



## Oportunidades de Inversión en la Argentina

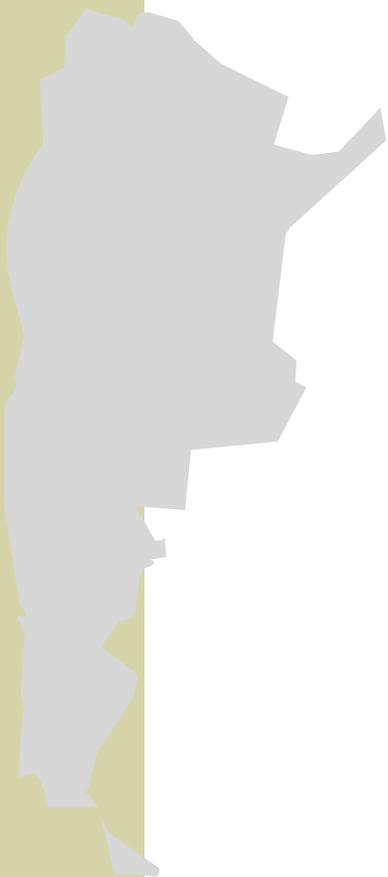
**Arturo García Rosa**  
Presidente  
HVS Argentina

Buenos Aires Junio 14, 2007

## Panorama del Mercado de la Hospitalidad

- Arribo de turistas extranjeros  
**4,7 millones** + **6,6%**
- Llegada de turistas extranjeros vía Ezeiza  
**2,06 millones** + **15,3%**
- Gasto total de turistas extranjeros en Argentina  
**M US\$ 3.228** + **22,3%**
- Gasto por pernoctación  
**US\$ 91** + **7,2%**
- Incremento Ocupación Mendoza y Bariloche  
**8,2%**      **2,3%**
- Incremento Revenues Buenos Aires: 5 estrellas y Luxury  
**5%**      **13%**

### Oportunidades de Inversión

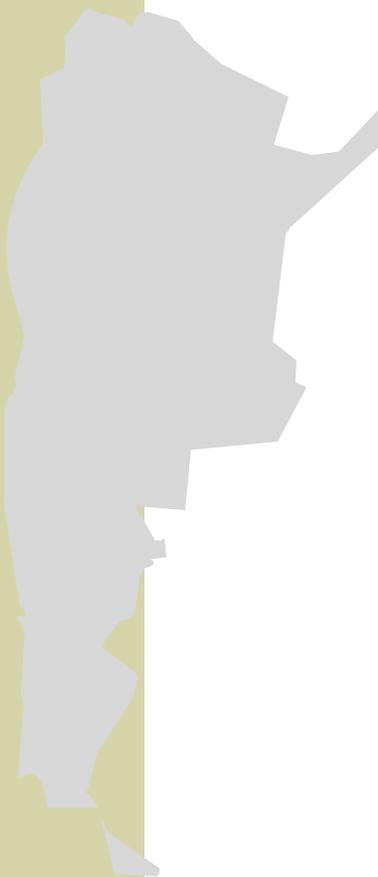
- 
- A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green background element.
- Demanda internacional creciente de productos como los que ofrece la Argentina
  - Oferta turística diversificada en cuanto a regiones, topografías y climas
  - Ausencia de terrorismo y desastres naturales
  - Excelente relación precio-calidad
  - Potencial para explotar el negocio de Golf Resorts
  - Oportunidades en el segmento Selected Services (principalmente en el interior del país)

## ¿Quiénes invierten?

- Emprendedores independientes nuevos en el negocio
- Grupos Hoteleros nacionales
- Propietarios de terrenos
- Grupos inversores extranjeros
- Desarrolladores inmobiliarios nacionales e internacionales



### ¿Dónde? ¿Por qué?

A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping the green background.

**Buenos Aires (Puerto Madero, Recoleta, Palermo, San Telmo):** sede corporativa y académica, atractivos turísticos, culturales, deportivos, gastronómicos, etc.

