**Selina presenta sus resultados financieros y mejoras en sus métricas operativas**

* La empresa del sector hotelero para nómadas del mundo, registró el año anterior un aumento de ingresos totales del 98,3% en comparación con el mismo ejercicio del 2021
* Los datos presentados comprenden el ejercicio fiscal 2022 y la optimización de recursos operativos frente a 2021

**País, mes xx, 2023** – [**Selina**](https://www.selina.com/), la marca de hospitalidad experiencial de rápido crecimiento dirigida a los viajeros de la generación millennial y la generación Z, anuncia sus más recientes resultados financieros **fechados el 31 de diciembre de 2022**.

La estrategia de expansión de Selina para 2023 se centrará en tres principios clave: **la apertura de hoteles** que, por lo general, aumenten más rápidamente su ocupación y ofrezcan un rendimiento financiero más atractivo, **la ampliación de hoteles existentes con remodelaciones y espacios alquilados adicionales**, y **el aprovechamiento de la marca para negociar condiciones de arrendamiento flexibles con períodos de gracia más largos**, mientras que cambiarán a un alquiler variable en algunas ubicaciones nuevas.

Al respecto, **Rafael Museri** – CEO y cofundador de la marca nacida en 2014 – comenta, “*2022 fue un año muy importante en la historia de Selina. Completamos nuestra cotización en el Mercado Global NASDAQ en octubre de 2022 y, nuestro negocio registró una fuerte mejora en métricas operativas claves para la empresa”*.

“*Selina inició el 2023 con un fuerte enfoque en* ***tres objetivos estratégicos****:* ***impulsar el flujo de caja****,* ***ejecutar nuestro plan hacia la rentabilidad*** *y* ***continuar con la construcción de una marca que ofrece experiencias de viaje diferenciadas a su creciente número de huéspede*s**”, complementa el directivo de Selina.

**Información acerca del ejercicio 2022**

* **Los ingresos totales ascendieron a USD $183.9 millones de dólares**, lo que supone un aumento de **USD $91.2 millones de dólares (o del 98,3%)**, en comparación con el mismo ejercicio en 2021, impulsado principalmente por el aumento del número de espacios de cama (*bedspaces*) de los nuevos establecimientos abiertos, las mayores tasas de ocupación registradas y los mayores ingresos totales espacio de cama.
* Sobre una misma base de tienda (ubicaciones que operan durante todos los períodos comparables), **los ingresos totales aumentaron un 56.8%** impulsados por un aumento en la ocupación que ascendió del 33.2% al 51.1%, y un aumento en **TRevPABs** (*Total Revenue per available Bedspaces* o es epañol Ingresos totales por espacios de cama disponibles) de 4,695 a 7,258.
* **Selina abrió 18 propiedades durante 2022**, terminando el año con un total de 118 propiedades alrededor del mundo, lo que se traduce en 29,600 plazas abiertas y 1,975 camas abiertas (en comparación a las 23,408 plazas abiertas y 18,438 camas abiertas a 31 de diciembre de 2021).
* **La tasa de ocupación fue del 47.5%**, frente al 32.9% del ejercicio de 2021, lo que supone un aumento del 44.4% impulsado por la mejora del conocimiento y la fidelidad a la marca, una fuerza de ventas regional y equipos comerciales dedicados, la temporada continua de nuestras propiedades recientemente abiertas y la reanudación de los viajes después de dos años muy afectados por el COVID-19 y las restricciones de viaje relacionadas.
* El **TRevPOB** fue de 52.60 $ en el ejercicio 2022, frente a los 45.86 $ del ejercicio 2021, lo que supone un aumento del 14,7%. TRevPOBs fue de 37.76 $ en el AF 2022, comparado con 35.13 $ en el AF 2021, un aumento del 7.5%. Estos aumentos se debieron principalmente a un cambio en la composición de nuestra cartera hacia mercados desarrollados y a la continua maduración de nuestras propiedades de reciente apertura. **De los 18 nuevos establecimientos abiertos en el ejercicio 2022, 16 están situados en mercados desarrollados.**
* Los ingresos totales por *bedspaces* fueron de USD $6,547 dólares en el ejercicio 2022, frente a los USD $4,219 dólares del ejercicio de 2021, lo que supone **un incremento del 55.2%, impulsado por el aumento de la ocupación y el crecimiento procedente de los mercados desarrollados.**
* **La pérdida operativa a nivel de unidad fue de USD $6.7 millones de dólares en el AF 2022**, en comparación con la pérdida de USD $18.0 millones de dólares en el AF 2021, con México y América Central; donde Selina se beneficia de ubicaciones maduras, mejorando año tras año. **Selina se centra en mejorar el rendimiento en América del Norte (EE. UU.), Europa y África e Israel, donde la marca ha crecido en los últimos dos años.**
* **Remote Year**, la marca de la empresa que facilita programas de trabajo en grupo y viajes para trabajadores remotos en más de 80 destinos, **aportó USD $10.4 millones de dólares de ingresos en el ejercicio 2022**, frente a los USD $4.5 millones del mismo ejercicio de 2021.
* **Los gastos generales corporativos como porcentaje de los ingresos fueron del 20.6% en el ejercicio 2022**, en comparación al 33.1% en el ejercicio 2021, impulsados por las economías de escala y un fuerte enfoque en la eficiencia en las funciones nacionales, regionales y globales. **Los costes laborales unitarios como porcentaje de los ingresos unitarios fueron del 27.6% en el ejercicio 2022**, frente al 28.3% en el ejercicio 2021.
* El **EBITDA** ajustado (Earnings Before Interests, Tax, Depreciation and Amortization) o español ganancias antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones) fue de $(14,5) millones en el año fiscal 2022, en comparación con $(25,7) millones en el año fiscal 2021, impulsado por la mejora en el desempeño a nivel de unidad, compensado por un aumento en los gastos generales corporativos y previos a la apertura.
* Selina completó su combinación de negocios con **BOA Acquisition Corp**. y cotización en el mercado **Global Nasdaq** el 27 de octubre de 2022.

