

Inversiones Turísticas

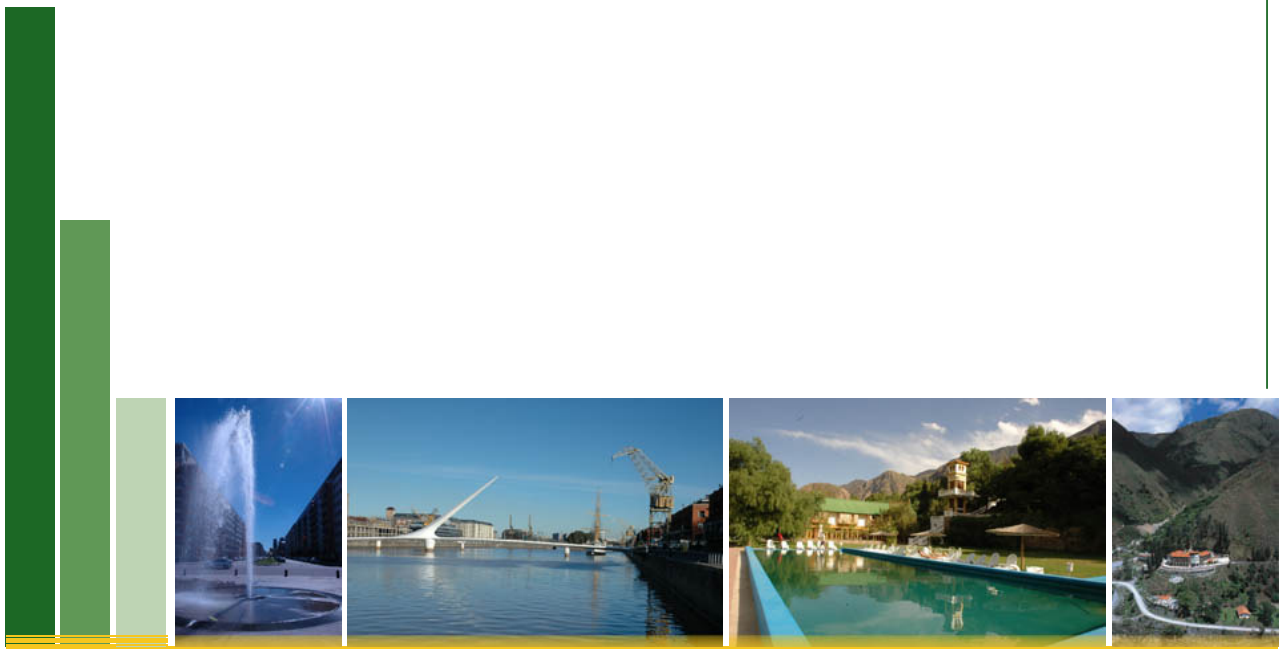
NOVEDADES

Dirección Nacional de Desarrollo Turístico

Dirección de Inversiones Turísticas

Elaboración: Lic. María Alejandra Corral

ENERO 2008



Inversiones Turísticas

Novedades
Enero 2008

02/01/2008

NOVEDADES

EL SECTOR INMOBILIARIO Y EL RETAIL LIDERAN LOS PLANES DE EXPANSIÓN PARA ESTE AÑO

El consumo impulsa inversiones por u\$s 17.000 millones en 2008

Automotrices, shoppings, cadenas de electrodomésticos, hipermercados, empresas de real estate y el turismo buscarán satisfacer la creciente demanda consumista

La recuperación del poder adquisitivo, los aumentos de salarios, el incremento del ingreso medio de los trabajadores, la reducción de la alícuota del Impuesto a las Ganancias, y otras medidas tomadas desde la Casa Rosada impulsan anuncios de fuertes inversiones para este año en sectores relacionados con el consumo.

Es que lejos de enfriarse, la economía mantiene un impulso sostenido, y se estima que durante este año que comienza se volcarán u\$s 17.000 millones (\$ 55.000 millones), a proyectos destinados a cubrir una demanda que se mantendrá creciente y sustentando el boom de consumo.

La música que acompañará esta melodía consumista que tanto gusta a los oídos del Gobierno será interpretada por el turismo, el sector inmobiliario, las automotrices, cadenas hoteleras, operadoras de telefonía, hipermercados, locales de venta de artículos electrodomésticos y centros comerciales.

Puerto Madero seguirá siendo la zona estrella. Se lleva u\$s 2.000 millones del total en los grandes proyectos. Varios serán en el Dique 1, la parte más vírgen de esa zona. GD comenzará la construcción de su mega proyecto '+5411', y NewSide le pondrá los primeros toques a 'Madero Harbour', en tanto que Visora y Fernández Prieto arrancarán con 'ZenCity'. Fuera de Puerto Madero está previsto que se comiencen a ver movimientos en el ex Albergue Warnes – donde se construirán varias torres de viviendas –, así como en la ex Ciudad Deportiva de La Boca, donde IRSA levantará un complejo mixto.

Turismo: el sector hotelero tendrá mucho que aportar. También en el Dique 1, los mexicanos de Mayan Resort comenzarán las obras de un cinco estrellas. Pegado a este establecimiento, la cadena Hilton dirá presente. También comenzará a ver la luz de el primer Conrad y llegarán las cadenas de lujo St. Regis; Mandarin (de Hong Kong) y Ritz Carlton.

También habrá varios emprendimientos para la zona norte, concentrados en Vicente López, San Isidro, Tigre, Benavidez y Pilar. Se trata de complejos más pequeños que apuntan a brindar servicios a los vecinos de los barrios cerrados en cuanto al abastecimiento de indumentaria, comida y entretenimiento.

El Cronista Comercial - Negocios - Pág. 16

02/01/2008

NOVEDADES

ESPLENDORES PALERMITANOS

En el recientemente inaugurado hotel Esplendor de Palermo SoHo, un nuevo emprendimiento de la cadena Fën Hoteles, se presentará la muestra del artista Dani Vega, que esta vez exhibe en la terraza del edificio cerca de 150 obras pequeñas que aluden a un nuevo modo de habitar los espacios. Ubicado en Guatemala 4931, el flamante **hotel** forma parte del plan de expansión de la cadena. Además de Palermo, en 2008 tiene prevista la apertura de otro establecimiento de similares características en la ciudad de Rosario, así como un desembarco en países de la región que comenzará con la inauguración del Hotel Guaraní, de Asunción del Paraguay, a principios de este año.

www.fenhoteles.com

La Nación - Sup. Arquitectura - Pág. 2

02/01/2008

INAUGURADO

ARDE PALERMO VIEJO

Otra noticia de la cadena Fën Hoteles es que ya inauguró un hotel de su línea Dazzler en Palermo Viejo, en la calle Juncal, entre Billinghurst y Sánchez de Bustamante. Cuenta con 18 habitaciones distribuidas en nueve pisos, todas con balcón propio y amobladas con diseños contemporáneos. Tienen 45 m², más un balcón con deck de madera y un gran ventanal que corre de lado a lado; además, están equipadas con kitchenette eléctrica, mesa americana con taburetes, baño con jacuzzi y conexión inalámbrica Wi-Fi. En marzo de 2008 también se inaugurará un exclusivo restaurante de diseño en la planta baja del hotel.

La Nación - Sup. Arquitectura - Pág. 2

02/01/2008

AMPLIACION

TRABAJOS A CARGO DE LA CONSTRUCTORA LONDON SUPPLY

El aeropuerto del fin del mundo crece en superficie

Con una inversión de \$ 20 millones iniciaron las obras de ampliación de la terminal **aérea** de Ushuaia

Se iniciaron las obras de ampliación del Aeropuerto Internacional Malvinas Argentinas de la ciudad de Ushuaia. El proyecto, al igual que las obras actuales, corresponde al arquitecto Carlos Ott.

Las obras de ampliación, acordadas entre la Provincia de Tierra del Fuego y la constructora London Supply, corresponden a un plan de inversión de aproximadamente \$ 20 millones y un plazo estimado de ejecución de 14 meses.

En esta primera etapa se está trabajando sobre las bases de fundación de las nuevas áreas del edificio terminal.

Obras: Entre ellas, se cuenta la instalación de ascensores, escaleras mecánicas y nuevas cintas transportadoras de equipaje. Además, se producirá un incremento en las superficies del hall de

arribos, en el área de retiro de equipajes, oficinas comerciales para compañías aéreas, sector comercial, hall de salidas y nuevas posiciones de check in.

El Cronista Comercial - Sup. Transport & Cargo - Pág. 1

04/01/2008

PROYECTO

LA TERMINAL ESTARÍA LISTA PARA ABRIL

La instalación del cielorraso bajo la cubierta de las dársenas y el inminente inicio de la colocación de pisos en los locales sanitarios y de servicios, son los dos rubros que se destacan en el avance de obra que registra la construcción de la nueva terminal de ómnibus San Francisco de Asís.

De acuerdo con las estimaciones de profesionales relacionados con la obra, la terminación de las tareas que permitan la definitiva mudanza de las instalaciones se ubicaría a fines de marzo o los primeros días de abril.

Si bien la empresa Ingeniería Beltrán SA, principal contratista, continúa desarrollando sus labores a buen ritmo, el mes de enero significa una merma en la actividad; sobre todo, teniendo en cuenta el período de vacaciones, que incluye al personal municipal responsable del control o dirección de algunos de los trabajos que se vienen desarrollando.

Por otra parte, se registra un avance interesante en la denominada "segunda etapa" de la construcción, que incluye áreas de pavimento y sectores de carga que la firma realiza aprovechando el personal que va quedando con menos ocupación dentro de la obra principal.

La nueva terminal tiene un presupuesto oficial de \$ 26.999.555,27, de los cuales, de acuerdo con lo anunciado oportunamente desde el Ejecutivo municipal, el 80% es aportado por la Nación.

Por otra parte, al momento de adjudicarse su ejecución, la comuna aseguró que, sobre el proyecto original, se harían economías que permitirían reducir en un 20% el costo final de la obra.

La Nueva Provincia - Bahía Blanca -

04/01/2008

PROYECTO

INVERSIÓN EN JUEGOS DE AZAR

La empresa Neogame inició la construcción del hotel Casino en el acceso sur de esta ciudad. El establecimiento contará con 70 habitaciones, restaurante y un centro de convenciones. La apertura forma parte de un programa recreativo, turístico y educativo acordado entre el Instituto de Asistencia Social-que administra los juegos de azar en la provincia- y Neogame, adjudicataria de la concesión por 15 años del casino provincial. Se ha previsto una inversión total de 179 millones de pesos. La promoción del turismo demandará un desembolso de 50 millones y las obras edilicias, otra de 51 millones de pesos.

La Nación - Economía & Negocios - Pág. 1

08/01/2008 01:43

INAUGURADO

HOTEL EN CHAPELCO

Con una inversión de \$30 millones, Loi Suites Chapelco Hotel, el nuevo emprendimiento de la familia Loitegui, abrió sus puertas en San Martín de los Andes.