**Mendoza:** turismo de aventura y enológico, esquí, congresos y convenciones, mercado corporativo en desarrollo

**Bariloche y Villa La Angostura:** centros turísticos de vacaciones de invierno, centro tecnológico y científico, mercado corporativo en desarrollo

**Iguazú:** principal centro turístico del NE argentino

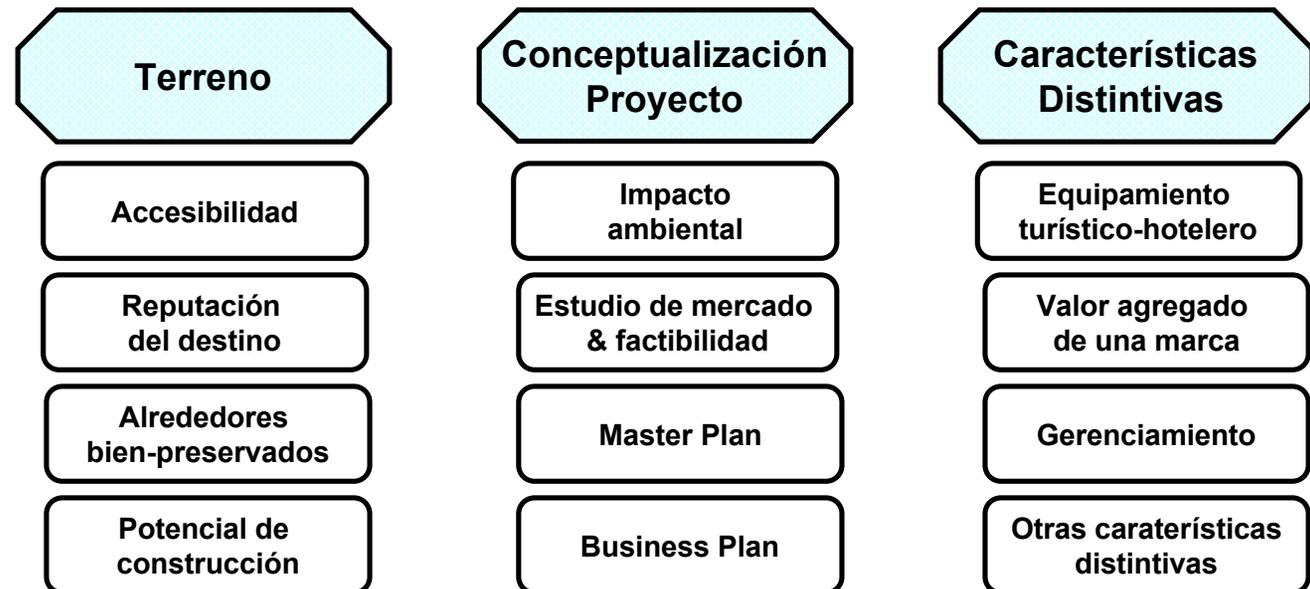
**Salta y Jujuy:** importantes atractivos turísticos, industria vitivinícola

**¿En qué tipo de proyectos?  
¿Hoteles, Resorts, Mixed-Use?**

### **Tipos de proyectos (independientes, franquicias o management):**

- Hoteles de lujo
- Hoteles 5 estrellas
- Hoteles 4 estrellas (selected services/business)
- Mixed-use projects (combina hoteles, casino, golf, spa, complejos comerciales, oficinas, residencias, centros médicos)
- Resorts
- Condo-Hoteles (hotel + residencias)
- Hoteles Boutique (home style / temáticos)

## Factores para una implementación exitosa

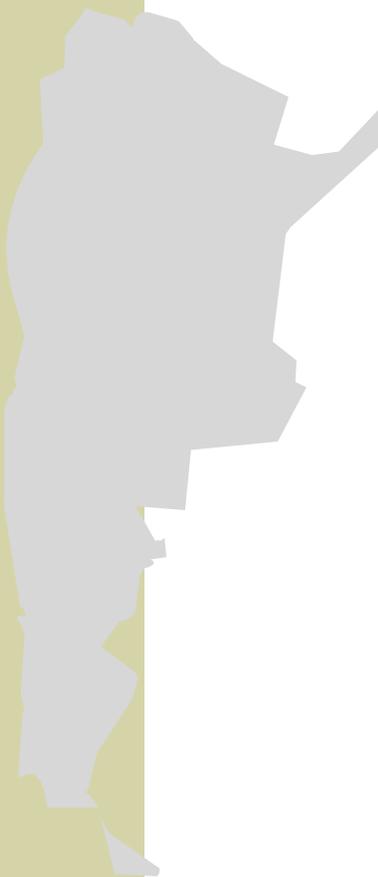


### Fácil acceso

- Cercanía con aeropuertos

### Reputación del destino

- La mayoría de los potenciales inversores, optan por propiedades localizadas en destinos con reputación.

