

Mariela Sosa

Col. 1502/0394



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES Facultad de Ciencias Económicas

Carrera de Postgrado de Especialización
en Gestión Empresaria del Comercio Exterior
y de la Integración (GECEI)

SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL

Análisis del sector hotelero argentino

Elaborado para el "Workshop Hotel Project Argentina",
a celebrarse en Buenos Aires
del 3 al 5 de diciembre de 2003.

CATALOGADO

*top 0.310, H. 38
59A
Trab. Posgr.*

Mariela SOSA ZAMARBIDE
marielasosaz@sinectis.com.ar
Buenos Aires, 25 de noviembre de 2003

BIBLIOTECA DE LA FACULTAD

Profesor Emérito Dr. ALFREDO S. PALACIOS



Secretaría de Posgrado
Facultad de Ciencias Económicas

119-0012



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

Facultad de Ciencias Económicas

Carrera de Postgrado de Especialización
en Gestión Empresarial del Comercio Exterior
y de la Integración (GECEI)

SEMINARIO DE INTEGRACIÓN FINAL

Análisis del sector hotelero argentino

Elaborado para el "Workshop Hotel Project Argentina",
a celebrarse en Buenos Aires
del 3 al 5 de diciembre de 2003.

Mariela SOSA ZAMARBIDE

marielasosaz@sinectis.com.ar

Buenos Aires, 25 de noviembre de 2003

INDICE

Introducción	2
Trabajo de investigación: Análisis del sector hotelero argentino	
1. Composición del sector	3
2. Evolución y perspectivas	4
3. Consecuencias en cuanto a necesidades de equipamiento e insumos	7
4. Oportunidades para los productos italianos	9
Anexos	
I. Oferta de alojamiento hotelero en Argentina: establecimientos, habitaciones y plazas (2001/2)	
II. Indicadores de rendimiento del sector hotelero (Primer semestre 2003)	
III. Lista de hoteles en Argentina: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y apart-hoteles	
IV. Lista de proveedores reconocidos del sector	
V. Otras direcciones de interés	

INTRODUCCIÓN

El presente análisis, elaborado en el marco del Seminario de Integración Final de la Carrera de Especialización de Postgrado en Comercio Exterior e Integración de la Universidad de Buenos Aires, fue realizado para su presentación en el "Workshop Hotel Project Argentina" que, organizado por la Cámara de Comercio Italiana en la República Argentina en colaboración con el Consorcio Eurosel Argentina, la Sociedad Central de Arquitectos y la Asociación de Hoteles de Turismo, tendrá lugar en Buenos Aires del 3 al 5 de diciembre de 2003.

De manera muy sintética, contiene las principales conclusiones del trabajo de investigación efectuado en base a información del sector proveniente de distintas fuentes, así como de entrevistas mantenidas con las siguientes entidades:

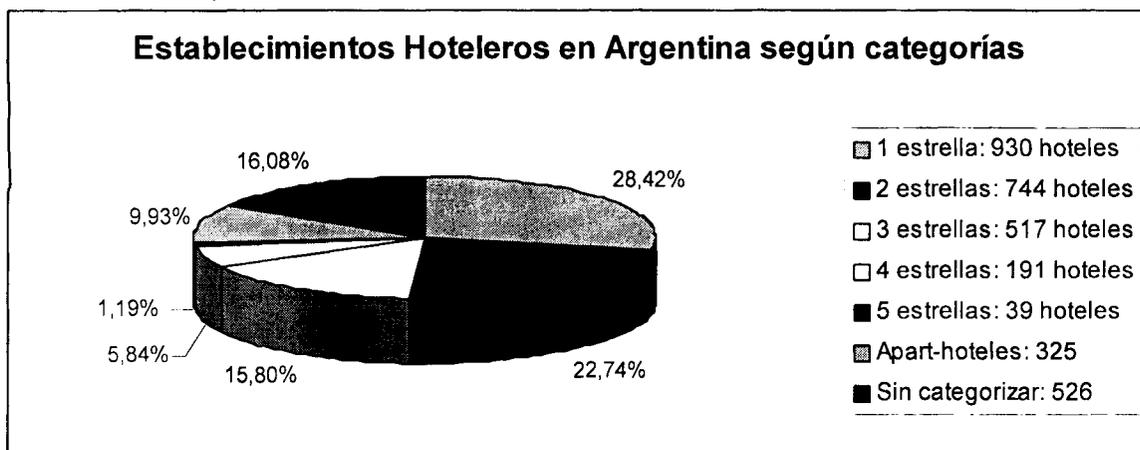
- ASOCIACIÓN DE HOTELES DE TURISMO:
 - con su Presidente, a su vez Presidente del Regente Palace Hotel (4*)
 - con su Tesorero, Gerente General de Aspen Towers y Aspen Suites Hotel (4*)
- SOCIEDAD CENTRAL DE ARQUITECTOS
- BUENOS AIRES SHERATON HOTEL (5*, uno de los seis de la cadena en el país)
- MARRIOTT PLAZA HOTEL (5*, accionistas nacionales con gerenciamiento de Marriott)
- HOTEL EMPERADOR (5*, inversión de origen español)
- CADENA AMERICAN HOTEL (4*, de capital nacional, con sede en una provincia, gerencia seis hoteles en el país)
- CADENA DE HOTELES HOWARD JOHNSON ARGENTINA (4*, otorgó las franquicias de once hoteles en Capital Federal, Buenos Aires y el interior).
- CADENA LOISUITES (4*, de capital nacional, maneja tres establecimientos en Capital Federal de los cuales dos son apart-hoteles)
- HOTEL IBIS ACCOR CONGRESO (3*, Accor gerencia otro 3* y el Sofitel, inaugurado en 2002)
- ESTUDIO DE ARQUITECTOS URGELL-FAZIO-PENEDO-URGELL (construyó 14 hoteles en el país, entre ellos Intercontinental y los establecimientos de la cadena NH).

Se incluyen como anexos cuadros sobre cantidad de establecimientos hoteleros, habitaciones y plazas de la Secretaría de Turismo de la Nación; indicadores de rendimiento del sector hotelero durante 2003; listados de hoteles con contactos; y una lista de proveedores de hotelería con su información de contacto.

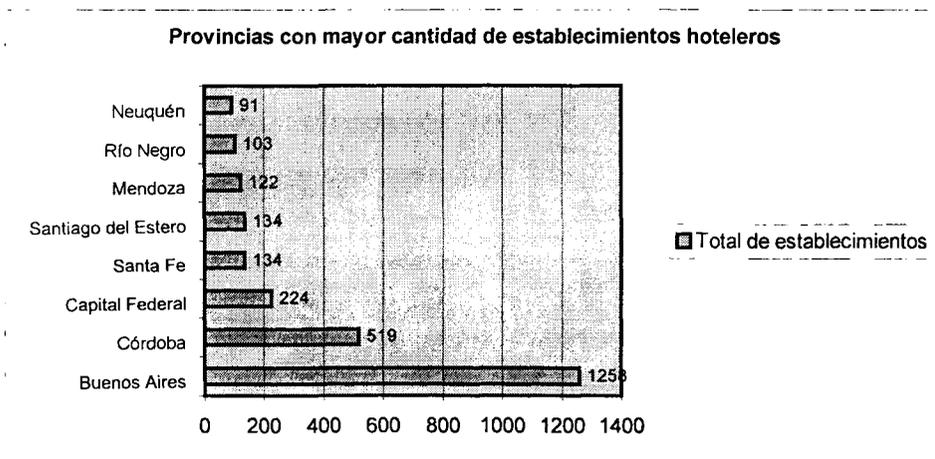
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: Análisis del sector hotelero argentino
En el marco de "Workshop Hotel Project Argentina"
3 al 5 de diciembre de 2003