Aunque Selina seguirá ampliando su huella a nivel global en 2023, la compañía ha moderado sus planes de expansión. Los planes actuales demuestran que la marca está centrada en el flujo de caja y sigue profundamente comprometida con ofrecer una experiencia increíble a los huéspedes de sus destinos y a las comunidades locales en hoteles únicos en todo el mundo, “*lo que a su vez impulsará los ingresos*”, **continúa Museri sobre el crecimiento de la cadena**.

El plan de expansión actual también demuestra que Selina está intensamente centrada en su estructura de costos y en el flujo de caja para posicionar a la compañía, alcanzar y mantener un EBITDA ajustado positivo y un flujo de caja libre antes del servicio de la deuda en el futuro.

**Acerca de la apertura de nuevos hoteles**

* **Selina abrió 18 hoteles con 3,692 plazas en una combinación de mercados nuevos y existentes**, incluidos 2 establecimientos en el cuarto trimestre, **con un total de 323 espacios de camas en Tel Aviv (Israel) y Magnetic Island (Australia).**
* **Se han añadido aproximadamente 2,500 *bedspaces* a 22 propiedades existentes.**
* A 31 de diciembre de 2022, la compañía tenía 118 hoteles abiertos en 24 países de 6 continentes con aproximadamente 29,600 plazas abiertas, **lo que supone un aumento del 27% en espacios de camas con respecto al periodo del año anterior.**
* Selina ha firmado acuerdos con socios inmobiliarios externos que han comprometido **USD $300 millones de dólares de capital para financiar la adquisición y conversión inicial de futuras propiedades Selina**, incluidas las aperturas previstas para 2023.

**Aspectos destacados de la tesorería y el flujo de caja**

* A 31 de diciembre de 2022, la compañía tenía un total de efectivo y equivalentes de efectivo de **USD $47.7 millones de dólares.**
* La tesorería neta generada por (y utilizada en) actividades operativas **ascendió a USD $23.6 millones de dólares en el ejercicio 2022, frente a los USD $30.7 millones de dólares del ejercicio 2021.**
* El flujo de caja libre antes del servicio de la deuda **ascendió a USD $72.8 millones de dólares en el ejercicio 2022**, frente a los USD $47.2 millones del ejercicio de 2021.
* Los gastos de capital, netos de los ingresos procedentes de préstamos de socios, **ascendieron a USD $12,4 millones de dólares en el ejercicio 2022**, frente a los USD $5 millones de 2021.