A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar. The map shows the outline of the country, including its major islands and the Strait of Magellan.

## **Alrededores bien preservados**

- Los potenciales compradores valúan fuertemente la garantía de que el desarrollo de las áreas cercanas serán mantenidas en buen estado

## **Potencial de construcción**

- Para evitar las revisiones del proyecto y las posibles interrupciones en la construcción, es necesario comprender las restricciones zonales para la construcción en un determinado terreno

## **Impacto ambiental**

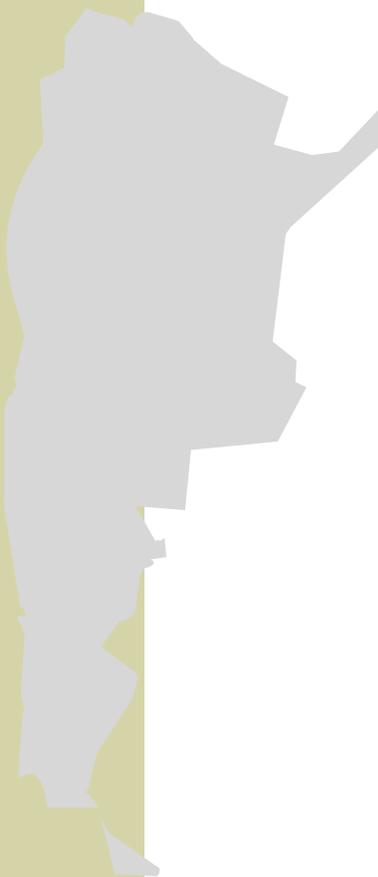
- Analizar las regulaciones zonales y anticipar las necesidades de infraestructura

## **Estudio de mercado y factibilidad**

- Evaluar el destino como generador de demanda y avalar los resultados del análisis de factibilidad económico financiero

## **Master Plan**

- Herramienta fundamental para la estructuración del proyecto y para las distintas etapas de su desarrollo, fondeo, búsqueda de socios y marketing del proyecto.

A light gray silhouette of the map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar. The map is oriented vertically, with the top of the map pointing towards the right side of the slide.

### Equipamiento Turístico-Hotelero

- Los distintos elementos turísticos-hoteleros - Hoteles, Canchas de Golf, Spas, Centro de convenciones, Parques de Agua, Centros Comerciales, etc., son el alma de un Proyecto. “La Experiencia”.

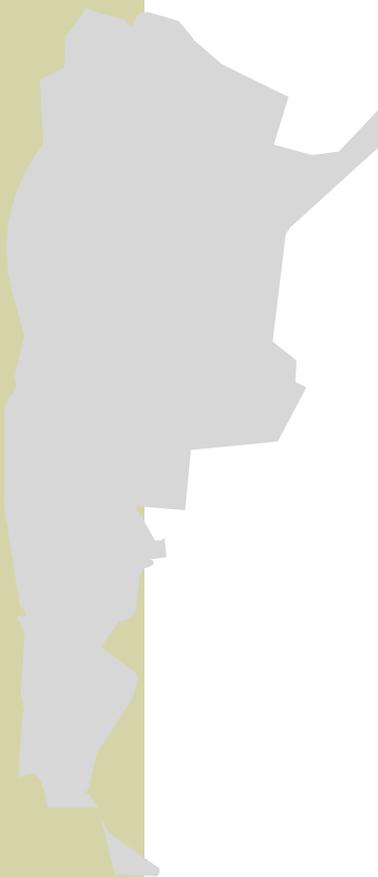
### Valor agregado de una marca

- Un factor importante de éxito para el proyecto es que todos los involucrados en las distintas etapas de desarrollo del mismo -desarrollador, arquitecto, inmobiliaria, operador del hotel, etc. tengan reconocidas background y experiencia en la industria