BAE - Negocios - Pág. 17

08/01/2008

PROYECTO

TAMBIÉN CONSTRUYE OTROS DOS ESTABLECIMIENTOS EN IGUAZÚ Y NEUQUÉN

Loi Suites abre un hotel en Chapelco

NURIA REBÓN Buenos Aires

Al igual que las principales cadenas hoteleras internacionales, los grupos argentinos concretan sus planes de expansión en el país, alentados por el boom del **turismo**, especialmente de los visitantes extranjeros, que el año pasado dejaron unos u\$s 4.200 millones en el país. Mientras construye **hoteles** en Iguazú y en la ciudad de Neuquén, la cadena argentina Loi Suites acaba de inaugurar un cinco estrellas en Chapelco, San Martín de Los Andes, Neuquén. El nuevo emprendimiento de la familia Loitegui, que demandó \$ 30 millones de inversión, está ubicado en un predio de 226 hectáreas, dentro del complejo Chapelco Golf Resort, donde se encuentra la primera cancha de golf diseñada por el prestigioso Jack Nicklaus en Sudamérica. Loi Suites Chapelco Hotel tiene 76 habitaciones y nueve suites con vista al golf, dos restaurantes de cocina internacional, wine bar, piscinas cubierta y al aire libre, spa y gimnasio, además de tres salones para congresos con capacidad para 250 personas. Así, la cadena suma su cuarto **hotel** en el país, ya que tiene otros tres en Buenos Aires y uno en la ciudad brasileña de San Pablo. Pero prepara en breve nuevas aperturas. Como anticipó El Cronista, Loi Suites invertirá más de \$ 25 millones en Iguazú para levantar un cinco estrellas de 154 habitaciones y ocho suites, piscina y centros de convenciones en un lote de 9 hectáreas sobre el río Iguazú, ubicado dentro del predio de 600 hectáreas Selva Yriapú, a 15 kilómetros de las Cataratas. En esa misma zona construyen otras cadenas, como Park Hyatt, Hilton y Panamericano.

Este año, Loi Suites prevé inaugurar este establecimiento y otro en la ciudad de Neuquén, un destino cada vez más demandado por su gran afluencia de clientes corporativos.

El Cronista Comercial - Negocios - Pág. 20

12/01/2008

PROYECTO

CONFIRMAN QUE CONSTRUIRÁN UN HOTEL 4 ESTRELLAS

La inversión es de un grupo de cooperativas agrícolas del sur, que quieren realizar el emprendimiento.

Villa General Belgrano. Hace un mes se conocía que Villa General Belgrano podría contar con

un hotel cuatro estrellas. El proyecto de un grupo empresario había sido entonces devuelto por el municipio porque no reunía algunos requisitos de la reglamentación local.

Pablo Sgubini, secretario de Turismo municipal, comentó ahora que la empresa interesada avanzó en el proceso y ya realizó la nueva presentación al municipio con el proyecto adaptado a esos requerimientos.

La inversión –como informó este diario hace un mes– corresponde a un grupo de cooperativas agrícolas del sur provincial que se han unido para crear un hotel de categoría en esta localidad para sus socios, pero que estaría abierto también al público en general, ubicado sobre la ruta 5, al pie del Cerro de la Virgen.

El hotel será el segundo de cuatro estrellas en todo Calamuchita.

Una vez aprobada la presentación formal de toda la documentación requerida, se estima que podría comenzar la construcción a mediados de este año.

Guardaambientes. Precisamente en el Cerro de la Virgen, desde este año se implementó por primera vez la figura del guardaambiente para el paseo de ascenso, una de las excursiones típicas para los turistas en esta localidad.

El objetivo es instrumentar el cuidado del ambiente, la prevención de incendios, la preservación de especies nativas, así como cumplir con la función de asistente al turista. Diariamente, de 10 a 20, el guardaambiente recorre todo el sendero desde el pie (sobre la ruta 5) hasta la cima.

Según Sgubini, la función del guardaambiente se complementará en breve con los que será un sendero temático que se habilitará en ese recorrido, cuando se agregue cartelería informativa sobre la flora, fauna y datos histórico del paseo.

Sgubini anunció que el ingreso a ese recorrido se modificará, tras un acuerdo con los propietarios del nuevo hotel que se construirá en el punto actual, al pie del cerro.

La Voz del Interior - Córdoba – Regionales

14/01/2008

PROYECTO

COMPETIRÁN EN NUEVOS DESTINOS CON LAS GRANDES MARCAS INTERNACIONALES

Las cadenas nacionales invertirán u\$s 200 millones en nuevos hoteles

El turismo y los viajes corporativos impulsan a las cadenas locales a abrir **hoteles** de cuatro y cinco estrellas en zonas con poca oferta de categoría y en ciudades tradicionales. El récord en arribos de turistas extranjeros, que el año pasado dejaron u\$s 4.200 millones en el país; y el crecimiento económico, que impulsa los viajes de negocios, alientan la construcción de nuevos hoteles en toda la Argentina. Mientras las cadenas internacionales –Hilton, Hyatt, Radisson o Sheraton, por citar algunas– se enfocan especialmente en los tradicionales destinos turísticos, las nacionales se expanden además a otras ciudades no tan solicitadas, como Neuquén, Santa Rosa o Rosario. Las seis principales cadenas argentinas, en forma directa o junto a socios, destinan hoy más de u\$s 200 millones para la construcción de 19 **hoteles**. Iguazú, uno de los principales destinos del país con un millón de turistas, concentra la atención de la mayoría de ellas.

En junio, frente al Hito Tres Fronteras, abrirá el Amerian Portal del Iguazú, un cuatro estrellas de 70 habitaciones.

Y, antes de fin de año harán lo propio Loi Suites, de la familia Loitegui, con 170 habitaciones; y Panamericano, de la familia Relatz, con 120 cuartos. Ambos estarán ubicados dentro del predio de 600 hectáreas Selva Yriapú, a 15 kilómetros de las Cataratas, donde también construyen cadenas internacionales como Hyatt y Hilton.

Unos 300 kilómetros al sur, en Posadas, el Grupo Álvarez Argüelles –familia dueña del marplatense Costa Galana, entre otros– gerenciará un nuevo cuatro estrellas de 130 habitaciones que también estará funcionando antes de diciembre. La capital misionera no tiene suficiente oferta hotelera de categoría y el grupo apunta a aprovechar a quienes llegan desde Iguazú a visitar las ruinas jesuíticas, ubicadas a 40 y 60 kilómetros de allí. De Salta a Neuquén

En Salta, Design Suites –del Grupo Solanas– reforma el Palacio Usandivaras para transformarlo en un cuatro estrellas de 60 habitaciones, que estaría listo el año próximo. En tanto, la cordobesa Amerian está por cerrar con un socio para llegar a la ciudad, que creció mucho en turismo y suplió, en parte, la escasez de vuelos con una aérea propia, Andes. Unos 2.000 kilómetros al sur, otro destino está en la mira de varias empresas, algunas de las cuales ya están construyendo. Se trata de la ciudad de Neuquén, que posee hasta ahora una escasa oferta de categoría y, aunque no tiene un alto atractivo turístico, recibe viajeros corporativos, sobre todo por la industria petrolera.

Allí, Amerian levanta un hotel de 130 habitaciones. En tanto, Alvarez Argüelles –propietario del único cuatro estrellas de la ciudad, Del Comahue– está por construir otro de 120 cuartos. También Loi Suites, que días atrás abrió un cinco estrellas en Chapelco, comienza a edificar su proyecto. En 2009 estarían listos los tres.

Un destino similar, aunque con menor demanda y oferta, es Santa Rosa. A la capital pampeana arribarán en 2009 y 2010 Amerian y Álvarez Argüelles, en ambos casos, gerenciando los establecimientos con socios locales a cargo de la inversión.

Este último grupo, además, llegará a Mendoza, ya que cerró un acuerdo con Danone para remodelar y ampliar el tradicional hotel Villavicencio –cerrado desde el Mundial de 1978–, que reabriría sus puertas en dos años con 130 habitaciones.

El Cronista Comercial - Negocios - Pág. 18

14/01/2008

PROYECTO

INVERSIONES PARA LA ESCOLLERA NORTE E IMPULSO A LA TERMINAL DE CRUCEROS

Fiel a su historia de hombre ligado a la industria turística, Eduardo Pezzati no olvida el proyecto de añadir al Puerto de Mar del Plata una terminal de Cruceros.

Como primer paso en ese camino, piensa mejorar la Escollera Norte, a la que calificó como "muy degradada". Y después, volver a la carga ante las empresas internacionales de cruceros para que incluyan a Mar del Plata entre los puertos a tocar en su derrotero.

Al respecto, Pezzati recordó que existe un convenio nunca aplicado a través del cual la Armada realiza una cesión de la Escollera Norte.

Tras recordar que "es el espacio ideal para apostar la terminal de Cruceros", Pezzati explicó que "la idea es hacer una inversión importante que incluya su pavimentación y parquización. Queremos aprovecharla turísticamente y también para que los buques -tanto pesqueros como del Inidep- que operen allí lo hagan en otro contexto".

La Capital - Mar del Plata - La Ciudad

16 /01/2008

REAPERTURA DE DIQUECITO HEALTH RESORT

Diquecito Health Resort reanudó sus actividades luego de varias remodelaciones edilicias que se realizaron durante el período de las últimas fiestas. Asimismo, el Resort ofrecerá a sus huéspedes una mayor cantidad de habitaciones con excelente confort y servicios de hotelería. De esta manera habiendo cumplido 62 años de trayectoria el pasado 5 de enero, Diquecito Health Resort brindó un cocktail para huéspedes y amigos el viernes pasado en sus renovadas instalaciones de La Calera donde se pudieron apreciar las obras. El exclusivo evento contó con la presencia figuras destacadas del medio local, medios de prensa, sus directivos y huéspedes. Además se entregó un reconocimiento al Dr. Norman Romanenghi, quien fuera director médico de Sanatorio Diquecito y actualmente asesor del directorio. El catering de la velada estuvo a cargo del Cheff de Diquecito, Pablo Fernández y la musicalización de la banda "The Greats" quienes hicieron bailar a los invitados con música de los Beatles y de los 80'. "Nos sentimos honrados por los logros que hemos conseguido en estos 62 años de trabajo y dedicación, avocados a los avances científicos y los tratamientos de salud" argumentó Andrés Hussey, Presidente de Diquecito Health Resort, y agregó "Del mismo modo nos sentimos orgullosos de haber realizado esta remodelación en las instalaciones para poder brindar cada día un mejor servicio."

La recepción, el lobby se aggiornó con nuevo mobiliario en la zona de espera, al igual que el pasillo de la planta baja donde se bajó el cielorraso y se colocó un nuevo sistema de iluminación. Las escaleras principales que van desde el lobby a los niveles 1 y 2 también fueron restauradas. Los restaurantes "Algarrobo" y "Sierras" fueron reambientadas en tonos verdes y naranja con marrón respectivamente; en ambos casos se modernizó la iluminación incorporando nuevas luminarias colgantes sobre las mesas individuales.

También se cambió el piso del subsuelo del Área Médica, unificando todo el sector en porcelanato. Respecto a las habitaciones, además de una renovación integral, en varias se colocó piso de parquet que aporta calidez ya que Diquecito Health Resort, al ser una institución de salud, debe cumplir con estrictas normativas de sanidad.

Actualmente Diquecito cuenta con cuatro categorías de habitaciones:

Orquídea: Son departamentos de 2 habitaciones amplias, con pequeño hall distribuidor y baño. Cuentan con una vista privilegiada y balcón.

Edelweiss: De las mismas características que el Orquídea pero con solo 1 habitación.

Azalea: Son habitaciones de categoría intermedia, cómodas y agradables, y cuentan con Tv por cable.

Amapola: Son las habitaciones más sencillas que cuentan con las comodidades básicas, vista al parque, baño privado, teléfono, y TV por cable.

El trabajo de la remodelación de los restaurantes y la recepción estuvieron a cargo de la Arquitecta Marina German, mientras que el plan integral de renovación de las habitaciones fue proyectado por el estudio del Arquitecto Carlos Escayola.

DIQUECITO HEALTH RESORT es la empresa líder en la Argentina en atención médica especializada en obesidad, trastornos alimentarios, estrés, dependencias y terapias para corregir hábitos de vida. Está dirigido por médicos especializados en la aplicación de tratamientos reconocidos mundialmente y desarrollados a partir de investigaciones propias de más de 60 años.

Fue fundado hace 60 años por el Profesor Dr. Pablo Busse Grawitz (fallecido en 1983), quien fuera Profesor Honoris Causa de la Universidad de Berlín, y dos veces candidato al Premio Nobel en Medicina por sus investigaciones científicas.