**Información seleccionada no auditada del cuarto trimestre de 2022**

* Los ingresos totales **ascendieron a USD $50.8 millones de dólares, lo que supone un aumento del 64% en comparación con el cuarto trimestre de 2021**, impulsado principalmente por el incremento de plazas en las nuevas ubicaciones, el aumento de las tasas de ocupación y el aumento de los ingresos totales por plaza.
* En las mismas tiendas, **los ingresos totales aumentaron un 24% en los establecimientos operados** tanto en el cuarto trimestre de 2021 como en el de 2022.
* **29,600 espacios de camas (Bedspaces) abiertas al final del periodo evaluado.**
* **Los espacios de camas abiertas al final del periodo fueron de 29,600.**
* El promedio de camas abiertas durante el cuatro trimestre del año 2022 **fue de 19,552**.
* El promedio de ocupación **creció a 49%**, desde el 39% registrado en el cuatro trimestre de 2021.
* Las ganancias totales por cama ocupada (TRevPOB o Daily Total Revenue Per Occupied Bed en inglés) **incrementaron a USD $59, hasta un 24% comparado con el cuarto trimestre de 2021.**
* Las ganancias totales por espacios de cama ocupada (TRevPOBs o *Daily Total Revenue Per Occupied Bedspaces* en inglés) **aumentaron a USD $37, hasta un 8% comparado con el cuatro trimestre de 2021.**
* Las ganancias anualizadas por espacios de cama ocupada (*Total annualized revenue per bedspace* en inglés) **aumentaron a USD $6,742, hasta un 36% comparado con el cuarto trimestre de 2021.**

**Perspectivas para 2023**

Finalmente, luego de la presentación de estos resultados y de cara al resto del año frente a la principal marca de hospitalidad para nómadas digitales de cualquier origen y procedencia, Selina reafirma sus objetivos principales de cara al 2023.

**Rafael Museri, CEO y cofundador de Selina**, se siente positivo sobre la nueva disciplina en torno al crecimiento de la compañía, así como sobre la gestión de costos y su sólida oferta de productos, que tienen el propósito de posicionar a la marca como líder en el espacio hotelero. Así es como las metas de **Selina** incluyen **un crecimiento anual de los ingresos del 30 al 40% y la consecución de un EBITDA ajustado y un flujo de caja operativo positivos,** con un portafolio de 118 destinos recientemente expandido – y en planes de continuar su crecimiento – y más de 29,600 camas abiertas a los viajeros del mundo**.**

Para más​ información​ sobre los estados financieros de Selina visitar [investor.selina.com](https://investors.selina.com/)

**Acerca de Selina Hospitality PLC.**

Selina (NASDAQ: SLNA) es una de las marcas de hospitalidad más grandes del mundo creada para atender las necesidades de los viajeros millennial y Gen Z que combina alojamiento bellamente diseñado con coworking, recreación, bienestar y experiencias locales. Fundada en 2014 y diseñada a medida para el viajero nómada actual, Selina ofrece a los huéspedes una infraestructura global para viajar y trabajar en el extranjero sin inconvenientes. Cada propiedad de Selina está diseñada en asociación con artistas, artesanos y creadores de contenido,dando nueva vida a los edificios existentes en lugares interesantes en 24 países en seis continentes, desde ciudades urbanas hasta playas y selvas remotas. Para obtener más información, visite [Selina](https://www.selina.com/) o siga a Selina en Twitter, Instagram, Facebook, LinkedIn o YouTube. [Twitter](https://cts.businesswire.com/ct/CT?id=smartlink&url=https%3A%2F%2Ftwitter.com%2Fselinahotels&esheet=53366113&newsitemid=20230322005489&lan=en-US&anchor=Twitter&index=5&md5=df464b1a48871d00cf0babccc8713b63), [Instagram](https://cts.businesswire.com/ct/CT?id=smartlink&url=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Fselina%2F&esheet=53366113&newsitemid=20230322005489&lan=en-US&anchor=Instagram&index=6&md5=653c9dd91140701c5016c111a9aa7f06), [Facebook](https://cts.businesswire.com/ct/CT?id=smartlink&url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fselinathenomad&esheet=53366113&newsitemid=20230322005489&lan=en-US&anchor=Facebook&index=7&md5=12f18117d3bfb1c487c08641239997c6), [LinkedIn](https://cts.businesswire.com/ct/CT?id=smartlink&url=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fcompany%2F5157123%2Fadmin%2F&esheet=53366113&newsitemid=20230322005489&lan=en-US&anchor=LinkedIn&index=8&md5=bc6752e170d8a26bf557228bc084a0fc) o [YouTube.](https://cts.businesswire.com/ct/CT?id=smartlink&url=https%3A%2F%2Fwww.youtube.com%2Fselinathenomad&esheet=53366113&newsitemid=20230322005489&lan=en-US&anchor=YouTube.&index=9&md5=ae75f125a3812e9d272c4ebc1cc253b9)