

MARRIOTT DELTA JACKSONVILLE DEERWOOD

ADENDUM A REPORTE MENSUAL DE ADMINISTRACIÓN A INVERSIONISTAS – JULIO 2025

Estimado(a) inversionista,

Esperamos que esta nota te encuentre bien. Te escribimos para compartirte una actualización importante acerca de la renegociación del apalancamiento del hotel Marriott Delta Jacksonville Deerwood, al igual que para compartirte una perspectiva general acerca del status del proyecto.

I. EL PROCESO DE RAMP-UP OPERATIVO DEL ACTIVO

Durante los últimos meses, el hotel ha continuado con su proceso de *ramp-up* operativo. Como se ha indicado en reportes anteriores a inversionistas, un cambio de bandera implica un periodo de ajuste durante el cual el activo busca consolidarse dentro de su nuevo segmento y establecer una base de clientes recurrentes, tanto individuales como corporativos y de Grupo.

En el caso del hotel Marriott Delta Jacksonville, la transición implicó pasar de una base de clientes de nivel medio, correspondiente a la marca Best Western Premier (con una tarifa promedio por noche de \$95.9 USD), a una clientela de nivel superior asociada con la marca Marriott Delta (tarifa promedio por noche de \$156.4 USD, un incremento de 63%). Este tipo de ajustes requiere la construcción de una nueva base de clientes que se identifiquen con la nueva marca y su rango tarifario.

El proceso de *ramp-up* operativo consiste en dar a conocer el hotel bajo su nueva marca, desarrollar relaciones con clientes corporativos y de Grupo, e integrarse al programa de lealtad correspondiente (e.g. Marriott Bonvoy). Este proceso es gradual y suele extenderse por un periodo de hasta dos años o más.

En el caso del Marriott Delta Jacksonville Deerwood, el proceso ha avanzado a un ritmo más lento de lo previsto, especialmente en las reservaciones de Grupo. El reposicionamiento en el mercado de Jacksonville ha requerido una gestión tarifaria competitiva y adaptable para ganar participación de mercado y establecer una base sólida de clientes de Grupo. En 2025 se observa una mejora progresiva en este aspecto.

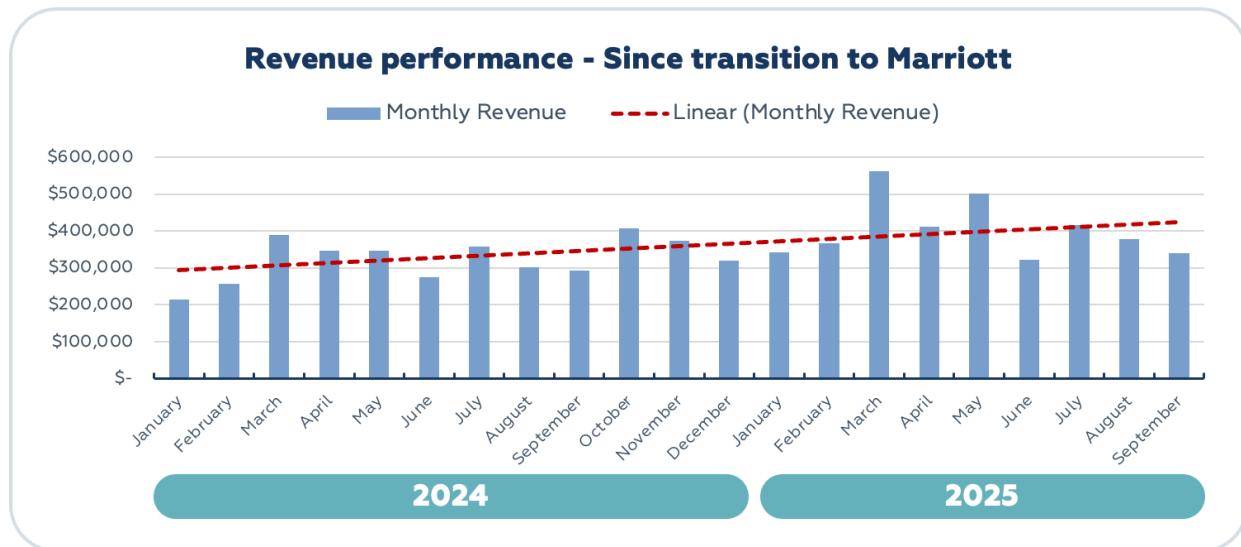


Fig. 1.1 – Ventas totales por mes a partir de transición a Marriott, Ene. 2024 – Sep. 2025 (USD)

A partir de la transición a Marriott, las ventas han mostrado una tendencia de incremento. Las ventas promedio mensuales aumentaron de \$309k USD en los primeros nueve meses de 2024 a **\$404k USD en el mismo periodo de 2025**. En los últimos meses, las ventas de Grupo han contribuido de manera relevante al desempeño general del activo.