Su equipo multidisciplinario está formado por especialistas en clínica médica, cardiología, nutrición, dermatología, endocrinología, neumonología y psicología, además de fisioterapeutas y kinesiólogos, esteticistas y profesores de educación física. Los profesionales médicos DIQUECITO HEALTH RESORT desarrollan investigaciones que van a la vanguardia científica en materia de dietología, reconocidos a nivel nacional e internacional.

Hostnews

17/01/2008

INAUGURADO

SAN PEDRO ESTRENA SU ÚNICA HOSTERÍA

San Pedro Norte. En el departamento Tulumba, sobre el antiguo Camino Real, la gente de San Pedro Norte acaba de habilitar su hostería municipal de ocho habitaciones y 30 plazas. El lugar tiene 300 habitantes en la zona urbana y mil en la rural, dedicada a la ganadería. El hecho cobra significación, si se considera que es el único lugar para pernoctar. Es atendido por estudiantes lugareños del Ciclo de Especialización en Turismo y Hotelería.

La Voz del Interior – Córdoba

18/01/2008

NOVEDADES

IMÁN DEL RELAX CINCO ESTRELLAS

Al epicentro turístico misionero ya no se lo relaciona únicamente con las cataratas. Cadenas como hilton, radisson y hyatt transitan la etapa de proyectos y construcción. Cabañas estilo lodge en el interior de la selva, canchas de golf, nuevos casinos y muelles para salir desde el hotel directamente hacia garganta del diablo, dominarán la escena. Las inversiones hoteleras gozan de gran protagonismo en los titui,; s del último año, especialmente en destinos emergentes C1 Cbn espacio físico vacante. En ese contexto, puede afirmarse que Iguazú ya no se relacionará únicamente con las imponentes Cataratas o con la tierra colorada que le da marco a la cerrada selva misionera. Los empresarios de la zona lo reconocen:, es el centros turístico que más atrae a los inversores, justamente por la escasa oferta de hoteles, sobre todo cinco estrellas. Es por ello que, en el último año, se desembolsaron 400 millones de pesos que permitirán ampliar en un 50 % la existencia de habitaciones exclusivas. En Iguazú, existe un amplio terreno de expansión para la hotelería de lujo que, con propuestas innovadoras, apunta a retener a los turistas por mayor tiempo, ya que generalmente el visitante no destina más de tres días al destino. La intención de las autoridades provinciales es generar un polo del turismo ecológico sobre el río Iguazú, en plena selva de Yryapú, un concepto que se ha convertido en un imán para los desarrolladores inmobiliarios y las principales cadenas internacionales. Aunque aún no abandonaron la categoría de proyecto, en algunos casos, y apenas se encuentran en el estadio de obra, en otros, las novedades hoteleras se multiplicarán en el corto plazo. Así, por ejemplo, se sabe que Radisson cortará cintas en 2008 con un complejo de 200 habitaciones con jacuzzi propio, concebido siguiendo los lineamientos de diseño arquitectónico de las antiguas misiones de la Compañía de

Jesús. En tanto, la cadena Hilton avanza con la construcción de su hotel de 160 suites y con la puesta a punto del campo de golf. Por su parte, el emporio Hyatt estudia un proyecto para construir un hospedaje estilo lodge, con cabañas en el corazón de la selva. Todas las cadenas tendrán una particularidad en común: una bajada exclusiva al río Iguazú, con muelles desde donde partirán las excursiones en lancha hasta el pie de las Cataratas.

LA ÚLTIMA PERLA

La más reciente inauguración hotelera es Panoramic, un boutique cinco estrellas con impactante vista hacia la unión de los ríos Iguazú y Paraná. A 15 minutos de las Cataratas, cuenta con 91 habitaciones (80 estándar y 11 suites) decoradas en un moderno estilo minimalista que ofrece un interesante contraste con los tonos extremos del entorno selvático. Desde cada área común es posible maravillarse con las impactantes postales que regala la singular ubicación, sobre una lomada con vista al Hito de las Tres Fronteras. Rodeado de jardines y vegetación desbordante, se encuentra, sin embargo, a sólo metros del centro de Puerto Iguazú. Ubicado en el quinto y último piso, el Panoramic Bar cuenta con la vista más privilegiada, disfrutable mientras se saborea el exclusivo servicio de té con tortas por la tarde, así como durante el momento de cócteles y tapas al atardecer. Sin duda, el centro de spa es fundamental si se trata de planear una estadía a puro rélax. Los tratamientos de yerba mate o de cobre y caviar son las estrellas del complejo, en sus variantes de aplicación corporal o facial. Aprovechando las generosas proporciones del terreno -donde anteriormente funcionara el Instituto de Previsión Social-, el grupo concesionario HCI construyó un área de casino con más de cien máquinas tragamonedas de última generación, ruleta electrónica y bar. En breve, se inaugurarán un gimnasio y dos salones de convenciones, todos con vista panorámica y un criterio estético que respeta el espíritu selvático del emplazamiento que suma jerarquía a la oferta del destino.

El Cronista Comercial - Nota - Sup. Clase Ejecutiva - Pag. 8

19/01/2008

PROYECTO

MÁS QUE UN HOTEL

Desarrollado bajo el concepto de condo-hotel, este emprendimiento pretende aportar "con un formato corporativo y servicios de cinco estrellas" distinción y variedad al centro de la ciudad. El grupo desarrollista cordobés Edilicia Suez, junto con su cadena Mégaron Condo Hotels, lanzó a fines de noviembre el Condo Hotel Mégaron City Owners & Guest, que se construye a partir de este mes en la intersección de las calles Maipú y 25 de Mayo, a metros de la city cordobesa, el corazón de las operaciones financieras y bursátiles de la ciudad.

Bajo el concepto de condo hotel, se desarrolla sobre un edificio de departamentos, subdividido bajo el régimen normal de propiedad horizontal, que cuenta con servicios hoteleros, en este caso de calidad cinco estrellas.

El edificio, con fachada de piel de vidrio de doble capa hermética, optimiza el confort térmico, logrando al mismo tiempo una expresión formal de carácter moderno.

De este modo, el diseño procura la jerarquización del entorno, con un formato corporativo y con espacios funcionales, resuelto en un bloque rectangular de 13 pisos, que alberga a sus 127 unidades –de entre 50 y 70 m² cada una– y suites de 100 a 110 m².

El desarrollo del edificio se plantea en forma respetuosa con su entorno, en particular con el edificio histórico contiguo: la iglesia San Jorge. Se despega de su medianera generando una nueva fachada al sur y una apertura espacial hacia el templo, valorizándolo. Esta forma de

resolver los espacios permite, a su vez, el máximo aprovechamiento del terreno, que cuenta con 844 m².

Los espacios. El proyecto incluye una sala de convenciones para 150 personas, restaurante con 100 sillas, work office (Wi Fi) y estacionamiento público en dos niveles de subsuelo. La planta baja se resuelve con tres locales comerciales afines a la actividad hotelera y se remata con un ingreso imperial para el arribo y partida de los huéspedes. Dentro de los detalles generales, se puede destacar un amplio hall de doble altura, con acceso desde avenida Maipú, vinculando así el ingreso, la sala de convenciones, el restaurante y los works offices. El interior del hall retoma la línea de fachada de la iglesia y propone una continuidad espacial del atrio, a través de grandes paños vidriados.

Salvo planta baja, primero y segundo piso –que respetan la doble altura del salón de convenciones ubicado en el primer piso– el resto de los niveles se resuelven con promedio de 11 unidades por planta, debido a las diferentes dimensiones de cada una.

El emprendimiento ofrecerá un total de 11.150 m², insuando una inversión cercana a los u\$s 9 millones, resuelta a través de un fondo administrado por el grupo.

Fue proyectado por el estudio Suez Arquitectura, conducido por el arquitecto Roberto Suez, y tiene previsto un plazo de ejecución de 36 meses, dado los trabajos de submuración que deben desarrollarse en los dos niveles de subsuelo, que contendrán a 80 cocheras. Cinco estrellas. Desde su concepción, Mégaron City se articula como un hotel cinco estrellas, traducido en su nivel de servicios y amenities.

Además de las descritas, en su azotea contará con un sky health club con piscina in-out climatizada y nado contra corriente, solarium, gimnasio, spa y un circuito aeróbico en altura, único en Córdoba, de 100 metros con vista panorámica.

Las unidades de un condo hotel son más amplias que una habitación estándar de hotel. Son comparables con las de un departamento tradicional y están totalmente amobladas para cubrir altas exigencias.

Las habitaciones de Mégaron estarán equipadas y decoradas con refinado gusto, acorde a un emprendimiento de su jerarquía.

Dispondrá de amplios ventanales de aluminio, aire acondicionado frío y calor, anafe eléctrico, mesada granito con bacha de acero inoxidable, interiores de placard completos con frente vidriado, pisos flotantes melamínicos y mesadas de baño en granito.

La conserjería poseerá una central de comunicaciones con cada uno de los pisos y, también, comandará un sistema de circuito cerrado de televisión, con cámaras y monitores, para facilitar el control de los accesos y la seguridad.

La Voz del Interior - Córdoba - Nota - Sup. Arquitectura

19/01/2008

PROYECTO

QUIEREN HACER UN HOTEL DE LUJO EN EL EDIFICIO HISTÓRICO DEL COLEGIO LA SALLE

Ocupa una manzana en riobamba al 600, data de 1898 y tiene un alto valor patrimonial. Se lo anunciaron las autoridades a los padres y ex alumnos, que ya se movilizaron para frenar el plan. Dicen que 1.300 alumnos se quedarán sin patios y se oponen a que la institución se use para fines no educativos.

El edificio histórico del Colegio De La Salle, una construcción de fines del siglo XIX en Riobamba al 600, podría convertirse en un hotel cinco estrellas y en un centro de convenciones. Esa es la

intención que le anunciaron oficialmente las autoridades de la escuela a los padres y ex alumnos, que se movilizaron para frenar el proyecto. El plan consiste en darle la concesión del edificio por 30 años a un grupo económico cuyo nombre no trascendió, para que lo convierta en hotel. Aunque por ahora, no podrán avanzar porque intervino la Legislatura, que estudia catalogar el edificio para protegerlo.

"Hace poco más de un mes, las autoridades reunieron a las asociaciones de padres y ex alumnos para informar como un hecho consumado que van a concesionar el edificio viejo a un grupo económico por 30 años para que construya un hotel donde hoy está el patio de la escuela primaria y en las aulas circundantes. Y que en el patio de la secundaria se va a hacer un centro de convenciones. Según dijeron, como contraprestación el grupo va a construir un jardín de infantes en los patios del edificio más nuevo", contó Víctor Giunta, un ex alumno que creó la "Comisión de seguimiento del proyecto hotel La Salle cinco estrellas".

Ayer Clarín se acercó al Colegio De La Salle, pero una empleada informó que las autoridades no se encontraban y que nadie más

podía hablar sobre el tema. El colegio ocupa una manzana entre las calles Riobamba, Tucumán, Ayacucho y Viamonte. El edificio afectado es el que tiene entrada por Riobamba 650 y posee un gran valor patrimonial (ver La valiosa...). Su construcción, realizada en etapas, se inició en 1898 y se prolongó hasta 1927. Se utilizó el sistema de claustros, con un hall y una capilla que separa dos patios, alrededor de los cuales se dispusieron las aulas.

A fines de la década del 60, se hizo otro edificio, con entrada por Ayacucho, donde con los años se fueron concentrando todas las actividades del colegio, que hoy cuenta con 1.300 alumnos. Del edificio histórico, los chicos siguieron usando los patios, la capilla y el salón de actos para 1.500 personas. Mientras, desde hace unos 15 años sus 40 aulas se alquilan a instituciones educativas, como la escuela de hotelería La Suisse-CEPPEC, Aero Cessna o el Centro Universitario de Idiomas de la UBA.

