

The Floridan - Downtown Tampa, Florida

Asset Management Report As of 10/31/2023

I. Asset Overview

Property:	The Floridan		
Address:	905 N Florida Ave, Tampa, FL 33602, United States		
Building	Keys	% of Total	Type
Hotel Keys	210	100%	(Hotel in renovation)
Total	210	100%	
Asset Manager:	Chapter Real Estate / 1754 Properties		


Enrique Manzanilla

II. Executive Summary

	Current Month				
	2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2022
Rooms Sold	-	5,800	4,498	(5,800)	(4,498)
Occupancy %	0.0%	89.1%	69.1%	-89.1%	-69.1%
ADR	\$ 205.21	\$ 171.04	\$ 171.04	\$ (205.21)	\$ (171.04)
RevPAR	\$ 0.28	\$ 182.83	\$ 118.18	\$ (182.55)	\$ (117.90)
	(000's)	(000's)	(000's)	(000's)	(000's)
Rooms Revenue	\$ 1,830	\$ 1,190,200	\$ 769,341	\$ (1,188,370)	\$ (767,511)
F & B Revenue	\$ 92,498	\$ 419,046	\$ 40,203	\$ (326,548)	\$ 52,295
Other Operated Departments	\$ 3,300	\$ 32,603	\$ 26,867	\$ (29,303)	\$ (23,567)
Miscellaneous Income	\$ 548	\$ 19,100	\$ 1,479	\$ (18,552)	\$ (931)
Total Revenue	\$ 98,176	\$ 1,660,949	\$ 837,890	\$ (1,562,773)	\$ (739,714)
Total Departmental Expenses	\$ 259,725	\$ 455,595	\$ 213,612	\$ (195,870)	\$ 46,113
Total Undistributed Expenses	\$ 232,619	\$ 349,192	\$ 229,408	\$ (116,573)	\$ 3,011
Gross Operating Profit	\$ (394,168)	\$ 856,162	\$ 394,670	\$ (1,250,330)	\$ (788,838)
GOP Margin	-21539.2%	71.9%	51.3%	-21611.2%	-21590.5%
EBITDA	\$ (617,416)	\$ 691,262	\$ (15,766,445)	\$ (1,308,678)	\$ 15,149,029
NOI Margin	-33738.6%	58.1%	-2049.3%	-33796.7%	-31689.2%

	Year to Date				
	2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2022
	27,954	40,025	35,618	(12,071)	(7,664)
	43.8%	62.7%	55.3%	-18.9%	-11.5%
	\$ 151.93	\$ 178.61	\$ 144.07	\$ (26.68)	\$ 7.86
	\$ 66.53	\$ 111.98	\$ 79.72	\$ (45.45)	\$ (13.19)
	(000's)	(000's)	(000's)	(000's)	(000's)
	\$ 4,247,162	\$ 7,149,038	\$ 5,131,321	\$ (2,901,876)	\$ (884,159)
	\$ 1,359,171	\$ 1,867,374	\$ 555,689	\$ (508,203)	\$ 803,482
	\$ 241,902	\$ 279,482	\$ 364,176	\$ (37,580)	\$ (122,274)
	\$ 59,534	\$ 33,050	\$ 64,870	\$ 26,484	\$ (5,336)
	\$ 5,907,769	\$ 9,328,944	\$ 6,116,056	\$ (3,421,175)	\$ (208,287)
	\$ 3,025,463	\$ 3,269,263	\$ 2,196,996	\$ (243,800)	\$ 828,465
	\$ 2,601,870	\$ 2,718,911	\$ 1,959,419	\$ (117,041)	\$ 642,451
	\$ 280,436	\$ 3,340,770	\$ 1,959,639	\$ (3,060,334)	\$ (1,679,203)
	6.6%	46.7%	38.2%	-40.1%	-31.6%
	\$ (1,155,719)	\$ 1,781,188	\$ 5,019,181	\$ (2,936,907)	\$ (6,174,900)
	-27.2%	24.9%	97.8%	-52.1%	-125.0%

Durante el mes de Diciembre 2023, la remodelación del Floridan Hotel quedó terminada, con la excepción de los trabajos de fachada, que continuarán durante 2024. La transición a Hilton también fue terminada, bajo el nombre Hotel Flor.