II. CRECIMIENTO EN LAS VENTAS DE GRUPO

Las reservaciones de Grupo abarcan diferentes segmentos, incluyendo huéspedes corporativos, grupos educativos, equipos deportivos y agencias gubernamentales o militares, que suelen reservar bloques de habitaciones con varios meses de anticipación. Este proceso se concentra entre agosto y diciembre, periodo conocido como la temporada de RFPs (Request For Proposal).

Durante la temporada de RFPs de 2023, el hotel aún se encontraba en proceso de remodelación, lo que limitó su capacidad para captar reservaciones de Grupo para 2024. En consecuencia, las reservas de ese año provinieron principalmente de solicitudes de corto plazo.

El equipo de ventas participó plenamente en la temporada de RFPs de agosto a diciembre de 2024, asegurando un incremento en reservaciones de Grupo para 2025. Se ha fortalecido el equipo de ventas de Grupo, con mejores resultados en el mercado de Jacksonville – particularmente con clientes corporativos, deportivos y militares.

El activo ha registrado **18 meses consecutivos con ventas superiores a las del mismo periodo del año anterior**. En promedio, las ventas de los primeros nueve meses de 2025 fueron 30.7% mayores que las del mismo periodo en 2024.

	Ventas totales	EBITDA	NOI
Mejoría en desempeño – Ene - sep. 2025 vs. Ene - sep 2024	30.7%	74.9%	49.7%

Fig. 2.1 – Comparativo de mejoría en ventas totales, EBITDA y NOI (después de servicio de la deuda). Periodo de enero-septiembre 2024 vs. enero-septiembre 2025

En este periodo, el **EBITDA** mensual aumentó **74.9%** respecto a los primeros nueve meses de 2024, y el **NOI** después del servicio de la deuda mejoró **49.7%**. El avance ha sido constante y sostenido.

III. DESEMPEÑO VS. LA COMPETENCIA

El hotel ha mostrado una mejora progresiva en sus métricas frente a la competencia desde su conversión a Marriott. A partir de marzo de 2025, se implementó una estrategia tarifaria más competitiva con el objetivo de incrementar la tasa de ocupación y el volumen de huéspedes, lo que también impulsó las ventas de alimentos y bebidas.

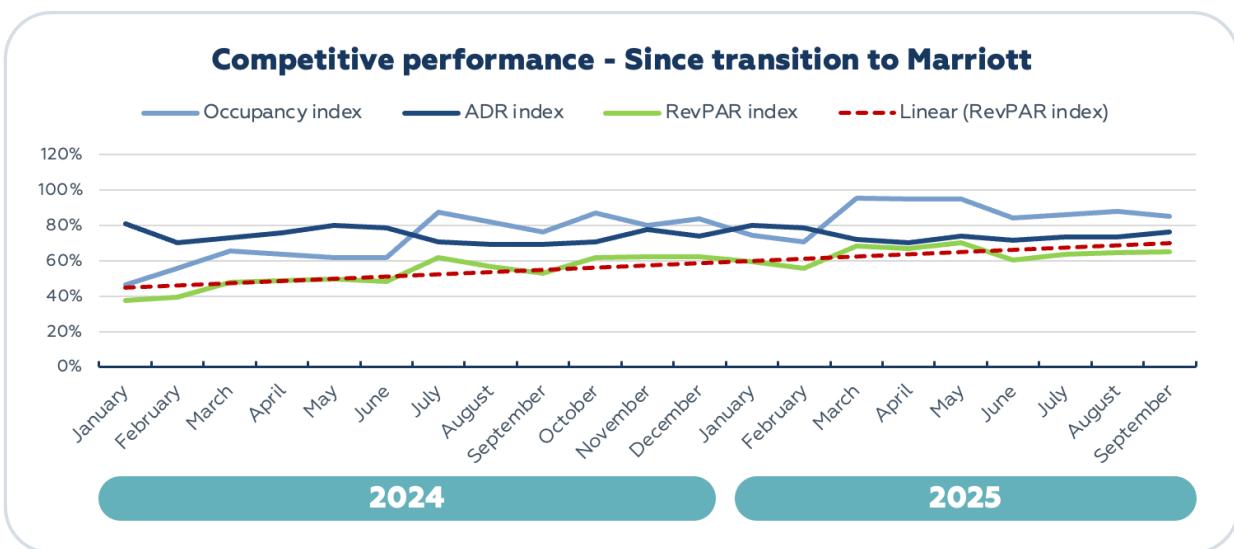


Fig. 3.1 – Desempeño competitivo a través de 3 métricas clave: (i) Tasa de ocupación (i.e. porcentaje promedio de habitaciones vendidas en cada mes); (ii) tarifa promedio por noche (i.e. Average Daily Rate, o ADR); y (iii) ventas promedio por habitación disponible (i.e. Revenue Per Available Room, o RevPAR). Ene. 2024 – Sep. 2025

Durante los primeros nueve meses de 2025, el Marriott Delta Jacksonville Deerwood alcanzó una tasa de ocupación de 61.9% – equivalente a un occupancy index de 86%, una mejoría vs. el index de 65% registrado en el mismo periodo de 2024. Esto representa **un incremento del 32.1% en la ocupación relativa a la competencia**.