Ese edificio antiguo es el que se pretende concesionar a un grupo económico, que construirá el hotel y el centro de convenciones en donde ahora están los patios y las aulas. El colegio apenas conservará un acceso restringido a la capilla y al salón de actos, pero a principios de cada año deberá presentar el cronograma preciso de las fechas en que los utilizará.

Los ex alumnos no se oponen a que se alquile el espacio para actividades educativas, pero no aceptan que se altere el edificio o que hagan un hotel. Por eso recurrieron al grupo Basta de Demoler, que los vinculó con la diputada Teresa de Anchorena (Coalición Cívica), presidenta de la Comisión de Patrimonio Arquitectónico de la Legislatura porteña. "Presenté un proyecto de catalogación de todo el colegio y el inmueble va a quedar inhibido hasta que salga la ley –explicó Anchorena–. Mientras, no van a poder tirarlo abajo o a hacer obras que afecten su integridad". La diputada también notificó a la Subsecretaría de Patrimonio Cultural de la Ciudad y a la Dirección General de Fiscalización y Control de Obras y Catastro, donde un arquitecto de apellido Polizzi está tramitando el permiso de obra para levantar el hotel.

"Pude ver el proyecto y no me pareció bueno –opinó Anchorena–.

En Riobamba y Tucumán quieren construir un cubo de vidrio y metal que va a tapar al edificio antiguo. Además quieren hacer varios desniveles y dos nuevas fachadas sobre Riobamba". Si se aprueba la ley de catalogación, los dueños deberán cumplir ciertas reglas. "Lo ideal sería que el edificio siga destinado a la educación, pero si eso no fuera posible y continuaran con la intención de convertirlo en hotel, van a tener que respetar los distintos grados de protección establecidos por la catalogación. Esta va a determinar cuáles son las partes que no se pueden tocar, cuáles sí pero con limitaciones y dónde los arquitectos pueden hacer lo que les parece", detalló Anchorena.

La subsecretaria de Patrimonio Cultural, Josefina Delgado, contó que el 10 de enero también le enviaron una nota al hermano Carlos Alborno, una de las autoridades del colegio: "Le pedimos que informe si están llevando a cabo tareas de demolición, de ingeniería o de albañilería como

parte de un proyecto que altere el edificio o su fachada o si hay una obra prevista. Hasta ahora no tuvimos respuesta".

Clarín - Nota - La Ciudad - Pag. 54

19/01/2008

NOVEDADES

LOTERÍA CHAQUEÑA LICITARÁ EN FEBRERO UN HOTEL CASINO PARA CHARATA

CHARATA, (Agencia).- En febrero se pondrá en marcha la licitación del hotel casino que Lotería Chaqueña concesionará para funcionar en esta ciudad. Además, en poco tiempo más, se pondrán en marcha licitaciones para la apertura de hoteles casino en Villa Ángela, General San Martín y Castelli (con una extensión a Río Bermejito).

También, en todas las cabeceras de los departamentos del interior provincial, se licitarán centros de entretenimientos, que no tendrán la categoría de casino. Así lo anunció a Radio Nueva Era Juan Manuel Pedrini, titular de Lotería Chaqueña.

Pedrini adelantó que para la licitación que se lanzará en Charata en febrero próximo hay varios oferentes locales y de otras provincias, que pugnarán por la concesión del casino. "Hoy, Charata es una plaza que despierta el interés de inversores de todo el país, por la pujanza de la ciudad, impulsada por los precios de la soja y de los campos", destacó el funcionario. Al respecto, confió que el nivel de consultas que recibe Lotería sobre esta ciudad está al nivel del interés que despierta el hotel Gualok de Sáenz Peña. "Es una oportunidad de inversión muy interesante que Lotería no quiere dejar pasar", anotó.

La intención de Lotería Chaqueña es que, al margen de la instalación de un hotel casino, Charata tenga también una única sala de juegos, a modo de un centro de entretenimientos, con salones de convenciones, microcine y restaurantes de categoría. "Queremos que esta ciudad tenga una infraestructura social y cultural mejor de la que tiene actualmente", observó el titular del ente.

La licitación pública para esta sala también se abrirá en poco tiempo más, y será el único permiso que otorgará Lotería Chaqueña para la apertura de una sala en esta ciudad. El funcionario explicó que en todo el interior provincial, Lotería Chaqueña licitará, además de hoteles casino, centros de entretenimiento que deberán contar con juegos electrónicos, una confitería y un restaurante perfectamente separados de las salas de juego, con un policía uniformado en la puerta que impida el acceso de menores. Además, deberán tener un salón de usos múltiples refrigerado- donde se puedan realizar actividades culturales abiertas a la comunidad y una playa de estacionamiento iluminada que deberá funcionar durante las 24 horas. Todo tendrá un estricto control de Lotería Chaqueña, a través de un sistema informático on line, que permitirá conocer cuánto dinero se está jugando en cada máquina. Pedrini dejó claro que la condición excluyente para montar un casino en cualquier localidad del interior chaqueño será la construcción de infraestructura hotelera, para mejorar las condiciones de turismo y para generar empleo para los chaqueños. "Así, se reactivará la industria de la construcción, del entretenimiento, la gastronomía, y los pueblos del Chaco podrán tener un lugar en perfectas condiciones donde se pueda pasar un momento agradable", indicó.

Chaco - Nota – Interior

19/01/2008

SE SUMA OTRO HOTEL DE LUJO EN MENDOZA

Asólo tres semanas de iniciado, el 2008 ya empieza a mostrar una de las facetas que lo caracterizará en Mendoza: la apertura de nuevos emprendimientos hoteleros. El encargado de dar el primer paso es el apart Premium Tower, de la constructora Cioffi, que está en pleno centro mendocino.

El próximo martes es el día elegido por la empresa mendocina para abrir a los turistas esta nueva propuesta que busca instalarse en el segmento top.

El Premium Tower, ubicado en España entre Montevideo y Rivadavia, sumará 350 plazas a la oferta hotelera de lujo de Mendoza e incluye servicios como spa, gimnasio y pileta, además de un restaurante en el piso 14.

A cuatro días de su apertura, el apart ya tiene reservas hasta marzo. "Para la Vendimia ya está reservado el 100%", aclaró Raúl Cosorino, gerente general del apart.

En este sentido, el ejecutivo explicó: "Para febrero tenemos muchísimas reservas y ya hemos firmado convenios con agencias de turismo locales y de Buenos Aires. Tenemos a su vez acuerdos corporativos con siete empresas de primer nivel nacional para que realicen sus reuniones corporativas aquí".

A propósito, Cosorino adelantó que varios de los 15 pisos del hotel estarán reservados para los clientes corporativos. "Estamos planeando darles a los hombres de negocios servicios acordes con la exigencias que piden. Por ejemplo, el ejecutivo que tiene como plan quedarse una semana trabajando, no quiere tener el ruido que puede generar una familia que está vacacionando. Por eso requiere tener un estilo distinto de atención".

El Premium Tower, que se presenta como un cinco estrellas, busca insertarse en el segmento que atrae a más inversores en la provincia (ver aparte). Es más, no es el único proyecto hotelero de esta categoría que abrirá este año: el Sheraton ya ha anunciado su inauguración para los días previos a la Vendimia. Ambos deberán competir con el Hyatt, el primer cinco estrellas que se asentó en Mendoza. En el target empresario, el nuevo apart deberá competir con otros dos que ya están posicionados: Park Suites y Executive.

Servicios top

Desde el Premium Tower ya tienen conversaciones adelantadas para ser sede de congresos y reuniones empresariales. "De hecho ya estamos cerrando tratos con varias empresas, entre ellas un banco", adelantó Cosorino.

Otro grupo al que apuntan, y en el que tienen grandes expectativas, es el de los viajeros extranjeros "VIP". La esperanza radica en que Mendoza es el tercer destino preferido de los brasileños que eligen la Argentina para vacacionar.

Pensando precisamente en los visitantes de alto poder adquisitivo, el diseño privilegia la comodidad desde la misma llegada con un acceso para autos hasta la puerta del hotel, servicio de valet parking y una arquitectura distinguida en la fachada.

Entre los servicios que ofrece está su restaurante, llamado "El Faro Vitraux", localizado en el piso 14, lo que lo convierte en el más alto de la ciudad.

También contará con un salón de convenciones en el primer piso. El segundo piso será el lugar para el spa, sauna, gimnasio, pileta y el business center con computadoras. Además, tiene servicio de Internet wi-fi en todo el edificio.

En total, el Premium Tower contará con 110 departamentos en las modalidades de dos dormitorios, un dormitorio y suite.

Los Andes - Mendoza - Nota – Economía

20/01/2008

CONSTRUIRÁN CUATRO HOTELES EN CÓRDOBA

Montados sobre los alcances de la Ley de Promoción Provincial 7.232 –herramienta que permitió el crecimiento de la hotelería de categoría en la ciudad de Córdoba–, distintos grupos de inversores proyectan la construcción de cuatro hoteles en otras tantas ciudades del interior. Con la expectativa de la terminación de la autopista Córdoba-Rosario y la concreción de las autovías en las rutas nacionales 19, 158 (del Mercosur) y 36, los proyectos apuntan a la radicación de esas inversiones en las ciudades de Villa María y Jesús María –estos dos emprendimientos ya en etapas previas a su construcción–, para luego apuntar a San Francisco y Río Cuarto.

El suplemento Turismo de La Voz del Interior tuvo acceso al documento del grupo InterContinental Hotels, propietario de la marca Holiday Inn Express, que le otorga la franquicia de esos establecimientos a la consultora local Sanmartino y Asociado SRL.

La tipología de estos hoteles contempla alrededor de 100 habitaciones; área de servicios; salón de convenciones para 400 personas en modalidad auditorio y 30 en modalidad banquete; un spa completo, y restaurantes.

Se prioriza la ubicación de los hoteles en terrenos que posibiliten la construcción de amplios estacionamientos y permitan ampliaciones con locales comerciales y oficinas.

En la actualidad hay en funcionamiento más de 50 hoteles Holiday Inn Express.

La Voz del Interior - Córdoba - Nota - Sup. Turismo

20/01/2008

Clarín - Nota - El País - Pag. 6

POR EL BOOM DEL CONSUMO, YA HAY 20 SHOPPINGS EN CONSTRUCCIÓN

Ocho de los proyectos están en Capital y Gran Buenos Aires y el resto, en el interior: demandarán una inversión de US\$ 1.200 millones en los próximos tres años. Prevén que las ventas subirán 20% en 2008.

Con plata en el bolsillo, los argentinos se están volviendo adictos al shopping, un fenómeno latinoamericano que también alcanza a Brasil, Chile y México. Y la demanda de productos de marca –especialmente en indumentaria y calzado– está alimentando una nueva ola de inversiones en centros comerciales.

Durante los próximos tres años, unos veinte shoppings abrirán sus puertas, con inversiones por más de US\$ 1.200 millones. Ese desembolso será realizado por los dueños de los centros comerciales y sus locatarios.

La empresa Alto Palermo -de IRSA, controlada por la familia Elsztain- y la chilena Cencosud -dueña de Jumbo y Disco- están a la cabeza de los proyectos, pero también hay una nueva camada de empresarios que apuestan al sector, convencidos de que el crecimiento continuará. A fines de 2002, las ventas de los locales de los centros comerciales apenas alcanzaban los \$ 1.593 millones (o US\$ 550 millones), casi lo mismo en pesos que en 1997. Si bien el INDEC aún no reveló el importe de las transacciones realizadas en diciembre -que los comerciantes consideraron "el mejor mes" en una década-, el año pasado la facturación del sector superó los \$ 6.000 millones (casi US\$ 1.900 millones), 27% más que en 2006.

