puntos de contacto.
- Pasaporte sanitario.

- Flexibility in reservation policies.
- Engagement with guests through loyalty programs.
- Sanitation protocols and wellness programs.
- Communication strategies that convey safe travel.
- Use of technology at points of contact.
- Health passports.

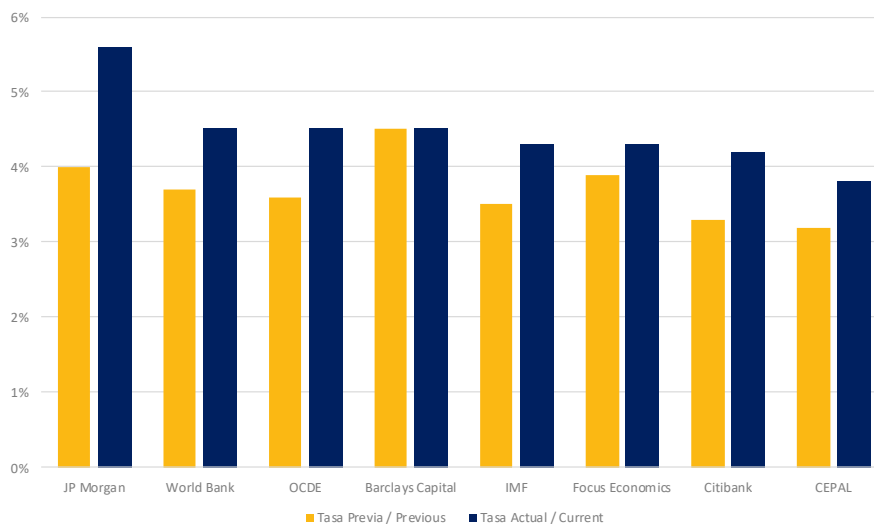
Las líneas de acción del Gobierno, anunciadas en julio de 2020, aún no han sido efectivas para incentivar a la industria. Se han realizado alianzas entre SECTUR e instituciones bancarias para implementar planes de ayuda con créditos que van desde los doscientos mil hasta los treinta millones de pesos dirigidos a PyMES turísticas. La duración de los créditos tendrá plazos de hasta 60 meses. Entre los intermediarios financieros se encuentran bancos como Santander, HSBC, BBVA y Banorte, con tasas de interés del 13%. El Gobierno no ha promovido políticas de incentivos fiscales.

The Government's lines of action, announced in July 2020, have not yet been effective to incentivize the industry. There have been alliances between SECTUR and private financial institutions to implement aid plans with credits ranging from \$ 200,000 to \$ 30 million pesos for my tourism SMEs. Credit durations will have terms of up to 60 months. Among the financial intermediaries are banks such as Santander, HSBC, BBVA, and Banorte, with interest rates of 13%. Tax-incentivized policies have not been promoted by the Government.

En un entorno de incertidumbre generado por la pandemia de COVID 19, el Banco Mundial ajustó al alza la expectativa de crecimiento económico de México. Dos factores exógenos que generaron optimismo fueron la estrategia de vacunación efectiva en los Estados Unidos y el mejor desempeño de la economía estadounidense

In an environment of uncertainty generated by the COVID 19 pandemic, the World Bank adjusted upward the expectation of economic growth for Mexico. Two exogenous factors that generated optimism were the effective vaccination strategy in the United States and better performance in the American economy.

Expectativas de crecimiento para el PIB mexicano
Growth Expectations - Mexico's GDP



Source: Focus Economics, El Economista, Horwath HTL

Authors



Lorena Mercado
Director, Valuation
Horwath HTL Mexico
lmercado@horwathhtl.com

Lorena Mercado is Director of Valuation at Horwath HTL Mexico. Over the past twenty years, she has participated in more than 5,000 appraisals in Mexico for financial institutions, insurance companies, private investors and for various Mexican governmental agencies. Hospitality industry clients have included Aldeturismo de Mexico, Deutsche Bank México, Fonatur, Grupo Cancún, Grupo Habita, Hard Rock Hotels, Hermes, and numerous private investors and real estate developers.

Prior to joining Horwath HTL, Lorena was Director of Valuations for TINSA Mexico, where she obtained the second registration granted by Sociedad Hipotecaria Federal (Government Bank). From 2008 to 2012 she worked as Appraisal principal at Banco Interacciones.



Fabián Sánchez
Managing Director
Horwath HTL Mexico
fsanchez@horwathhtl.com

Fabian Sanchez Cedillo is a Managing Director for Horwath HTL Mexico. He has participated in more than 1000 studies in the United States, Mexico, Colombia, Brazil, Guatemala, El Salvador and Honduras for investment funds, banks and private investors.

Over the years Fabian's clients have included Marriott International, Starwood, Hard Rock Hotel, Posadas, NH Hotels, City Express, GE Real Estate, Kimco Realty Corporation, Hines Interest, Walton St. Capital, Prudential, O'connor Capital Partners, Thor Equities, Credit Suisse, Union Investment, Mexican REITs and numerous Mexican real estate developers.

Horwath HTL

At Horwath HTL, our focus is one hundred percent on hotel, tourism and leisure consulting. Our services cover every aspect of hotel real estate, tourism and leisure development.

Our clients choose us because we have earned a reputation for impartial advice that will often mean the difference between failure and success. Each project we help is different, so we need all of the experience we have gained over our 100-year history.

We are a global Brand with 45 offices, who have successfully carried out over 20,000 assignments for private and public clients. We are part of Crowe Global, a top 10 accounting and financial services network. We are the number one choice for companies and financial institutions looking to invest and develop in the industry.

We are Horwath HTL, the global leader in hotel, tourism and leisure consulting

Our Expertise:

- Hotel Planning & Development
- Tourism & Leisure
- Hotel Asset Management
- Hotel Valuation
- Health & Wellness
- Strategic Advice
- Expert Witness & Litigation

Horwath HTL Mexico

Miguel de Cervantes Saavedra 193,
Piso 7-702, Col. Granada, 11520,
Miguel Hidalgo, Ciudad de México



Horwath HTL

Hotel, Tourism and Leisure

AFRICA

Rwanda
South Africa

ASIA PACIFIC

Australia
China
Hong Kong
India
Indonesia
Japan
Malaysia
New Zealand
Singapore
Thailand

EUROPE

Andorra
Austria
Croatia
Cyprus
Germany
Greece
Hungary
Ireland
Italy
Netherlands
Poland
Portugal
Russia
Serbia
Spain
Switzerland
Turkey
United Kingdom

LATIN AMERICA

Argentina
Brazil
Chile
Dominican Republic
Mexico

MIDDLE EAST

UAE & Oman

NORTH AMERICA

Atlanta
Denver
Los Angeles
Miami
Montreal
New York
Norfolk
Orlando
Toronto