El Floridan Hotel estuvo cerrado durante la totalidad del mes de octubre, para poder completar la fase final de los trabajos de remodelación de cara a la conversión a Hilton a finales del año. Dado que las proyecciones del mes de octubre contemplaban que para estas fechas el hotel ya estaría abierto con 66,572 noches-habitación disponibles, los resultados del mes no alcanzaron las proyecciones. Las operaciones de comida y bebida (Food & Beverage, o F&B) permanecieron abiertas durante el mes, con la excepción de Cass Street Coffee, el café ubicado en la planta baja del hotel.

A pesar de que el hotel permaneció cerrado durante la totalidad del mes, de todas maneras se incurrieron costos laborales y de nómina, pues se aprovechó el mes para completar diferentes tareas de capacitación y procesos de cara al cambio de marca. Es fundamental limitar la rotación de personal lo más posible, para así asegurar una transición a la nueva marca de manera eficiente.

El equipo dedicó el mes de octubre a planear diferentes iniciativas promocionales para preparar el camino para la inauguración como Hilton, entre las cuales: (i) planeación de promoción de lanzamiento con Hilton; (ii) elaboración de campaña de TravelAds con Expedia para promover el hotel post-inauguración; (iii) campaña de Expedia Co-Op marketing (con copy personalizado en la landing page de Expedia) para los meses de marzo-noviembre 2024; (iv) inscripción del activo en iniciativas promocionales con Hotelbeds, BnBerry, Hopper y Webbeds; (v) elaboración de campañas de branding promocional con Sojern y AAA.

III. Year-over-year Analysis

	Current Month				Comments
	2023	2022	Variance		
Wages	\$ 185,235	\$ 103,847	\$ 81,388		
Payroll Taxes	\$ 10,203	\$ 8,823	\$ 1,380		
Accrued Bonus	\$ (4,130)	\$ 19,098	\$ (23,228)		
Utility Costs	\$ 37,604	\$ 27,824	\$ 9,780		
Rent, and Taxes	\$ 135,040	\$ 28,571	\$ 106,469		
Total	\$ 363,952	\$ 188,163	\$ 175,789		

IV. Revenue and NOI Analysis

	Current Month					Year to Date				
	2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2020	2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2020
Rooms Revenue	\$ 1,830	\$ 1,190,200	\$ 769,341	\$ (1,188,370)	\$ (767,511)	\$ 4,247,162	\$ 7,149,038	\$ 5,131,321	\$ (2,901,876)	\$ (884,159)
NOI	\$ (617,416)	\$ 691,262	\$ (15,766,445)	\$ (1,308,678)	\$ 15,149,029	\$ (1,155,719)	\$ 1,781,188	\$ 5,019,181	\$ (2,936,907)	\$ (6,174,900)

V. Market Segmentation / Rooms Department Summary

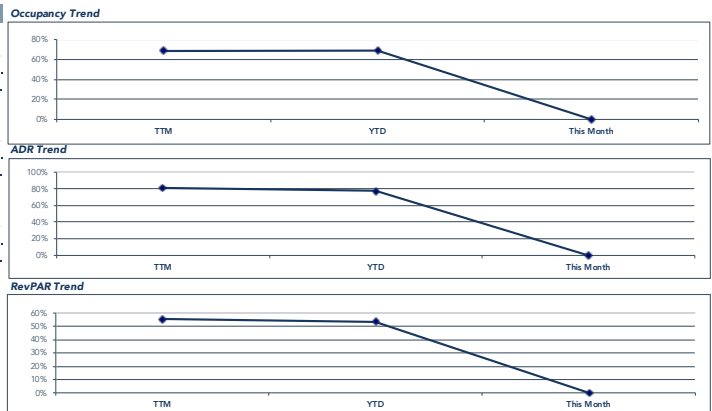
	As of 10/31/2023			Budget			Prior Year			Variance to	
	\$	RN's	ADR	\$	RN's	ADR	\$	RN's	ADR	Budget	PY
Transient	\$ -	-	N/A	\$ 882,000 0	4,200 0	\$ 210.00	\$ 185,469 0	1,207 0	\$ 153.66	\$ (882,000)	\$ (185,469)
SMERF	\$ -	-	N/A	\$ - 0	- 0	N/A	\$ 11,422 0	69 0	\$ 165.54	\$ -	\$ (11,422)
Government	\$ -	-	N/A	\$ - 0	- 0	N/A	\$ - 1	- 1	N/A	\$ -	\$ -
Corporate	\$ -	-	N/A	\$ 307,200 0	1,600 0	\$ -	\$ 568,500 0	3,291 0	\$ 172.74	\$ (307,200)	\$ (568,500)
Total*	\$ -	-	N/A	\$ 1,189,200	5,800	\$ 210.00	\$ 765,391	4,567	\$ 491.94	\$ (1,189,200)	\$ (765,391)
*excludes comp rooms, no-show revenue, and allowances											
	\$	%	PSR	\$	%	PSR	\$	%	PSR		
Total Rooms Expenses	\$ 95,148	0.0%	\$ -	\$ 188,211 0	21.3%	\$ 32.45	\$ 170,336 0	0.0%	\$ 37.30	\$ (93,063)	\$ (75,188)
Departmental Profit	\$ (95,148)	0.0%	\$ -	\$ 1,000,989	113.5%	\$ 238.33	\$ 595,055	77.7%	\$ 130.29	\$ (1,096,137)	\$ (690,203)
Avg. Credit Cleaned/Shift											
Payroll (\$)	\$ 48,381			\$ 113,364			\$ 60,565				
Payroll (% of Room Rev)	0.0%			9.5%			7.9%				