Los shoppings que operan en el país cuadruplicaron sus ingresos en pesos en el último lustro. Y el crecimiento tuvo lugar casi sin novedades, en los mismos sitios que cortaron cintas en los 90. Hoy, según la cámara del sector, hay 57 centros comerciales.

Salvo las incursiones santafesinas de las dos principales firmas -Alto Palermo, con Alto Rosario y Cencosud, con el Portal de Rosario-, no hubo grandes obras desde la devaluación. Lo poco que se hizo fueron remodelaciones, ampliaciones de lugares existentes o desarrollo de pequeñas galerías comerciales.

Lo que viene, en cambio, son grandes proyectos. La mayoría se inscribe en la onda multiformato: centro comercial más hipermercado, tienda departamental, cines y edificios de oficinas. Aunque los shopping siempre fueron vistos como un símbolo ostentoso de la convertibilidad, lo cierto es que sus ventas superarán los \$ 7.000 millones este año, convirtiendo al sector en uno de los más favorecidos por el actual modelo económico.

El mayor emprendimiento viene de la mano de Alto Palermo, que avanza con un mall de 170.000 metros cuadrados en Panamericana y General Paz, en el barrio de Saavedra, que se convertirá en el más grande de la Capital. Entre los inquilinos sobresale la estadounidense Wal-Mart. La empresa también pidió permiso para construir otro, del mismo tamaño que el Abasto, en Caballito (al que denomina, por ahora, Alto Caballito).

Entre ambos, pondrá más de US\$ 135 millones. "Y hay que esperar otro tanto por parte de los futuros locatarios", explica Daniel Elsztain, de Alto Palermo.

Aunque se suele atribuir el auge del sector a la alta afluencia turística, las empresas contrastan esa creencia con sus propios relevamientos. "En nuestros shoppings, los turistas representan del 15% al 20% de las ventas, quizás algo más en Patio Bullrich. Pero el consumo está impulsado por los argentinos, que tienen más plata", dice Elsztain.

Jorge Justo, director del área de shoppings de Cencosud, cuya joya más preciada es el Unicenter (el más grande del país, con unos 300 locales) apunta en la misma dirección. "Las ventas crecen en todos los estratos sociales. Hay un alza de hasta el 40% en Quilmes o Lomas de Zamora", sostiene.

Cencosud añadirá dos shoppings más (en Trelew y Córdoba) a los trece que ya posee. Entre los nuevos y los que remodelará o ampliará (en Neuquén y Pilar), pondrá \$ 417 millones. "La gente se está dando los gustos de consumos que tenía postergados cuando se redujo su poder adquisitivo. Está comprando más y mejor", define Guillermo Oliveto, director de la consultora CCR. "En los 90, los consumidores que accedían a shoppings lo hacían con cierta culpa, sabiendo que había sectores que quedaban excluidos. Ahora, se percibe una mejora general de la situación económica", detalla.

La gran cantidad de nuevas construcciones y refacciones que se ven en Vicente López, San Isidro y barrios aledaños dio vida a Norcenter, un shopping temático de diseño y decoración, que atiende a la zona norte del conurbano. National Amusements (NAI) inyectó \$ 50 millones para remozar sus instalaciones, donde mantiene los cines y el I-Max.

"El ticket promedio es más alto que el de otros shoppings, porque los clientes hacen compras caras (mesas, reposeras, lámparas)", aclara Eduardo Goilenberg, director general de Norcenter. La zona norte también está en la mira del fondo Pegasus, que construye un shopping de US\$ 100 millones en Pilar, y de Carlos de Narváez, que promete convertir en ladrillos una parte de la millonada obtenida con la venta de Tía (una firma de su familia), hace una década. Está tratando de arrimar dos socios brasileños para Al río, su proyecto de Vicente López, detrás del Carrefour de esa localidad, que costaría la friolera de US\$ 300 millones. El empresario también prevé un centro comercial al lado de la cadena de supermercados en Agronomía.

"En el interior, los productores rurales tienen los bolsillos llenos y quieren shoppings", apunta de Narváez, que se asoció con Boldt (Casino de Tigre) y la catalana Inverama -también experta en apuestas- en Ribera de Santa Fe, donde pusieron US\$ 50 millones. Hay una docena de proyectos en las provincias.

Puerto Madero es otro de los barrios más apetecibles. Newside, de la familia Ginevra -que comercializó Patio Bullrich, Alto Palermo y Soleil en sus inicios- promete 150 locales en Madero Harbour, en Dique 1. Alan Faena estudia qué clase de shopping quiere para sus residencias en el Dique 2. Y la familia González, dueña del complejo donde funciona el Hilton, busca plata fresca para un centro comercial en el Dique 3. Se necesitan fondos por más de US\$ 100 millones para plasmar esos anhelos.

Todo esto sucede en un contexto en que las marcas están en lista de espera para entrar en los principales shoppings.

En el Paseo Alcorta, del grupo Alto Palermo, eliminaron toda el área de cines para reemplazarlos por locales, mayormente de indumentaria. En Patio Bullrich también bajaron el número de pantallas, para darle lugar a marcas ultraexclusivas, como Kenzo, Armani, Zegna y Carolina Herrera.

La cafetería Starbucks está debutando en el Alto Palermo, el segundo shopping que más vende en Capital Federal (\$ 500 millones en 2007, un paso atrás de los \$ 573 millones del Abasto). Los patios de comida de los shoppings mejoraron sus ventas en un 30% durante 2007. En 2002, con la crisis, hubo una pequeña primavera para los outlets, que son los espacios donde se venden remanentes de las marcas, prendas con fallas mínimas o liquidaciones a precios muy económicos. Hoy sólo siguen en carrera los que tienen buena espalda, como Parque Brown y Quilmes Factory. De hecho, Alto Palermo probará esa modalidad en Soleil Factory, un shopping en San Isidro que está por comprarle a Carrefour.

"El panorama del comercio minorista de cara al 2010 es positivo. La apuesta de los shoppings es una muestra cabal de esa tendencia", destaca Fernando Suban, director de The Nielsen Company. "Los centros comerciales se abrirán con súper e hipermercados, tiendas departamentales (como Falabella y próximamente Almacenes Paris), locales de electrodomésticos y materiales para el hogar (como Easy y Sodimac)", detalla.

Quiénes son

Eduardo Elsztain

Es accionista de IRSA, la firma inmobiliaria que tiene el 62,5% de Alto Palermo. Ahora negocia para adquirir el 31% que posee Parque Arauco, su socio chileno.

Horst Paulmann

El dueño chileno de Cencosud es propietario de los supermercados Jumbo, Disco y Vea, además del Unicenter y la cadena Easy Home. Este año trae Almacenes Paris.

Mario Quintana

Lidera el fondo Pegasus, que ya controla Musimundo, Farmacity y Freddo. Está construyendo oficinas en Vicente López y un shopping de US\$ 100 millones en Pilar.

Euclides Bugliotti

El empresario cordobés le vendió Libertad a la francesa Casino. Así, abrió el Dinosaurio Mall, que incluye supermercado, cines, hotel y hasta un mini-estadio.

Los números del fenómeno

7.000 Millones de pesos es la facturación estimada de todos los locales ubicados en centros comerciales para 2008.

95% De los locales están alquilados. El 5% vacante está haciendo reformas o, en los pequeños centros del Gran Buenos Aires, no tiene inquilinos.

1,3 Millones de metros cuadrados hay en los shoppings, con casi 5.000 locales. El 25% está en IRSA, 21% en Cencosud y el 54%, en otros.

El proyecto de Panamericana y General Paz, que tendrá 170.000 metros cuadrados y 170 locales, será el más grande del grupo IRSA. Hasta ahora, sus shoppings de mayor superficie están en Mendoza y Rosario. En el desarrollo de Saavedra, que abrirá entre fines de 2008 y comienzos de 2009, habrá señalética digital, displays con la ubicación de los locales en televisores de LCD y hasta pantallas publicitarias en los costados de las escaleras mecánicas.

21/01/2008

ABRIÓ SUS PUERTAS SOL ARRAYÁN RESORT & SPA

En la localidad neuquina de Villa La Angostura, comenzó a operar el viernes pasado, Sol Arrayán Resort & Spa, un nuevo hotel que se caracteriza por tener a la naturaleza como gran protagonista en todos sus espacios.

Este exclusivo Resort cuenta con 42 habitaciones y suites, todas con una panorámica vista al lago Nahuel Huapi y los característicos bosques de arrayanes que circundan la zona. El mobiliario y la decoración de las habitaciones son de concepción contemporánea, con fuerte presencia de los colores naturales en sus cortinas y tapicería de noble textura. Asimismo, remarcando el carácter nativo de la propuesta, se incorporaron detalles en piedra y madera autóctona.

Todas las habitaciones están equipadas con calefacción, teléfono con discado directo internacional, caja de seguridad, TV por cable y room service. Las suites, además, disponen de un amplio estar con sillón y jacuzzi con vista al Lago Nahuel Huapi. El hotel ofrece diversas áreas comunes donde realizar distintas actividades sin perder la perspectiva de los típicos paisajes patagónicos. Terrazas y un lobby con rincón de fuego y área de lectura, son algunas de las propuestas que invitan a conectarse con el entorno natural en el cual está emplazado el hotel.

El relax es absoluto si el huésped se sumerge en la atmósfera de tranquilidad que inunda el Spa, pudiendo disfrutar de su piscina in-out climatizada con hidromasaje, sauna, ducha escocesa, sala de masajes y baño finlandés. Para agudizar aún más los sentidos, el Resort ofrece la degustación de creativos platos de cocina regional en su Restaurante y una amplia selección de bebidas nacionales e internacionales en el Bar.

Sus amplios espacios y su vista única a los sugerentes paisajes de Villa La Angostura, dan el marco propicio para la organización integral de reuniones corporativas. Para esto, el Resort pone a disposición de sus huéspedes todos los servicios corporativos necesarios, como acceso gratuito Wi-fi desde las distintas áreas del hotel, servicios de telefonía, y lanzará en los próximos meses un salón de convenciones con capacidad de hasta 65 personas.

Sol Arrayán Resort & Spa es un establecimiento representado por Nativa Collection hoteles y destinos, empresa especializada en marketing turístico, que cuenta con oficinas comerciales en Buenos Aires.

Nativa Collection es una empresa creada para prestar servicios de Marketing y Ventas, Comunicación y Representación a sus hoteles asociados, con el objetivo de apoyarlos en su posicionamiento en los distintos mercados consumidores.

Su misión es la de ofrecer a los hoteles independientes soluciones de comercialización, promoción y distribución, aprovechando los beneficios de las agrupaciones hoteleras, sin renunciar a su propia personalidad.

Nativa Collection hoteles y destinos, ofrece al viajero más exigente una experiencia distinta en establecimientos de lujo, donde la decoración y ambientación auténtica se combina con la excelencia y profesionalismo de la hotelería Premium, permitiendo ser protagonista de una experiencia en contacto directo con la cultura y el atractivo natural del destino visitado.

Hostnews

21/01/2008

BODEGA NQN LEVANTARÁ UN HOTEL EN 800 NUEVAS HECTÁREAS

Con el objetivo de aumentar su producción y ampliar su oferta para los turistas, la bodega neuquina NQN acaba de comprar 851 hectáreas vírgenes, que se suman a las 162 que ya tiene en producción, plantadas en 2001. Unas 200 hectáreas de las nuevas tierras tienen acceso a riego.

La bodega –ubicada sobre la ruta provincial 7, en la localidad de San Patricio del Chañar, a 60 kilómetros de la ciudad de Neuquén– planea así incrementar la superficie plantada de Malbec, Pinot Noir y Sauvignon Blanc.