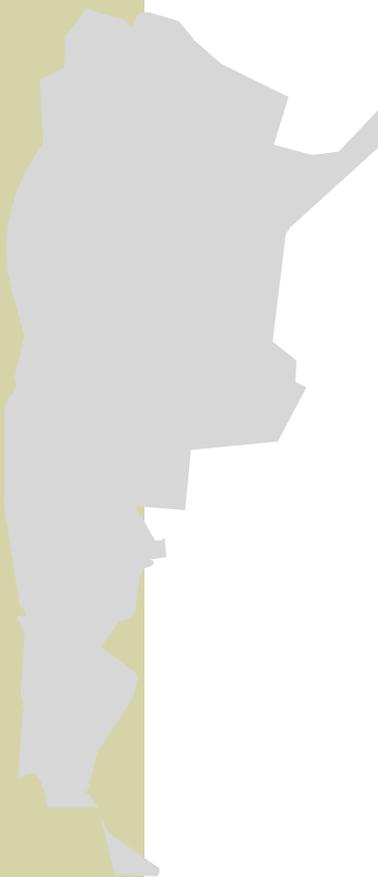
### Gerenciamiento

- Un administrador capaz no sólo debe servir para aumentar la reputación del proyecto, sino también para asegurar un escalamiento en el valor de las futuras fases del proyecto.

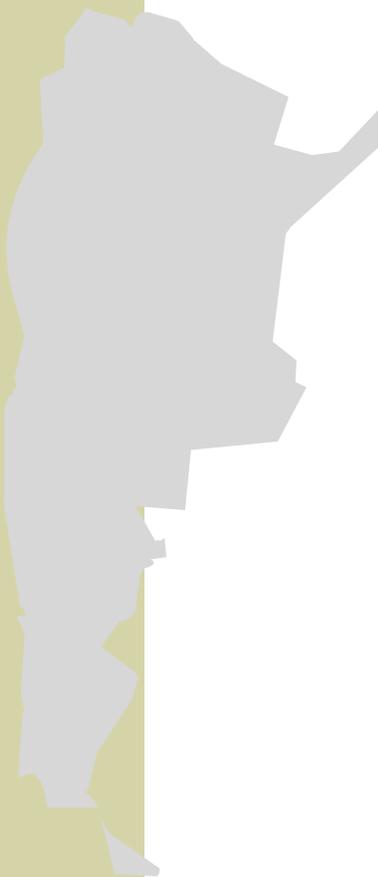
## Aspectos Competitivos de la Industria

- 
- A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar.
- Costos de construcción y desarrollo
  - Disponibilidad de terrenos a precios internacionales razonables
  - Recursos humanos calificados y con costos competitivos a nivel internacional.
  - Mejora relativa de los retornos al capital invertido comparado con otros países.

### Perspectivas del negocio

- 
- A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar.
- Crecimiento sostenido de la economía global favorece al turismo
  - Alta liquidez internacional disponible para ser invertida en mercados emergentes
  - Perspectivas de crecimiento para el segmento Selected Services derivada de la sostenida mejora en las economías del interior
  - La OMT estima un crecimiento para América Latina en el arribo de turistas superior a otras regiones del mundo
  - Se estima que se mantendrán los importantes incrementos en el flujo de turismo interno

### Proyectos Potenciales y en Desarrollo

A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar.

