

TM Grupo Inmobiliario cerró 2020 con una cifra de negocio de 161 millones

[Multimedia](#)

TM Grupo Inmobiliario tiene previsto el desarrollo de más de 3.000 viviendas hasta 2023 garantizando su presencia en las zonas de mayor demanda para el turismo residencial. La compañía cerró 2020 con unos ingresos de 161 millones de euros, 18 proyectos en curso y 1.138 viviendas en ejecución

TM Grupo Inmobiliario, compañía alicantina de referencia en el sector del turismo residencial, especialista en la construcción y promoción de segunda residencia a lo largo de la costa mediterránea, mantuvo su posición como referente en el mercado de vivienda vacacional en 2020 con 1.138 viviendas y 18 proyectos en curso en Alicante – Costa Blanca (68%), Almería (16%), Mallorca (8 %) y Costa del Sol (7%).

A pesar del impacto directo de la crisis sanitaria tanto en la actividad promotora en España como en el negocio hotelero en México por la alta dependencia de ambos del sector turístico, los ingresos del grupo alcanzaron los 161 millones de euros, (un 8 % menos respecto al ejercicio anterior), mientras que el EBITDA se situó en 24 millones de euros, (un 11% menos).

Por su parte, la compañía dispone de una sólida cartera de 1 millón de m2 de techo para desarrollar 12.000 viviendas, fruto de su continuada política de inversión estratégica en suelo. Las últimas operaciones realizadas en 2019 por valor de 42 millones de euros en Costa Blanca y Mallorca sirvieron para garantizar el plan de negocio de 2020 – 2023 que contempla el desarrollo de más de 3.000 viviendas, afianzando la presencia del grupo en las zonas de mayor demanda para el turismo residencial.

Desde el punto de vista de la comercialización, hasta que se decretó el estado de alarma TM Grupo Inmobiliario tuvo un 1º trimestre en línea con los objetivos marcados en el plan estratégico. Sin embargo, el cierre de las oficinas comerciales y las restricciones a la movilidad nacional y fundamentalmente internacional, han afectado a los niveles de ventas y entregas del año a pesar de que, tanto tras el levantamiento del primer estado de alarma como con las sucesivas desescaladas, se ha ido apreciando una recuperación de la actividad a niveles anteriores a la crisis.

A cierre de ejercicio, la compañía entregó 468 viviendas y vendió 272 unidades a un perfil de cliente mayoritariamente internacional (74%), frente a un 26% de compradores de nacionalidad española. Respecto a la procedencia, se trata de clientes de más de 27 nacionalidades diferentes encabezadas por belgas (16%),

alemanes (13%) y polacos (7%) en España; y por estadounidenses (57%), mexicanos (31%) y canadienses (11%) en México.

El principal objetivo del grupo durante 2020 fue preservar la seguridad de las personas, reforzar la solvencia financiera y reorientar el plan de negocio, para garantizar la continuidad de las operaciones y el servicio en todas sus líneas de negocio.

En España, la compañía optó, por un lado, por continuar con todos los proyectos iniciados para cumplir con los compromisos adquiridos, y por otro, por adaptar y reorientar la producción en función del stock y de las previsiones de ventas. A lo largo de 2020, además, se apostó en firme por iniciar las obras de proyectos icónicos como Flamenca Village en Orihuela Costa, en febrero; Sunset Cliffs en Benidorm, en septiembre; y Es Molí des Trenc en Mallorca, en abril. Una decisión estratégica que ha permitido garantizar la demanda a corto y medio plazo y alcanzar el objetivo de preventas en los primeros meses de 2021.

En cuanto al negocio hotelero en México, a pesar de la complicada situación del sector turístico, la compañía inauguró en el mes de julio su tercer hotel en Riviera Maya, The Fives Oceanfront Puerto Morelos, con una inversión cercana a los 22 millones de euros. Con esta nueva incorporación a su portafolio TM consolida su presencia en el país y su apuesta por la actividad hotelera. Con todo, pese a la fuerte caída del turismo a nivel mundial, se tomó la relevante decisión de mantener los tres hoteles abiertos durante todo el año con niveles de ocupación mínimos. Un esfuerzo que ha contribuido a recuperar mucho antes los niveles de actividad en 2021.

Durante 2020, TM tuvo muy presente su compromiso empresarial centrando sus esfuerzos en combatir el impacto negativo de la crisis en todos sus grupos de interés. Se aprobó un adelanto de 8 millones de euros a empresas colaboradoras de las obras en curso en España para inyectar liquidez y ayudar a preservar el empleo. Desde el punto de vista social, con un presupuesto del 1% del beneficio neto, se desarrollaron más de 30 acciones en España y en México de las que se beneficiaron 1.500 personas. Entre ellas destaca la campaña de donación de alimentos en 11 municipios de 4 Comunidades Autónomas en España, y la apertura de dos comedores sociales en México.

Perspectivas para 2021

El grupo, que prevé tener en curso 1.215 viviendas durante 2021, ha iniciado el año con 18 proyectos superando los objetivos de preventas preestablecidos, consecuencia de la importante reactivación de las transacciones que se ha producido tras el fin del estado de alarma, sobre todo durante los meses de abril, mayo y junio. Asimismo, la compañía estima alcanzar una cifra de negocio superior a los 200 millones de euros.

Por otro lado, cabe destacar la fuerte apuesta por la estrategia de venta online y por una política comercial enfocada en consolidar la cercanía con el mercado internacional. TM Grupo Inmobiliario tiene previsto abrir oficinas en Suecia, Polonia, Bélgica y Alemania, para estar más cerca de sus principales mercados.

En palabras de Pablo Serna, consejero delegado: “En el 1º trimestre las ventas han mantenido una tendencia positiva estable mientras que, durante el segundo trimestre, hemos vendido más de lo que teníamos proyectado, casi un 65% del objetivo para este año. A pesar del importante impacto de la pandemia en nuestra actividad, hemos demostrado una gran resiliencia como compañía fruto de la solidez de nuestro modelo de negocio, de nuestra estructura operativa y de la solvencia financiera. Vemos 2021 con mucho optimismo, pero como un año de transición. Además de recuperar actividad y cifras a niveles precrisis, queremos avanzar en palancas fundamentales como la digitalización, la innovación, la calidad en el servicio al cliente con la apertura de oficinas en los principales mercados de Europa, y en nuestro compromiso con el entorno’.