Pero eso no es todo. Con las nuevas tierras, la bodega apunta a aumentar su oferta al turismo. Allí, planea construir a futuro un pequeño y exclusivo hotel para los visitantes, para ingresar así de lleno al creciente negocio del enoturismo. Además de ofrecer recorridos por la bodega a los visitantes, tiene un restaurante.

NQN tiene 1,8 millón de capacidad en tanques de acero inoxidable; y de estiba 400.000 botellas, además, de barricas de roble francés y americano.

Junto a Del Fin del Mundo y Familia Schroeder, NQN es una de las principales empresas vitivinícolas de Neuquén. A fines de 2007, se sumó un nuevo proyecto vitivinícola con hotel, Valle Perdido, propiedad del abogado Fernando Muñoz de Toro y su esposa, Virginia Alimonda, con una inversión de \$ 45 millones. Posee 150 hectáreas de viñedos y un alojamiento boutique de 16 habitaciones y dos suites con TV satelital con DVD, Internet Wi-Fi, además de una pequeña cava privada.

El Cronista Comercial - Nota - Negocios - Pag. 18

21/01/2008

NUEVOS APART HOTELES - SAN MARTÍN DE LOS ANDES

El grupo Tierras construye unidades con fines turísticos. Uno de los inmuebles tiene vista al lago Lácar

San Martín de los Andes continúa con la realización de nuevas obras en distintos rubros. En este caso, el Grupo Tierras emprende la construcción de tres apart hoteles en distintos puntos de la ciudad, pero todos muy bien ubicados.

El grupo está compuesto por Tierras del Sur Negocios Inmobiliarios, que es la que comercializa varios emprendimientos en la zona, y Tierra del Norte de la Patagonia, que es la sociedad desarrolladora y comercializadora de los apart.

Son tres establecimientos, Roca, Moreno y Villegas, recientemente lanzados para satisfacer la gran demanda, que llevan los nombres de las calles donde están ubicados.

Apart Roca y Moreno ya están en obra, y el de Villegas arrancará próximamente "con una escala muy interesante que nos permitirá maximizar beneficios, y minimizar costos de administración y operativos", comenta José María Sosa Beláustegui, de Tierras del Sur Negocios Inmobiliarios. Por cada apart se invierte cerca de un millón de dólares en la edificación y el valor de venta de las unidades rondará los 1100 dólares, más equipamiento.

"Estos proyectos son ideales para inversores de otras ciudades, ya que además de capitalizar una inversión al finalizar la construcción cada establecimiento adquiere un valor agregado, pues

serán habilitados como apart hotel 3 estrellas, lo que les permite obtener una interesante rentabilidad anual, además de poder usar la unidad y hospedarse en el apart en cualquier época del año. Estimamos una rentabilidad anual en dólares del 8 al 12 por ciento, la que surge del cash flow de funcionamiento del apart", explica Sosa Beláustegui.

Amenities

En función de las necesidades del mercado, la desarrolladora diseñó unidades modulares de uno, dos y tres ambientes, los espacios promedian entre 50 y 60 m2, con amenities de categoría, como pileta climatizada y jacuzzi para 4 o 6 personas. Cada uno tendrá kitchenette, desayuno, Wi Fi y todos los amenities de un apart hotel tres estrellas.

El diseño arquitectónico está realizado por el estudio de los arquitectos Sosa Acevedo-Arana, de San Martín de los Andes, que resaltó en sus fachadas e interiores los materiales de la zona: mucha piedra y madera. Todos los apart tienen ascensor, y están previstos para discapacitados.

Opciones

"El de la calle Manuel Moreno al 1176 tiene 21 unidades, cocheras, pileta, ascensor, salón con hogar de leña. El de Roca 251, 16 espacios, cocheras, pileta, ascensor, salón con hogar de leña. Villegas, cerca de la Avenida Costanera, en etapa de lanzamiento tendrá entre 13 y 14 unidades, cocheras, ascensor, salón con hogar de leña, pileta climatizada y quincho", detalla Sosa Beláustegui.

"Si bien el costo del ubicado sobre Villegas es superior a los terrenos de Roca y Moreno, el apart contará con algunas unidades con vista al lago, lo que le dará un valor diferencial. La zona es excelente para uso turístico ya que la mayor ocupación se registra en las cuadras más próximas al lago, y este lote queda dentro del denominado proyecto costanera, que es una inversión millonaria que está haciendo el municipio para jerarquizar la zona", agrega. Se construirá con el sistema de fideicomiso al costo, entregándose totalmente equipadas y listas para alquilar. Todas las unidades serán independientes, es decir, cada propietario tendrá una unidad determinada, igual que si fuera un departamento dentro de un edificio.

José Luis Cieri

La Nación - Nota - Sup. Inmuebles Comerciales - Pag. 4

24/01/2008

INAUGURADO

CEO DE HOWARD JOHNSON DESTACA LA UBICACIÓN ESTRATÉGICA DE PARANÁ

A pocos días de haber inaugurado el Howard Johnson Plaza Resort and Casino Mayorazgo Paraná, el CEO de la empresa en la Argentina, Pablo Albamonte, destacó la ubicación estratégica de la ciudad para efectuar reuniones de negocios y diferentes encuentros.

El establecimiento revitaliza la figura del hotel Mayorazgo, sobre todo a partir de los seis millones invertidos para actualizar su fisonomía, funcionalidad y servicios.

Albamonte dijo que Paraná tiene varias ventajas, "pero la principal, creo yo, es su ubicación neurálgica para reuniones de negocios. Estamos muy cerca de Córdoba, de Rosario, de Buenos Aires. No sólo para convenciones, sino para las reuniones de trabajo, citar a la gente en Paraná queda muy cómodo". Anticipó además que el hotel está pensando en ser "un centro de entretenimientos muy importante para todo el Litoral".

El ejecutivo anticipó un plan de marketing muy ambicioso, del orden de los 10 millones de pesos. "Paraná se está abriendo al mercado internacional fuertemente", definió Albamonte. Si bien la inauguración se realizó a principios de diciembre pasado, el hotel empezó a funcionar el 11 de enero, fecha en que recibió a su primer pasajero.

El Howard Johnson de Paraná tiene nuevas y amplias habitaciones, todas con una decoración especial, muebles de estilo contemporáneo y un sistema de iluminación de alta tecnología, camas King Size, internet, escritorio de trabajo, frigobar, cafetera de cortesía, amenities, TV pantalla plana, videoclave, cajas de seguridad digital, cerraduras electrónicas, aire acondicionado individual y calefacción.

Albamonte dijo que a los efectos de lograr mejor calidad en materia turística "hay que trabajar mucho, no sólo en Paraná, sino a nivel nacional. El argentino es una persona con gran capacidad de trabajo y creatividad que escapa a cualquier otro ciudadano, y tuvo oportunidad de conocer muchos países y hoteles. Falta coordinación entre las partes, que los esfuerzos se hagan en el mismo sentido y hacia el mismo lado. Ese esfuerzo arroja resultados muy positivos. En el caso particular de Paraná creo que recién los resultados de nuestra gestión como operadores de este hotel, se van a ver en dos años".

Hostnews

25/01/2008

NOVEDADES

QUÉ ESPACIOS SERÁN REFORMADOS

En una memoria enviada a LA NACION, los arquitectos a cargo de la obra del tradicional edificio de Riobamba al 600 explicaron en detalle cómo será la intervención de las instalaciones. Las obras, que se extenderán sobre más del 50 por ciento de la parte antigua del edificio, comprenderán la construcción de un sector de hotelería y de oficinas y la restauración de otros espacios, como el salón de actos, la capilla y el auditorio, que será convertido en un centro cultural y de convenciones.

"El criterio de intervención está basado en el respeto al valor patrimonial edilicio. Frente a un esquema de edificio de arquitectura escolar del siglo XIX, con una fuerte simetría de planta, se configuran claustros en torno a dos patios. En el patio sobre Viamonte se restaurará el salón de actos en torno al cual se constituirá un centro cultural y de convenciones, con apoyo de oficinas. Una cubierta vidriada posibilita horadar el patio y así vincularlo espacialmente al área de subsuelo existente", explicó la arquitecta Mariana Soldini.

Y continuó: "En el patio que está sobre Tucumán se da una situación donde el claustro no está terminado; esto genera un vacío que toma la esquina y gran parte del frente sobre la calle Tucumán, y sólo está materializado un basamento que cierra el patio. Esta situación dio como criterio el completamiento del esquema volumétrico del conjunto, generando un volumen vidriado que reconstruye la esquina (elemento emblemático de Buenos Aires) y el frente lateral de Tucumán, en el cual se alojarán habitaciones de hotel. Dicho volumen no llega a vincularse formalmente con el sector que da sobre Riobamba, y así permite que se siga apreciando el edificio en su magnitud y grandilocuencia".

Las autoridades del colegio informaron que la rentabilidad de la concesión será utilizada para las misiones de la comunidad lasallana y para la construcción de un jardín de infantes y de un laboratorio de 4000 m2.

La Nación - Nota - Cultura - Pag. 12

27/01/2008

EL CASINO DEBÍA TERMINARSE EN JULIO Y AHORA PIDEN 14 MESES DE PRÓRROGA

El momento de ver rodar la primera bola en el casino que se está levantando en el ingreso a la ciudad viene por demás de demorado. Si bien el complejo debería abrir sus puertas en julio, la empresa que lleva adelante los trabajos (Casino Rosario SA) pidió ahora una prórroga de 14 meses para finalizar las tareas. Es decir, se habilitaría más de un año después de lo previsto. Las voces oficiales esgrimieron varias causas: inclemencias climáticas, largos trámites y el traslado de 130 casas de la villa La Granada, ubicadas en el paso de la obra (ver aparte). Para abordar el tema, el miércoles viajarán a la capital provincial las autoridades del directorio de la empresa adjudicataria. Así lo destacó el vicepresidente ejecutivo de la Caja de Asistencia Social, más conocida como Lotería de Santa Fe, Sergio Beccari, quien está a la espera de los informes técnicos legales con los que un equipo de profesionales se expedirá sobre los motivos invocados en el pedido de prórroga.

De la terna de casas de juego proyectadas en territorio santafesino, Melincué hizo punta y ya está en marcha "razonablemente bien", explicó Beccari (ver página 4). Mientras que Casino Puerto, que se levanta en la ciudad de Santa Fe, estaría en condiciones de adelantar a marzo su apertura prevista para el mes de junio, según versiones que circularon en los últimos días. La situación es diametralmente opuesta en la casa de juegos que se construye en bulevar Oroño y Circunvalación. En ese estratégico lugar, además de un casino se proyecta un hotel cinco estrellas y un centro de convenciones. A pesar de que nunca se detuvo la obra, la firma concesionaria cursó el pedido de extensión de plazo para inaugurar el megaproyecto que pretende transformar el escenario geográfico del sur rosarino.

La Capital - Rosario - Nota - La Ciudad

27/01/2008

HOSPITALIDAD MARCAS ARGENTINAS

Hoteles: el avance de las nuevas cadenas nativas

Marcas nacidas y crecidas en esta década se expanden en el país mediante franquicias y asociaciones. Algunas ya empezaron a cruzar las fronteras.

En las últimas décadas, las más famosas cadenas hoteleras del mundo, casi sin excepción, fueron abandonando los ladrillos: dejaron para otros la propiedad de los edificios y se concentraron en aportarles marca, marketing y gerenciamiento a hoteles de terceros que llevan su bandera. Ahora, modelos como esos de hotelería en cadena han empezado a tener su réplica en la Argentina, de la mano de empresarios que están creando marcas locales y que aspiran a exportarlas.

Un empresario cordobés de la construcción, un grupo de graduados de economía de la universidad Di Tella, un ex consultor del Banco Mundial, un holandés, que vio en el país una oportunidad para los hoteles pequeños: la experiencia de los nuevos hoteleros de cadenas argentinas no se gestó tanto atrás del mostrador de la recepción como en las mesas de análisis y diseño de nuevos negocios.