Debido al cierre del hotel por obra durante el mes de octubre, 800 noches-habitación previamente reservadas tuvieron que reubicarse a otros hoteles, lo cual representó \$144k USD en ventas perdidas. El equipo de ventas de Grupo continúa generando reservaciones para meses futuros, y permanece activo en eventos de networking locales. El puesto de Director de Ventas estuvo vacante durante el mes de octubre, y el equipo de ventas se enfocó en capacitación de la nueva plataforma Delphi, a la cual se transicionará una vez se inaugure como Hilton. Se estableció una alianza con un equipo de relaciones públicas para promover las ventas de Grupo en Q1 2024 una vez se vuelvan a reservar eventos en el salón de fiestas. Se confirmaron fechas para una sesión de fotos de Hilton para recabar nuevo material promocional del hotel, al igual que una sesión de fotos de bodas creada en alianza con Marry Me Tampa Bay.

VI. Market Performance Summary

	TTM	YTD	This Month	% Change YOY
Occupancy				
The Floridan	52.3%	53.2%	0.0%	0.0%
Comp Set	76.3%	77.2%	0.0%	0.0%
Index	68.5%	68.9%	0.0%	0.0%
ADR				
The Floridan	\$ 152.54	\$ 153.3	\$ -	0.0%
Comp Set	\$ 188.03	\$ 197.3	\$ -	0.0%
Index	81.1%	77.7%	0.0%	0.0%
RevPAR				
The Floridan	\$ 79.76	\$ 81.6	\$ -	0.0%
Comp Set	\$ 143.51	\$ 152.4	\$ -	0.0%
Index	55.6%	53.5%	0.0%	0.0%

Trailing Twelve Months RevPAR		2022	2023
The Floridan		\$ 59.3	\$ 79.8
Comp Set		\$ 121.1	\$ 143.5
Index		49.0%	55.6%



Debido al cierre del hotel durante el mes de octubre, no se recibió data competitiva sobre el mercado de Tampa por parte de STR.