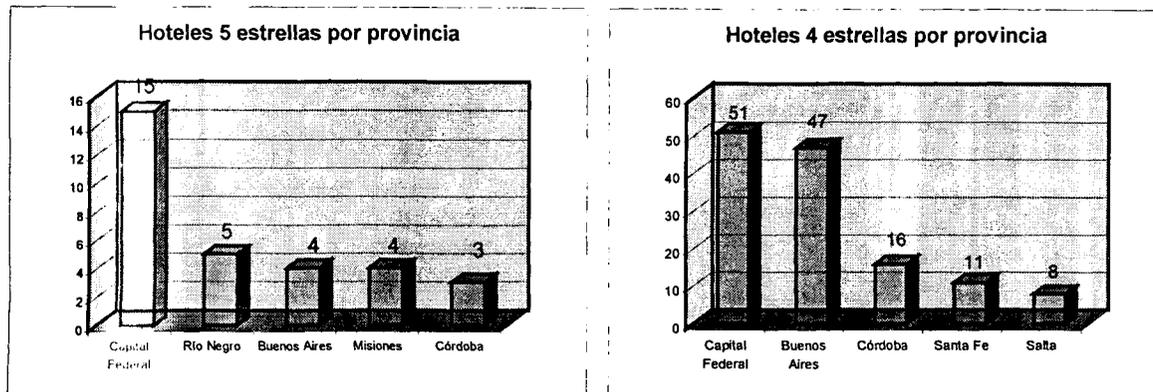
1. COMPOSICIÓN DEL SECTOR

- En Argentina, funcionan 3272 establecimientos hoteleros, según los datos más actualizados de la Secretaría de Turismo de la Nación (2001/02). De ellos, **39 establecimientos son 5 estrellas (5*)**, **191 son 4 estrellas (4*)** y **517 son 3 estrellas (3*)**. Existen además 4396 establecimientos parahoteleros (comprendiendo hosterías, hospedajes, residenciales, cabañas o bungalows, moteles y otros). Asimismo funcionan al menos 58 spas, 30 de ellos en hoteles u hosterías.



- El mayor número se localiza en la Provincia de Buenos Aires (en adelante indicada como Bs. As.), seguida por Córdoba, Ciudad de Buenos Aires (en adelante indicada como Capital Federal), Santa Fe, Santiago del Estero, Mendoza, Río Negro y Neuquén.
- De los **hoteles 5***, la mayor proporción se encuentra en Capital Federal y luego en Río Negro, Bs. As., Misiones y Córdoba. En cuanto a **hoteles 4***, se ubican primeramente en Capital Federal, Bs. As., Córdoba, Santa Fe y Salta. Estas distribuciones *coinciden con los destinos turísticos* más atractivos del país.





- De 2001/02 a 2000, la cantidad de establecimientos hoteleros aumentó de 3155 a 3272 (3,7%), a pesar de la recesión que afectó la economía del país.

Variaciones observadas en el sector hotelero en 2001/2 con respecto a 2000, por categoría de establecimientos*

	5*	4*	3*	2*	1*	Apart hoteles	Total
Cantidad de establecimientos	7	6	26	31	6	42	118
Cantidad de habitaciones	1196	310	581	354	- 744	s/d	1697
Cantidad de plazas	2261	1515	2513	3091	- 1122	1889	10147

*No se incluyen establecimientos sin categorizar ni parahoteleros. Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación.

- El subgrupo de los hoteles categorizados como 3*, 4* y 5*, más los apart hoteles, concentran la demanda turística nacional e internacional. Los hoteles de 1* y 2* ofrecen mayoritariamente servicios a viajeros residentes en el país, salvo casos marginales de demanda de turistas extranjeros hacia establecimientos de 2*.
- En cuanto a entidades empresarias, funcionan dos en el país: la Asociación de Hoteles de Turismo de la Rep. Argentina (AHT) y la Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la Rep. Arg. (FEHGRA). AHT agrupa a 31 de los 39 hoteles 5* del país (incluyendo 22 cadenas, entre ellas todas las internacionales); 70 de los 191 hoteles 4* y 20 hoteles 3*, además de 10 apart hoteles. Su peso y representatividad devienen de nuclear a los principales establecimientos del país.
- FEHGRA reúne a hoteles de distintas categorías (hasta 1* y parahoteleros) más restaurantes y emprendimientos gastronómicos. Se arroga representatividad por sus 63 años de antigüedad y por reunir a 40.000 establecimientos (gran parte gastronómicos) en 62 filiales del país. Su actividad tiene, cabe señalar, un fuerte componente gremial.