"Somos los primeros en constituirnos desde un principio como empresa que da servicio a dueños e inversores hoteleros", dice Alejandro Frenkel, CEO del grupo Fën. Todo empezó cuando Patricio Fuks, un ex publicitario que debió cerrar su agencia por las tormentas

económicas del 2002, leyó un libro donde Conrad Hilton decía haberse iniciado con un hotel alquilado. Desempolvó algunos saberes aprendidos en la infancia junto a su padre hotelero y alquiló el Bisonte, de la calle Paraguay, que llevaba meses cerrado. Antes de dos años, ya le habían ofrecido tres hoteles más para operarlos: "ya teníamos cuatro hoteles, y ni siquiera una oficina: los manejábamos desde bares".

En el 2004, con el ingreso de Frenkel (economista y MBA en Columbia) y otros inversores, se fundó el grupo Fën, con dos marcas diferenciadas para cuatro y tres estrellas (Dazzler y Esplendor, esta última con un énfasis en el diseño y en el arte argentino contemporáneo y una tarifa promedio de 160 dólares la noche). Frenkel dice que viajó para estudiar el mercado hotelero: "Mi descubrimiento fue que, en el mundo, el 75% de los hoteles pertenecen a una bandera; en la Argentina, menos del diez".

El Grupo Fën empieza el 2008 con ocho hoteles boutique funcionando y esperan terminarlo con 12, y con ventas gerenciadas por 21 millones de dólares. Y también con su nombre exportado: este año plantarán su insignia en Asunción, mientras estudian, según comentan, un segundo proyecto en Sudamérica.

Fogueado en consultoras internacionales como Booz Allen, Frenkel tiene la obsesión de los procesos. Constató que no existían procedimientos standard ("se usaban 18 movimientos para hacer una cama donde alcanzaba con 6; el video más nuevo que encontré en castellano presentaba un cuarto de hotel de hace treinta años"). El grupo está orgulloso de haber desarrollado, entre las cadenas de la región, los primeros estándares y manuales de operación. Know how cordobés La historia de la cadena Amerian está ligada a Córdoba, con un grupo que parece moverse con fluidez entre las necesidades de hospitalidad para viajeros de negocios, escasa o inexistente en algunas provincias, y las necesidades de inversión de los capitalistas locales que disponen de fondos para hoteles.

En 1992, el empresario cordobés de la construcción Martín Amengual, con el viento a favor de los beneficios fiscales otorgados por la provincia para la edificación de hoteles, levantó el Córdoba Park, el primero en la ciudad de su categoría, que rápidamente se convirtió en referencia urbana y punto de reunión.

Siete años después, Amengual replicó su hotel en el microcentro porteño, pensando principalmente en los viajeros del corredor Córdoba-Buenos Aires, y creó para ambos la marca Amerian. Ahora, Amerian es una franquicia que provee a una cadena de hoteles management, central de ventas y hasta programa de fidelización, a imagen y semejanza de las cadenas internacionales.

"Nuestros hoteles no tienen las dimensiones de los cinco estrellas de las compañías internacionales, donde hay varios restaurantes y lobbies enormes; nuestros clientes tampoco se sienten muy cómodos en ellos.

Cuatro estrellas superior es nuestro punto exacto", dosifica Fernando Gaido, el gerente general de la cadena. La cordobesa Amerian –que parece haber calculado bien la vaga resonancia internacional de su nombre– eludió los destinos calientes del turismo vacacional y se expandió por un mapa poco explotado para su categoría: Resistencia, Villa Mercedes y Catamarca (ya inaugurados); Río Hondo y Santa Rosa, en obras.

De ese mismo mapa provienen los propietarios con los que se asocian: "Nosotros conocemos bien a nuestros inversores. Son empresarios del lugar. No tenemos nada con fondos de inversiones", dice Gaido. "El lado malo de los hoteles es que son una inversión enorme, y de largo plazo. Al inversor le debe gustar, tiene que aguantar hasta que le dé un flujo de caja", y debe estar dispuesto a periódicas reinversiones para mantener la calidad.

Hosterías en el paraíso En su adolescencia, Cees Houweling solía trabajar part-time en un hotelito de Holanda: apenas un parador del camino, recuerda, en un lugar donde había más vacas que turistas. Hoy, Houweling es el desarrollador y manager de N.A. Town & Country Hotels, una liga de hosterías de lujo que fundó en la Argentina en 1998.

Lo pequeño, poco trillado y muy prestigioso es su especialidad.

Tras una carrera hotelera en Hyatt, Houweling era director general del Park Hyatt Buenos Aires cuando vio la oportunidad, hace diez años, para un cambio de perfil. "Yo había estudiado hotelería en Suiza, donde la especialidad son los hoteles chicos. En cambio, estaba haciendo todo lo contrario: dirigir un gran hotel de una gran cadena".

"Me di cuenta que había una cantidad de esas hosterías de lujo en el país, pero que necesitaban un know how para entrar en el mercado internacional", dice Houweling. La idea fue agrupar a los selectos hotelitos y buscar "una sinergia para afrontar los gastos del marketing y la central de reservas". El primer afiliado fue Las Balsas, de Villa la Angostura (una alhaja en su categoría, hoy integrada a la francesa Relais & Chateaux). Hoy N.A. (que inicialmente se llamaba New Age) vincula a más de veinte boutiques alejadas del mundanal ruido como los Club Tapiz de Mendoza e Iguazú, algunas estancias en la zona jesuítica de Córdoba, el Manantial del Silencio de Purmamarca, o Villa Julia, en el Tigre, del propio Houweling. Con una rama llamada N.A. Concepts, la empresa entró más tarde al gerenciamiento de una flamante cadena. Ahora tiene dos franquicias estrenadas, en lugares tan diversos como los esteros del Iberá y Palermo Hollywood. Las primeras salidas de N.A. fuera de la Argentina son un hotel en Buzios llamado La Pedrera, y un proyecto en Montevideo.

Houweling, que se muestra muy buen conocedor de rincones poco frecuentados de la Argentina y de la costa uruguaya, asegura que sólo se asocia con proyectos que le gustarían a él como huésped, y que elude los lugares que se ponen de moda o amenazan con hacerlo. "Argentina tiene paisajes como los de Suecia o los de Marruecos", dice, y compara a Iberá con la sabana africana.

"Faltaban los hoteles chicos; nosotros venimos a ser como el Hilton de los boutique". ¿Cómo detecta destinos? "Suelo fijarme en lo que les gusta a los mochileros: ellos van a los mejores sitios". Hoy por hoy, mira con más deseo el Valle de la Luna que Villa La Angostura. Houweling dice que su fuerte son las buenas conexiones con el mercado europeo. "En Londres hay agencias que tienen una base de 500 ó 2.000 clientes que viajan cuatro veces al año, una de ellas a Asia, quizás otra a América; yo trato con ellos".

"La devaluación del peso colaboró para poner a la Argentina en el mapa de los mejores destinos del mundo", dice Houweling. "Ahora, el destino ya no es barato, pero se ganó un nombre." ¿Que diferencia hay entre trabajar con una gran cadena y con su negocio de boutiques? Las grandes cadenas tienen muchas rigideces, y están más presionadas por los resultados, dice. Chiquitos y de colección Claudio Oliveira, un argentino que fundó la colección de hoteles boutique Ten Rivers & Ten Lakes, coincide. "Las grandes cadenas no pueden gerenciar el encanto", asegura. "Tienen otro tipo de exigencias." Ex consultor del Banco Mundial y el BID y autor de un libro sobre marcas, Oliveira usó el nombre de un hotelito de cuatro habitaciones en San Martín de Los Andes, fundado con amigos que compartían el hobby de la pesca, para crear un sello hotelero. Los servicios que da a sus veinte asociados –casi todos ubicados en casonas recicladas y que cobran desde 120 dólares la noche– van desde las reservas online hasta la difusión en el exterior, "que cada hotel no podría afrontar por sí solo". Ten Rivers & Ten Lakes espera llegar a 50 miembros en el 2009, y se acaba de asociar a Circuito Elegante, una colección de hoteles boutique de Brasil, para ensanchar su presencia internacional.

Todos propios En el otro extremo en cuanto a modelos de propiedad y gestión, el grupo Loitegui, cuya base es el negocio de la construcción, desarrolló en el 2000 una marca, Loi Suites, que ya tiene cinco establecimientos en funcionamiento y dos en camino. "La diferencia con otros grupos es que nosotros somos dueños: construimos cada hotel y lo gestionamos", dice Pedro Loitegui desde Chapelco, donde está inaugurando un hotel en el complejo Chapelco Golf, "junto a la primera cancha que diseñó Jack Nicklaus en la Argentina". Loi Suites avanza también con un proyecto de 172 habitaciones en la selva de Iguazú, en Yriapú, a 15 kilómetros de las Cataratas (lugar donde también construyen cadenas internacionales como Hyatt y Hilton). Y está

levantando un hotel de 122 plazas en Neuquén, una ciudad que, por la industria del petróleo, presenta una demanda insatisfecha de hoteles corporativos. Hacia el exterior, la cadena ya exportó su nombre a Brasil, con un hotel en San Pablo.

TENDENCIAS

La hotelería y la fiebre inmobiliaria

"Un hotel es una inversión de largo plazo y muy grande. Dos años para construir, y por lo menos cuatro antes de generar ingresos", dice Fernando Gaido, gerente general de Amerian hoteles y antes director de finanzas en Coca Cola. Asegura que una de las razones que inclinan a los inversores al negocio es que "un hotel ante todo es ladrillos, y como el sistema financiero está deteriorado, la gente tiende a refugiarse en inmuebles". Dado que el financiamiento es inexistente, los propietarios de sus hoteles franquiciados se reclutan entre "grupos que en sus provincias tienen importantes flujos de fondos procedentes de negocios como supermercados o estaciones de servicio".

Frenkel, del grupo Fën, pinta un cuadro semejante en cuanto al crédito y las razones para entrar en el negocio. Los inversores proceden de otros sectores, como los agronegocios o la construcción. "Hacen falta montos altos, que se recuperan en tiempos largos; en otras partes del mundo, el inversor pone el 20 o el 40 por ciento, y financia el resto a plazos y tasas pagables, algo que acá no existe."

"En el tiempo que llevo vivido en la Argentina vi con curiosidad cómo muchos negocios se ponían de moda y luego se eclipsaban, como las canchas de paddle o las pistas de patín", comenta Cees Houwelling, de la cadena N.A. Town & Country Small Luxury Hotels. Cree que algo semejante está sucediendo con la hotelería, un negocio que hoy está tocado con cierto halo de prestigio, como las bodegas. "Por ahora, el crecimiento notable del turismo extranjero les hace lugar a todos, pero más adelante, cuando la actividad madure, sólo podrán sobrevivir los que tengan la ecuación correcta", dice.

ASIMETRÍAS

Muchas camas y pocos vuelos

Un trío de hoteles, en Bariloche, El Calafate y Usuahia; cada uno con 150 cuartos para que los operadores extranjeros puedan mover contingentes por esos tres sitios de peregrinación patagónica con una sola reserva y sin dividirlos entre varios hoteles chicos: ese megaplan tenía ocupado hacia fin del 2007 al grupo cordobés Amerian, que asegura que ya tenía los planos y dos terrenos comprados. Pero acaba de ser archivado. La razón, dicen, es que la oferta de vuelos no se amplía en proporción al crecimiento de la oferta hotelera en esos destinos. En otras palabras: camas y huéspedes potenciales hay, lo que falta es cómo llevarlos. En un mes en el que 120 vuelos se cancelaron en el país (entre internacionales y locales, según la Asociación Argentina de Derecho del Turismo), la oferta aérea fue mencionada por hoteleros entrevistados como un potencial obstáculo. "Una repetición de estos problemas empezaría a deteriorar la flamante fiebre por la Argentina en mercados europeos", dice Cees Houwelling, de la cadena N/A Town & Country.