El ADR se mantuvo estable respecto a 2024, con un promedio de \$113.8 USD (rate index del 74%). Como resultado del aumento en ocupación, el hotel vendió **5,894 noches-habitación adicionales** en los primeros nueve meses de 2025, generando **\$855k USD adicionales en ventas** y alcanzando un RevPAR de \$70.5 USD (RevPAR index del 64%, comparado con 48% en 2024). Esto equivale a una **mejora del 32.4% en la captura del RevPAR** frente a la competencia.

	Occupancy index	Rate index	RevPAR index
Mejoría en desempeño – Ene - sep. 2025 vs. Ene - sep 2024	32.1%	0.2%	32.4%

Fig. 3.2 – Crecimiento en el desempeño competitivo del hotel a través de 3 métricas clave: (i) Occupancy index (i.e. % de la tasa de ocupación de la competencia); (ii) Rate index (i.e. % del ADR de la competencia); y (iii) RevPAR index (i.e. % del RevPAR de la competencia). Periodo de enero-septiembre 2024 vs. enero-septiembre 2025

El equipo de ventas de Grupo cuenta con **más de 2,000 noches-habitación contratadas** para el resto de 2025. El incremento en reservas de Grupo permitirá mayor flexibilidad para ajustar tarifas y cerrar la brecha de RevPAR con la competencia.

IV. RENEGOCIACIÓN DE APALANCAMIENTO DEL HOTEL

A pesar de los avances en el desempeño operativo, el incremento en ventas no ha sido suficiente para cubrir los costos de servicio de la deuda, que aumentaron a raíz de los incrementos en las tasas de interés aplicados por la Reserva Federal de los Estados Unidos en 2022 y 2023.

El equipo ejecutivo inició entonces un proceso de negociación con su institución financiera (Kairos) para ajustar las condiciones del financiamiento y reducir los costos de servicio de la deuda. El acuerdo resultante entró en vigor entre agosto y septiembre de 2025.

El acuerdo consistió en una renegociación de los términos de la línea de crédito abierta en 2022, sin constituir un refinaciamiento. Los nuevos términos incluyeron: (i) una extensión de dos años en la línea de crédito, (ii) una reducción en la tasa de interés, y (iii) la exención temporal del requisito de FF&E Reserve. A cambio, el hotel efectuó un pago anticipado de \$2.5MM USD y asumió el compromiso de no realizar distribuciones a los inversionistas durante los próximos dos años.

Concesiones recibidas por el hotel Marriott Delta Jacksonville Deerwood	Concesiones otorgadas al banco
<ul style="list-style-type: none"> Reducción de 100bp en la tasa de interés de la deuda <ul style="list-style-type: none"> <i>Especificamente, reducción de 100bp en el spread sobre SOFR</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Pago anticipado de \$2.5MM USD contra el capital de la deuda
<ul style="list-style-type: none"> Extensión de 2 años a la línea de crédito <ul style="list-style-type: none"> <i>Esta extensión se acordó de manera " limpia ", es decir sin barreras o estipulaciones – por ejemplo, sin requisitos de debt service ratio, etc.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Moratorio de 2 años en la realización de distribuciones a inversionistas
<ul style="list-style-type: none"> Exención del requisito de dedicar hasta 4.5% de las ventas del hotel hacia un FF&E Reserve <ul style="list-style-type: none"> <i>El FF&E Reserve fue un requisito que exigía el establecimiento de una reserva de capital dedicada a FF&E (Furniture, Fixtures & Equipment) – i.e. al mantenimiento y remodelación del mobiliario y equipos del hotel</i> 	

Estas condiciones **reducen los pagos mensuales de deuda por aproximadamente \$40k USD**, lo que mejora el NOI y fortalece la posición del hotel para un refinaciamiento futuro. El objetivo es aprovechar esta mejora operativa para buscar un refinaciamiento en el próximo año que permita optimizar aún más las condiciones del crédito.

CHAPTER

REAL ESTATE

Por favor no dudes en buscarnos para cualquier pregunta. Estaremos en contacto en las siguientes semanas con nuestro siguiente reporte.

Atentamente,



Enrique Manzanilla
CEO
Chapter Real Estate