2. EVOLUCION Y PERSPECTIVAS

- Hasta 1989, existía un retraso en la oferta hotelera nacional. Funcionaban pocos hoteles 5* en Capital Federal y en el interior, y sólo uno de "Lujo Internacional" (Sheraton Buenos Aires). Igual situación se evidenciaba en hoteles 4*.
- De 1991 a 2000, se invirtieron en el sector más de US\$ 1000 millones. En Capital Federal, las proyecciones de inicios de los '90 estimaban que había demanda suficiente para cinco hoteles 5* de lujo internacional, lo que se cumplió con la posterior llegada de Intercontinental, Hyatt (hoy Four Seasons), Caesar's Park, la ampliación del Sheraton

para albergar a Park Towers, y Hilton. Se inauguraron otros hoteles 5* (durante ese período llegaron a un total de 14 en Capital; se abrieron 7 en la Patagonia, los 4 que actualmente existen en Misiones y los 3 de Córdoba). Simultáneamente se instalaron, en esa y otras categorías, las cadenas Marriott, Howard Johnson, Holiday Inn, Meliá, Sofitel-Ibis Accor y NH. Parte de esta inversión se destinó a la edificación de nuevos hoteles, pero también se reconstruyeron viejas edificaciones.

- En la categoría 4*, el arribo de cadenas internacionales cambió además la modalidad del negocio, ya que hasta entonces la mayoría de los establecimientos eran empresas familiares.
- La inversión para una hotel de 5* se calculaba entre 80.000 y 100.000 dólares (equivalentes entonces a pesos) por habitación, con un retorno del capital estimado en 7 años y un total de vida útil de 20 años. Para otras categorías, el metro cuadrado de construcción se calculaba en 1000 dólares. La inversión se veía favorecida por la abundancia de crédito externo e interno durante la vigencia de la Convertibilidad, aunque este último a altas tasas. 1996, 1997 e inicios de 1998 se consideraron los años de más movimiento para el sector, en cuanto a sus dos tipos de clientes: principalmente, huéspedes del sector corporativo-empresario, y luego turistas.
- A fines de 1998, la ocupación hotelera comenzó a disminuir, lo hizo aún más después del 11/09/2001, alcanzando su piso en enero y febrero de 2002, cuando según los hoteleros no superaba el 20%. En marzo de ese año comenzó a recomponerse, llegando a lo que hoy fue señalado por uno de los entrevistados como "plena recuperación". En el primer semestre de 2003, la ocupación promedio en Capital se estimó en 62% y en todo el país en 62.5% (el punto de equilibrio se estima en 45%).
- El costo de la construcción del m² bajó hoy a \$600. No obstante, si bien aumentó la actividad a nivel operativo, el retorno de la inversión se dificultó por la baja de las tarifas. Durante la década pasada, según los entrevistados, el precio promedio de la habitación era US\$ 110, mientras que en el presente es de US\$ 30 (los grandes hoteles, sin embargo, siguen cobrando tarifas en dólares a visitantes extranjeros). Los hoteleros recalcan también el aumento en pesos de costos salariales y de algunos insumos.
- Actualmente, si bien se vive una fuerte restricción del crédito, algunos de los entrevistados señalaron que la construcción y **especialmente el sector hotelero vuelven a ser una oportunidad para los capitales nacionales**, por la falta de alternativas de inversión ante un dólar que se percibe estabilizado con tendencia bajista a largo plazo, y tasas de interés poco atractivas.
- A esto se suma que el turismo es uno de los sectores que se vieron más favorecidos con el cambio de las condiciones macroeconómicas. Aquí se destaca la llegada de turistas del exterior, principalmente países limítrofes y también del resto de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Las encuestas dan cuenta que la mayor parte de ellos recalca en Capital Federal y luego se dirige hacia uno ó dos puntos turísticos del interior (por ej., Cataratas o Patagonia), volviendo en general a Capital antes de partir.
- Inversamente a la década anterior, la demanda de origen corporativo ha perdido preponderancia frente al turismo, si bien va reactivándose en forma paulatina. Esto no entusiasma a los hoteleros, ya que el cliente "de contingente" o que llega a través de las agencias paga menores tarifas y no suele consumir otros servicios del hotel. Aparecen estrategias orientadas a captar segmentos de más poder adquisitivo, posicionando a Buenos Aires, por ej., como destino del turismo gay o de los cruceros internacionales.
- La nueva paridad cambiaría llevó a un marcado aumento del turismo interno en detrimento de los viajes de argentinos al exterior. Particularmente, para la inminente temporada estival y los próximos años, se prevé una excepcional afluencia turística hacia la costa atlántica y otros destinos tradicionales, como Córdoba, Patagonia o Salta.