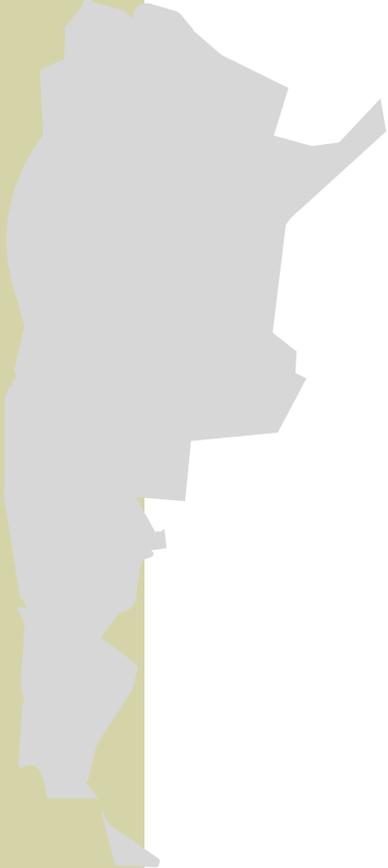
#### Buenos Aires

- Alvear (Plaza San Martín)
- Alvear (Puerto Madero)
- Madero Harbour (Puerto Madero)
- Opera Bay Luxury Hotel (Puerto Madero, 2010)
- Proyecto 5411 Luxury Hotel (Puerto Madero, 2010)
- Faena - Proyecto Norman Foster (Puerto Madero, 2010)
- Novotel – Ibis (Buenos Aires, 2008)
- Sofitel (Campana)

#### Mendoza

- Sheraton Mendoza (2007)
- Hotel Temático de Lujo (Mendoza, 2008, Bodegas O. Fournier)

## Proyectos Potenciales y en Desarrollo

A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green vertical bar.

### Iguazú

- Hilton
- Club Tapiz
- Loi Suites
- Park Hyatt Resort

### Salta

- Proyecto Mixed-Use en Valles Calchaquíes

### Ushuaia

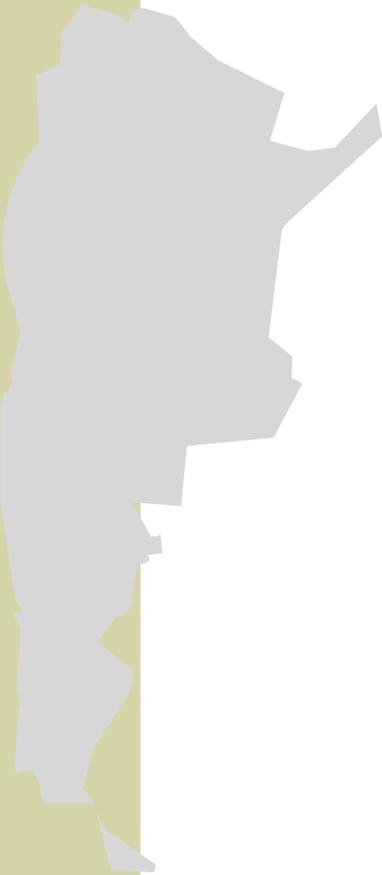
- Hilton

### Neuquén

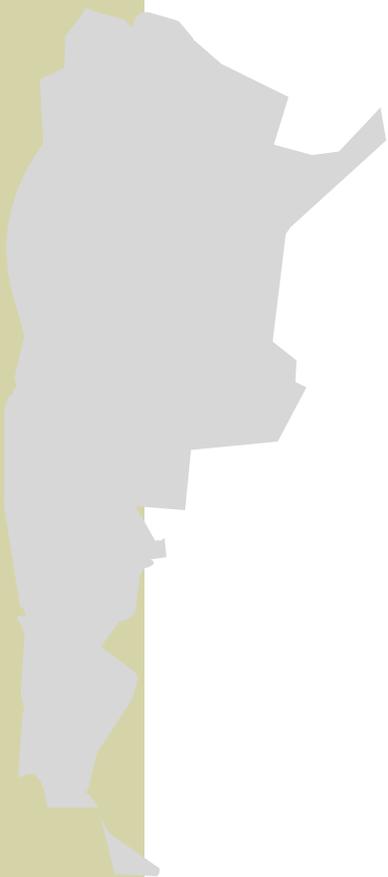
- Los Canales Patagonia & Resort (Neuquén)

### Regímenes de Promoción Turística

- Existen regímenes de promoción ?
- Existe fácil acceso al financiamiento ?
- Que se puede esperar al respecto ?



## Perspectivas del negocio

- 
- A light gray silhouette map of Argentina is positioned on the left side of the slide, partially overlapping a light green background element.
- Es el momento de invertir en el negocio del turismo en Argentina ?
  - Continúa habiendo oportunidades ?
  - Hay mercados saturados ?
  - Que se puede esperar del negocio del turismo en Argentina ?



**Muchas Gracias !!!**

**Arturo García Rosa**  
Presidente  
HVS Argentina

**[agrosa@hvs.com](mailto:agrosa@hvs.com)**

Buenos Aires Junio 14, 2007