VII. Food & Beverage Department Summary

	Current Month						Year to Date					
	2023 Actuals		2023 Budget		2022 Actuals		2023 Actuals		2023 Budget		2022 Actuals	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
Total Banquet/Catering Food Revenue	\$ -	#DIV/0!	\$ 58,602	52.0%	\$ 6,657.00	47.6%	\$ 135,710	37.1%	\$ 330,370	53.6%	\$ 115,534	68.7%
Total Banquet/Catering Beverage Revenue	\$ -	#DIV/0!	\$ 6,678	5.9%	\$ 2,825	20.2%	\$ 87,012	23.8%	\$ 37,650	6.1%	\$ 20,267.00	12.1%
Total F&B Other Revenue	\$ -	#DIV/0!	\$ 47,440	42.1%	\$ 4,489	32.1%	\$ 143,207	39.1%	\$ 248,075	40.3%	\$ 32,389	19.3%
Total*	\$ -	#DIV/0!	\$ 112,720	100.0%	\$ 13,971	100.0%	\$ 365,929	100.0%	\$ 616,095	100.0%	\$ 168,190	100.0%
* excludes allowances												
Total Food Revenue	\$ 64,089	69.3%	\$ 276,086	90.1%	\$ 11,444	43.6%	\$ 673,389	67.8%	\$ 936,108	74.8%	\$ 167,049	43.1%
Total Beverage Revenue	\$ 28,409	30.7%	\$ 30,240	9.9%	\$ 14,789	56.4%	\$ 319,852	32.2%	\$ 315,170	25.2%	\$ 220,449	56.9%
Total	\$ 92,498	100.0%	\$ 306,326	100.0%	\$ 26,233	100.0%	\$ 993,241	100.0%	\$ 1,251,278	100.0%	\$ 387,498	100.0%
Food COGS (\$/Margin)	\$ 17,561	27.4%	\$ 100,406	30.0%	\$ 7,106	106.7%	\$ 250,039	30.9%	\$ 379,944	30.0%	\$ 124,378	107.7%
Rev. COGS (\$/Margin)	\$ 64,604	227.4%	\$ -	0.0%	\$ 11,444	405.1%	\$ -	0.0%	\$ -	0.0%	\$ -	0.0%
Payroll (\$/Margin)	\$ 96,478	104.3%	\$ 114,579	27.3%	\$ 19,969	142.9%	\$ 847,625	62.4%	\$ 676,823	36.2%	\$ 306,264	182.1%
Total F & B Expenses	\$ 158,227	171.1%	\$ 267,384	63.8%	\$ 35,334	252.9%	\$ 1,420,138	104.5%	\$ 1,391,861	74.5%	\$ 563,918	335.3%
Departmental Profit	\$ (65,729)	-71.1%	\$ 151,662	36.2%	\$ 4,870	34.9%	\$ (60,968)	-4.5%	\$ 475,512	25.5%	\$ (8,230)	-4.9%
Outlet Name	# of Covers		YOY % Chg.		Avg. Check		YOY % Chg.		Dep Profit		YOY % Chg.	
The Dan	0		0.0%		1,930.00		0.0%		\$ 20.00		0.0%	
									Payroll (\$ -		% of F&B Rev	
									0.0%		F&B COGS (%)	
									0.0%		0.0%	

El equipo de ventas de banquetes y catering generó casi \$40K USD de ingresos totales del área de F&B. Debido al cierre del hotel en octubre, el equipo ejecutivo del Floridan decidió cerrar las instalaciones de Cass Street Coffee de manera temporal para minimizar las pérdidas durante el periodo. Adicionalmente, en octubre se inició un proceso de negociación y planeación para la migración de The Dan a una diferente plataforma digital de reservaciones, pues Resy no estaba generando los resultados deseados. Después de un proceso de investigación de mercado, The Dan finalizó su alianza estratégica con Resy para migrarse a Open Table a partir de diciembre.

Se contrató a un Task Force Chef especializado en manejar el proceso de transición a Hilton, y para supervisar los eventos de banquetes y catering previamente reservados. Durante este periodo se crearon los menús especiales de Thanksgiving y Navidad, los cuales serán promovidos en las plataformas orgánicas y de Relaciones Públicas del hotel. Se han generado mejoras en gastos de comida, los cuales resultaron 3% menores al presupuesto. Los costos de bebidas, sin embargo, continúan representando un área de posible mejora, con diferentes medidas de mitigación en curso. El restaurante The Dan organizó un evento de medios e influencers durante el mes de octubre para mantener la relevancia del establecimiento durante el periodo de cierre del hotel, y para mantener la fuerza de su presencia en redes sociales.