Clarín - Nota - Sup. Económico - Pag. 8

28/01/2008

NOVEDADES

FUERTE DESARROLLO DE LA HOTELERÍA

El sector registró, entre 2004 y 2007, una inversión cercana a los 2000 millones de dólares en distintos proyectos; la Capital, El Calafate y Salta, entre los lugares más buscados. La hotelería es uno de los rubros más productivos en la Argentina de la posdevaluación. El monto de la inversión para levantar nuevos proyectos o reciclar los ya existentes, cercano a los 2000 millones de dólares entre 2004 y 2007, es un indicador muy preciso. El dato surge de la Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (Fehgra), entidad que agrupa a 33.000 establecimientos gastronómicos y 7000 hoteles de todo el país, agrupados en 62 filiales con más de 400.000 afiliados.

"Es una actividad en crecimiento, ya que en hotelería, por sus características, las inversiones se planifican con mucha anticipación. Lo que aprendí después de estos años de trabajo en el sector es que siempre en el mundo primero está el turismo y después llegan los inversores. Donde no llega el turismo, difícilmente haya grandes inversiones", describe Oscar Ghezzi, presidente de la Fehgra.

La Secretaría de Turismo de la Nación también certifica la expansión de este sector, ya que en sus relevamientos indica que en 2005 se registró una inversión anual de 456,5 millones de pesos en alojamiento turístico y las cadenas internacionales de hoteles inauguraron ocho establecimientos por un monto de 337,8 millones de pesos, mientras las cadenas nacionales abrieron cuatro establecimientos nuevos, con una inversión total de 42,2 millones de pesos. En 2006, el sector siguió a ritmo sostenido, y las principales inversiones se realizaron en la región de Buenos Aires, la Patagonia y el Norte (Salta y Jujuy).

"En 2007 se mantuvo la tendencia positiva; si bien aún no hay datos finales al respecto, se estima que se inauguraron más de ochenta y cinco establecimientos a lo largo de todo el país y que la inversión superará ampliamente la realizada en el año anterior (arriba de los 500 millones de pesos)", sintetiza Enrique Meyer, secretario de Turismo de la Nación.

Los lugares donde se inauguraron más establecimientos en estos últimos años se encuentran en los principales destinos turísticos del país: Buenos Aires, El Calafate, Córdoba, Mendoza, Puerto Iguazú, Ushuaia, Bariloche y Salta, por ejemplo.

"Es de destacar que la tendencia actual es construir no sólo en los principales destinos, sino que se opta por desarrollar nuevos centros turísticos, y otras modalidades de alojamiento", amplía el funcionario.

Coincide Manuel Pironi, gerente de la división Hotelería de Marolda Inmuebles, acerca de las opciones que proponen los desarrolladores del sector. "La actividad se consolida por los beneficios que se reciben desde el sector. El abanico se amplió, ya que aparecieron otras variantes para construir, como los hoteles boutique, los hostels y otros negocios vinculados con los servicios destinados al turismo."

Para Cees Houweling, CEO de la cadena NA Town & Country Hotels, la Argentina se consolidó en el mercado internacional como destino después de la devaluación. "Independientemente de que en la actualidad los precios han subido localmente, estos años fueron suficientes para que nos conocieran y nos posicionáramos como un destino competitivo e interesante. La creciente demanda de turismo requiere más hoteles de diferentes niveles y estilos. La todavía competitiva adquisición de edificios y los costos de obra ayudan para que el negocio sea atractivo para inversionistas", detalla.

Lo que viene

Tanto en esta temporada como en 2009 parece que seguirá el avance y las inversiones. Según datos de la Secretaría de Turismo de la Nación, en la actualidad se encuentran en construcción más de 300 establecimientos en todo el país, por un monto total de inversión que asciende a 2670 millones de pesos.

"En relación con la distribución de las inversiones, 1330 millones de pesos serán destinados a establecimientos de cadenas internacionales de hoteles; las nacionales invertirán 404 millones, y los empresarios independientes, 682 millones de pesos", detalla Meyer.

Iguazú tendrá hoteles de cuatro y cinco estrellas

La expansión se dirige hacia los principales centros turísticos, pero también hacia los menos explotados. Por ejemplo, en Puerto Iguazú, está previsto que en el futuro inmediato desembarquen entre cinco y seis hoteles de categorías 4 y 5 estrellas.

"Hay un espacio de 600 hectáreas destinado para tal fin, en una de las zonas que forman parte de las maravillas naturales del mundo", precisa Manuel Pironi, de Marolda Inmuebles. En cuanto a las preferencias de los inversores nacionales y extranjeros, siempre quieren empezar por Buenos Aires por la arquitectura variada, la cultura, el tango, entre otros atractivos. "Pero después inician otras inversiones en la Patagonia, Ushuaia, El Calafate, Puerto Madryn, Bariloche, por ejemplo. También les interesa llegar a Mendoza, por su potencial vitivinícola, y al Nordeste, sobre todo Salta, ciudad con fuerte arraigo y estilo colonial", detalla Pironi. Entre las construcciones del momento, en Capital se realizan hoteles muy importantes tanto en Puerto Madero como en Palermo SoHo. En Palermo Hollywood se levantan los boutique, de 20 habitaciones. Y en la Patagonia se edifican varios en Villa La Angostura y San Martín de los Andes, dos plazas muy importantes de la provincia de Neuquén.

Los turistas, en una gran proporción, llegan del exterior favorecidos por el tipo de cambio y porque la Argentina se promociona cada vez más en ferias y conferencias en el mundo. En el marco del plan de marketing turístico internacional, el Instituto Nacional de Promoción Turística puso en marcha esta estrategia para difundir el país. "En 2008, con la intención de que continúe posicionándose como destino turístico en la región, se realizarán acciones promocionales en todo el mundo, entre ferias de turismo, workshops y seminarios. El objetivo es mostrar en el mundo todos los atractivos de la Argentina: su diversidad de paisajes y la excelente oferta de servicios", indica Enrique Meyer, secretario de Turismo de la Nación. Del 8 al 12 de abril próximo se desarrollará el Salón Inmobiliario de Madrid, a donde asistirá una delegación argentina conformada por empresarios, profesionales y desarrolladores. También participará la Secretaría con el fin de dar a conocer posibilidades para invertir en el mercado inmobiliario de nuestro país.

En los esteros del Iberá

Aunque los inversores del sector prioricen los puntos más turísticos surgen alternativas, como la cadena NA Town & Country Hotels, que está presente en el hotel Puerto Valle, muy próximo a la localidad de Ituzaingó y sobre los esteros del Iberá, a 260 km de Corrientes, capital de la provincia homónima. Se inauguró en diciembre último, con una inversión de un millón y medio de dólares. Próximamente esta cadena, que está en varios puntos del país, como por ejemplo en San Patricio del Chañar (Neuquén), Maipú (Mendoza), Tafí del Valle (Tucumán), abrirá su hotel Vitrum de 16 suites en Palermo Hollywood, Gorriti 5641.

La Nación - Nota - Sup. Inmuebles Comerciales - Pag. 1

31/01/2008

PROYECTO

HOTEL EN EL ABASTO

Con una inversión de US\$ 2,5 millones, comenzará a construirse, en el barrio porteño de Abasto, un emprendimiento hotelero llamado Abasto Lofts, con el formato de Apart & Art Hotel, de 26 unidades. Se construirá sobre la calle cortada Zelaya y será impulsado por el desarrollador Jorge Vidoletti.

La Nación - Nota - Economía & Negocios - Pag. 1

INVERSIONES EN ALOJAMIENTO TURÍSTICO

ALOJAMIENTO INAUGURADO 2007

En el año 2007, continuó la tendencia positiva, si bien se están cerrando los datos finales, se estima que se habrán inaugurado más de 85 nuevos establecimientos a lo largo de todo el país y que la inversión superará ampliamente a la realizada en el año anterior

Las principales inversiones han sido realizadas por empresarios independientes, en las regiones de la Patagonia, Litoral, Centro y Buenos Aires, siendo los establecimientos inaugurados de categoría cuatro y cinco estrellas en su mayoría.

Dentro de los establecimientos que se han inaugurado podemos destacar:

- Hotel Baires Recoleta de la Cadena Internacional Blue Tree Hotels, en el barrio de Recoleta
- Hotel Howard Jonson, en la Ciudad de San Pedro.
- Patio de Moreno Hotel Boutique, de NA Town & Country Hotels, en el barrio de San Telmo.
- Chacras de Coria Hotel Boutique, de NA Town & Country Hotels, en Luján de Cuyo, Mendoza.
- Hotel Vitrum, de la Cadena NA Town & Country Hotels, en el barrio de Palermo.
- Hotel Axel, de la Cadena Axel, en el barrio de San Telmo
- Reapertura Hoteles Crillón y Lancaster, pertenecientes a la Cadena NH.
- Blue Tree Bariloche Hotel, de la Cadena Blue Tree Hotels.
- Loi Suites Chapelco Hotel, de la Cadena Loi Suites Hotels, en la ciudad de San Martín de los Andes.
- Hotel Gurda Tango & Wine Hotel, de la Cadena Ten Rivers & Ten Lakes, en el barrio de San Telmo.
- Hotel Esplendor Palermo SOHO, de Fen Hoteles, en el barrio de Palermo.
- Panoramic Resort Hotel, en la ciudad de Puerto Iguazú.
- Complejo la Aldea, en la ciudad de Puerto Iguazú.

ALOJAMIENTO EN CONSTRUCCIÓN 2008

De acuerdo con los datos relevados hasta el día de la fecha, en la actualidad se encuentran en construcción más de 300 nuevos establecimientos en todo el país por un monto total de inversión que asciende a los **2.670 millones de pesos**.

En relación a la distribución de las inversiones, **1.330 millones de pesos** serán invertidos en establecimientos de cadenas internacionales¹, las cadenas nacionales invertirán **404 millones de pesos** y los empresarios independientes **682 millones de pesos**.

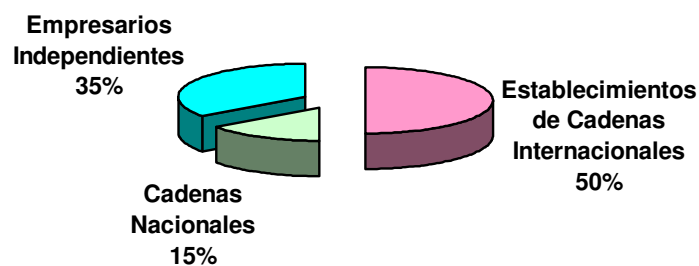
La mayor cantidad de establecimientos en construcción son hoteles de 4* y 5*, ubicados principalmente en la región Buenos Aires, Patagonia, Litoral y Cuyo.

¹ Los montos mencionados expresan inversiones directas, franquicias y / o management

Entre las principales cadenas de origen internacional que se encuentran llevando a cabo emprendimientos en el país se destacan: Caesar Park, Sheraton, Hilton, Accor, Howard Johnson, Vista Sol, Holiday Inn, entre otras. Además, tienen proyectado en un futuro cercano desembarcar en el país las cadenas Mayan, Ritz Carlton y Radisson.

Asimismo cadenas nacionales como Amerian, Grupo Presidente, Design Suites, C.E.T, Australis, Loi Suites, Álvarez Argüelles, entre otras, están desarrollando en el país emprendimientos de gran importancia.

Establecimientos en Construcción Año 2008



Dirección Nacional de Desarrollo Turístico
Dirección de Inversiones Turísticas

Elaborado por: Lic. María Alejandra Corral
Enero 2008