Como medida del actual nivel de actividad del sector, en todo 2002 Capital Federal recibió 5.333.985 visitantes (1.918.052 extranjeros y 3.415.933 argentinos). Hasta septiembre de 2003 esa cifra alcanzó los 5.275.312 (2.345.616 y 2.929.696 respectivamente), lo que denota un importante crecimiento. Ese mes, el 54,6% de los extranjeros arribó por vacaciones y el 24% por motivos de negocios, profesionales o ferias y congresos. El 64,8% se hospedó en hoteles y apart-hoteles. El 50,4% provino de países limítrofes; el 25,9% de Europa; 10,3% de otros países americanos, 8,5% de EE.UU. y Canadá, y casi 5% del resto del mundo, porcentajes que se mantuvieron relativamente estables a lo largo del año¹.

A nivel país, la actividad se mide por temporadas. Durante el último período vacacional de junio-julio (receso invernal), se movilizaron en el país 2.485.300 viajeros, de los cuales 167.000 eran extranjeros. De ese total, el 18% tuvo como destino Bs. As., el 14,2% la Patagonia, el 14% Capital Federal, el 8,5% las provincias de Noroeste y el 7,5% Córdoba². La AHT anunció que había alcanzado una ocupación del 80%, y FEHGRA el 58,2%.

- Consecuentemente, la construcción y remodelación de hoteles evidencia actividad. En 2002 se inauguró el Sofitel (primer "hotel boutique" 5*) y se acondicionaron el Sheraton y el Marriott. En 2003, la AHT acaba de anunciar que la mayoría de sus 150 miembros planea o está realizando obras de renovación de infraestructura (la mayor parte) o la apertura de nuevos establecimientos (concentrada en Salta, Ushuaia o Santa Cruz, Bariloche y la costa atlántica), con una inversión total cercana a los 100 millones de dólares. El siguiente cuadro resume algunos emprendimientos del sector en 2003:

	Inaugurados	En Construcción
Cap. Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Amerian Congreso (6 m.) • Hotel Emperador (finalización de 10 pisos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Palacio Duhau-Hyatt (65 m.) • Complejo El Porteño (hotelero, gastronómico y entretenimientos) • 2 hoteles (no se reveló el inversor) • Buenos Aires Sheraton (remodelación) • Marriott Plaza (remodelación) • Suipacha & Arroyo Suites • Suipacha 1235
Buenos Aires (mayormente, Costa Atlántica)	<ul style="list-style-type: none"> • Holiday Inn Campana (1,5 millones) • Howard Johnson La Plata y HJ Campana • Days Inn Pinamar • Amerian Mar del Plata 	<ul style="list-style-type: none"> • En Cariló • En Mar de las Pampas • Howard Johnson San Pedro • Hermitage Mar del Plata (remodelación)
Catamarca	<ul style="list-style-type: none"> • Amerian Hotel Catamarca 	
Chubut	<ul style="list-style-type: none"> • En Puerto Madryn 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Austral (C. Rivadavia, remodelación)
Mendoza	<ul style="list-style-type: none"> • NH Cordillera 	
Neuquén	<ul style="list-style-type: none"> • Upsala Lodge • Hotel Correntoso 	<ul style="list-style-type: none"> • En Villa La Angostura
Salta		<ul style="list-style-type: none"> • Marriott (primer 5*, 53 m., inversión de La Veloz del Norte, empresa local)

- En 2002, algunos consultores del sector afirmaban que el mercado hotelero estaba saturado en los segmentos de lujo y en Capital, percepción hoy descartada por las expectativas de creciente movimiento de huéspedes. Algunos entrevistados se mostraron muy optimistas frente a nuevas inversiones. Howard Johnson, por ej., planea ampliar sus franquicias de las actuales 11 a 44, con una inversión de 1 a 2 millones de dólares por hotel. Otros (los menos, no hoteleros) expresaron reticencias por la seguridad jurídica y el riesgo país.