VIII.	Undistributed Expenses	
-------	------------------------	--

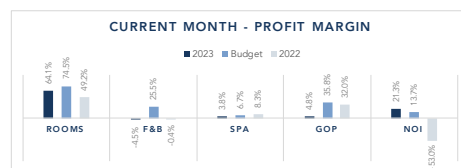
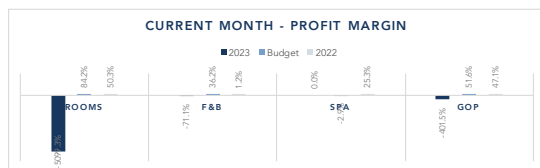
	2023					Budget					2022				
	\$	POR	% of Rev	Variance Budget	Variance Last Year	\$	POR	% of Rev	\$	POR	% of Rev				
Total A & G Expenses	\$ 45,232	\$ -	46.1%	-51.1%	-53.3%	\$ 92,504	\$ 15.95	5.6%	\$ 96,920	\$ 21.55	11.6%				
Total Sales & Mktg Expenses	\$ 41,550	\$ -	42.3%	-71.0%	-37.6%	\$ 143,393	\$ 24.72	8.6%	\$ 66,614	\$ 14.81	8.0%				
Total POM Expenses	\$ 97,234	\$ -	99.0%	84.2%	214.2%	\$ 52,786	\$ 9.10	3.2%	\$ 30,945	\$ 6.88	3.7%				
Total Information & Telecom. Exp	\$ 10,999	\$ -	11.2%	-29.8%	50.6%	\$ 15,658	\$ 2.70	0.9%	\$ 7,305	\$ 1.62	0.9%				
Total Utilities	\$ 37,604	\$ -	38.3%	-16.2%	35.1%	\$ 44,851	\$ 7.73	2.7%	\$ 27,824	\$ 6.19	3.3%				
Total	\$ 232,619	\$ -	236.9%	-33.4%	1.3%	\$ 349,192	\$ 60.21	21.0%	\$ 229,608	\$ 51.05	27.4%				

Los gastos no distribuidos estuvieron 33% por debajo del presupuesto dada la baja actividad del hotel durante el periodo.

IX. Profit Margin by Department

	Current Month		
	2023	Budget	2022
Rooms	-5099.3%	84.2%	50.3%
F&B	-71.1%	36.2%	1.2%
SPA	0.0%	-2.9%	25.3%
GOP	-401.5%	51.6%	47.1%
NOI	224.4%	6.9%	1925.8%

	Year to Date		
	2023	Budget	2022
Rooms	64.1%	74.5%	49.2%
F&B	-4.5%	25.5%	-0.4%
SPA	3.8%	6.7%	8.3%
GOP	4.8%	35.8%	32.0%
NOI	21.3%	13.7%	-53.0%



XI. 90-Day and Annual Reforecasts

90-Day Reforecast (Updated 5/23/23) - Variance to Budget						
	November-23		December-23			
Occupancy %	0.0%		24.5%			
ADR	\$	-	\$	149.39		
RevPAR	\$	0.02	\$	36.60		
Rooms Revenue	\$	106	\$	238,277	\$	-
Total Operating Revenue	\$	61,982	\$	441,170	\$	-
Total Departmental Expenses	\$	200,053	\$	330,831	\$	-
Total Undistributed Expenses	\$	206,900	\$	272,444	\$	-
Gross Operating Profit	\$	(344,971)	\$	(162,105)	\$	-
EBITDA	\$	(453,016)	\$	(259,323)	\$	-

Annual Reforecast Analysis				
Last Period/Budget	Current	Var. Current		
2023 RF	2023 RF	Budget	v. Last RF	v Budget
48.1%	39.6%	66.1%	-8.4%	-26.5%
\$ 156.14	\$ 150.06	\$ 181.55	\$ (6.08)	\$ (31.48)
\$ 75.04	\$ 59.45	\$ 119.98	\$ (15.59)	\$ (60.53)

Se anticipa que el activo permanecerá cerrado durante el mes de noviembre, mientras se finalizan las obras remanentes para la conversión a Hilton. Se proyecta que el mes de diciembre tendrá ocupación limitada, con aproximadamente 30% de las habitaciones inauguradas bajo la marca Hilton para entonces.

XII. Retail Rents

	Current Month				
	2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2022
Rents					
Rents Expense					
Rents Profit					
Rents Profit margin					
Rental Revenue / occupied sqft					
Rental Revenue / total sqft					
Rent Profit / total sqft					
Occupancy Rate					
Total GLA					

Year to Date				
2023	Budget	2022	Variance Budget	Variance 2022

XIV. Guest Satisfaction

	Current Month	Last Month
TripAdvisor Ranking - The Floridan	65	61
GSS Internal Score		