¹ Fuente: Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

² Fuente: Monitoreo Sectorial Mensual del Ministerio de Economía y Producción de la Nación.

- Se señalan oportunidades en las capitales de provincias que muestran crecimiento de la actividad comercial y corporativa, donde se reconoce un retraso de la infraestructura y en las categorías de 3* y 4*, para llegar a ofrecer el mismo estándar de calidad en todo el país. Se entiende que allí las tarifas siguen siendo altas en relación con los servicios brindados. Habría también espacio para el desarrollo de hosterías de lujo y apart-hoteles de 5* diferenciados por calidad y diseño.

3. CONSECUENCIAS EN CUANTO A NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO E INSUMOS

- Más que construcción de nuevos hoteles, se prevén procesos de remodelación de los que ya están en funcionamiento. En cuanto a los primeros, la tendencia va hacia unidades menores, de 100 ó 150 habitaciones (por la necesidad de reducir al mínimo los costos de mantenimiento y la cantidad de personal por habitación).
- Los usos tradicionales del medio marcan que cada cinco años debe realizarse una reforma de planta y cada diez una de mobiliario e instalaciones (algunos lo miden en siete años). No obstante, existe coincidencia entre los hoteleros de que el mercado exige un permanente reacondicionamiento, como efecto de la globalización y la exigencia creciente de sofisticación y calidad, por la cada vez más fácil comparación con los servicios hoteleros ofrecidos alrededor del mundo.
- Durante los '90, mejoró la capacidad de los estudios de arquitectura y de los proveedores para responder a los requerimientos de los establecimientos de categoría del sector, por la mayor demanda y dado que la Convertibilidad le permitió a algunos fabricantes adquirir tecnología del exterior. Los hoteleros entrevistados en general se mostraron satisfechos con la oferta de muebles, textiles, iluminación y accesorios disponible en el mercado local. No así los arquitectos ni los hoteles de lujo 5*, que remarcaron la falta de una masa crítica que permita la especialización de los proveedores, y la brecha de calidad con respecto a los productos extranjeros.
- El proceso económico vivido entre 1999 y 2002 modificó la composición de la oferta de proveedores, algunos de los cuales salieron del mercado o fueron absorbidos por otras empresas, más allá de su tamaño, los productos o la calidad ofrecida. Sumado a la sustitución de importaciones generada por el nuevo tipo de cambio, esto llevó a un replanteo del esquema de compras, precios y proveedores.
- La percepción de los hoteleros es que hoy la industria local ofrece una relación precio-calidad conveniente, particularmente por la baja de los costos nacionales, sin necesidad de sacrificar calidad al adquirir productos argentinos. La competencia con productos de otros orígenes es en general vista como difícil a causa de la diferencia de precios³.
- Sin embargo, las importaciones no se han detenido del todo. Los 5* internacionales (que *siguen cobrando tarifas en dólares* a los huéspedes extranjeros) continuaron abasteciéndose en el exterior ante conveniencia de calidad y precio; pesan además las relaciones ya establecidas por las casas matrices o regionales con proveedores foráneos, así como su origen geográfico. En textiles, se realizan compras a Brasil y se mencionaron casos de importación directa de productos europeos "más sofisticados" en un hotel independiente, que indicó que en ocasiones los hoteles han conformado *pools* de compra para estas adquisiciones. Recientemente, se ha trabajado también con algunos remanentes de importados que quedaban en stock desde 2001.

³ Como referencia, en muebles de estilo, el precio al público de una mesa grande ronda los 3800 pesos, el promedio de una silla es de \$ 500 (sin tela) y un juego de respaldo de cama y dos mesas de luz puede estar en \$4500. En telas, el metro de jacquard arranca desde los \$70 para telas de fabricación nacional y llega hasta \$170 ó \$200 en telas importadas.

- En muebles, no hay fabricantes exclusivamente dedicados a hoteles, pero sí con una división "Contract" o con experiencia en ellos: Fontenla, Santorini, Sofa-Arte y otros. Los productos nacionales son considerados satisfactorios, y se reconoce calidad en empresas y talleres pequeños -algunos del interior del país- aunque indican que no poseen escala para demandas grandes. Un hotel 5* pudo reemplazar muebles españoles para nuevos pisos inaugurados luego del 2001, solicitando su copia a un fabricante nacional con aparentemente buenos resultados. Para stocks muy grandes se puede evaluar la compra directa a países del Sudeste Asiático (por ej., Tailandia).
- Se ofrecen telas para decoración nacionales e importadas, estas últimas de variado origen (Hindúes, belgas, algunas italianas). En cuanto a blanco, se informaron compras a Estados Unidos, Brasil, España y en menor medida otros países europeos.
- En iluminación, las instalaciones generales son provistas por grandes empresas (por ej. Philips) u otras más pequeñas ligadas a la construcción. En cuanto a accesorios, es importante la oferta de fabricación nacional. Uno de los entrevistados afirmó que "copian con calidad" los mejores productos del exterior. De los extranjeros, los italianos son vistos como los mejores por su relación calidad-precio, mientras que los alemanes se consideran superiores pero se desestiman por su mayor costo.
- No se calificó como satisfactorio al equipamiento gastronómico nacional adquirido, si bien este tipo de compra es mucho menos frecuente.
- En sanitarios y grifería, se reconoce el predominio de Ferrum-FV (de la española Roca).
- Las cadenas internacionales reciben especificaciones de sus matrices, pero luego las gerencias de compras, de mantenimiento o de ingeniería deciden en gran parte sobre la base de las opciones disponibles localmente, cotizando con todos los grandes proveedores, aquí y afuera. Las franquicias indican las características que deben contener los productos y entregan listas de "Proveedores preferidos" pero son los franquiciados quienes deciden la contratación final. Los arquitectos juegan un papel clave en la búsqueda y comparación de proveedores para nuevas instalaciones, en mutua consulta con los responsables del hotel.
- En hoteles de capital nacional y los de menor tamaño, repetidamente se afirmó que las decisiones de cambio y de compras permanecen reservadas a los dueños de los hoteles o a sus gerentes generales, según la estructura, aunque las sugerencias de los niveles técnicos son muy tomadas en cuenta. Más que procedimientos estandarizados de compra, se hace referencia a un estudio puntual de cada caso y de las alternativas ofrecidas por cada proveedor, para detectar la más conveniente. Depende también del tipo de compra y de los montos de que se trate.
- Pesa la confianza adquirida entre las partes en anteriores operaciones, ya que parecen ser muy habituales los incumplimientos, lo que restringe las opciones a los proveedores que han sabido lograr un historial favorable (opinión que prevalece incluso si tuvieron una falla en cumplir una gran demanda puntual). En este sentido, específicamente fueron mencionados como "confiables" Santorini (muebles) y De Levie (textiles).
- Un modo de cubrirse de los incumplimientos es dividir una compra en dos o más, adquiriendo cada parte a un proveedor diferente.
- Son valorados otros aspectos visibles de las empresas no comunes a la media, como el packaging que hace a la seguridad en las entregas, o la puntualidad de las mismas.
- Se conformaron dos agrupamientos empresarios con fabricantes de distintos rubros: E&D (Equipment & Decoration Group) y GainPro (Grupo Argentino Independiente de Proveedores del Sector Hotelero y Gastronómico). Asimismo, un fabricante de revestimientos (La Europea) y otro de colchones y blanco (La Cardeuse), desarrollaron campañas de marketing dirigidas específicamente a hoteles.

4. OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTOS ITALIANOS

- Se percibirá como avance toda característica de los productos que demuestre mayor rendimiento, funcionalidad o ayude a reducir los costos operativos, los cuales serían entonces vistos como inversión y no como gasto.
- **Los hoteles 5* más grandes creen que, al tipo de cambio actual, sigue valiendo la pena pagar la diferencia de precio de los productos importados, por la calidad obtenida. Para los 5* de menor tamaño, los 4* y en menor medida los 3*, puede seguir siendo de interés la comparación de los productos nacionales con los italianos de costos más accesibles, ya que si ese piso no se aleja demasiado y se percibe mejor calidad o características, la elección probablemente caerá sobre los importados.**
- En esta última franja quizá sea conveniente enfatizar mediante adecuada **comunicación** las virtudes de los productos italianos ofrecidos y por qué resultaría conveniente sustituir por ellos otros tradicionalmente utilizados (por ej., telas panamá para decoración usadas por la amplia oferta nacional y su más fácil reposición) .
- Es una ventaja contar con economías de escala que permitan responder a grandes demandas.
- Valores intangibles como el cumplimiento o la puntualidad de entregas serán positivamente valorados.
- **Se reconoce la calidad y el diseño que pueden tener los productos italianos, los que despiertan expectativa. Se esperan asimismo las novedades que puedan traer, pero existe precaución ante los precios.**
- En este sentido, puede tener importancia que las empresas italianas ofrezcan sus productos **conjuntamente con líneas o posibilidades de financiamiento**, quizás explotando aquellas facilitadas por el Gobierno de Italia o por la Unión Europea.
- El momento que se vive, por la conjunción del reciente replanteo de la estructura de oferta y proveedores disponibles, más la conciencia de una necesidad de mejora y actualización, hace que los hoteles están más abiertos que en épocas pasadas a la búsqueda y al análisis de nuevas opciones.
- Para los hoteles inaugurados en los '90 que no practican la renovación constante, esta época coincide con los plazos para renovación integral que marcan los usos del sector.
- Otras necesidades mencionadas fueron frigobares; sistemas de aire acondicionado; electricidad y seguridad; robotización y sistemas de seguridad computarizada; ascensores; computación; telefonía; cerraduras; cofres de seguridad; capacitación sobre aspectos vinculados a la calidad (ISO 9000).

INDICE

Introducción	2
Trabajo de investigación: Análisis del sector hotelero argentino	
1. Composición del sector	3
2. Evolución y perspectivas	4
3. Consecuencias en cuanto a necesidades de equipamiento e insumos	7
4. Oportunidades para los productos italianos	9
Anexos	
I. Oferta de alojamiento hotelero en Argentina: establecimientos, habitaciones y plazas (2001/2)	
II. Indicadores de rendimiento del sector hotelero (Primer semestre 2003)	
III. Lista de hoteles en Argentina: cinco estrellas, cuatro estrellas, tres estrellas y apart-hoteles	
IV. Lista de proveedores reconocidos del sector	
V. Otras direcciones de interés	

INTRODUCCIÓN

El presente análisis, elaborado en el marco del Seminario de Integración Final de la Carrera de Especialización de Postgrado en Comercio Exterior e Integración de la Universidad de Buenos Aires, fue realizado para su presentación en el "Workshop Hotel Project Argentina" que, organizado por la Cámara de Comercio Italiana en la República Argentina en colaboración con el Consorcio Eurosel Argentina, la Sociedad Central de Arquitectos y la Asociación de Hoteles de Turismo, tendrá lugar en Buenos Aires del 3 al 5 de diciembre de 2003.

De manera muy sintética, contiene las principales conclusiones del trabajo de investigación efectuado en base a información del sector proveniente de distintas fuentes, así como de entrevistas mantenidas con las siguientes entidades:

- ASOCIACIÓN DE HOTELES DE TURISMO:
 - con su Presidente, a su vez Presidente del Regente Palace Hotel (4*)
 - con su Tesorero, Gerente General de Aspen Towers y Aspen Suites Hotel (4*)
- SOCIEDAD CENTRAL DE ARQUITECTOS
- BUENOS AIRES SHERATON HOTEL (5*, uno de los seis de la cadena en el país)
- MARRIOTT PLAZA HOTEL (5*, accionistas nacionales con gerenciamiento de Marriott)
- HOTEL EMPERADOR (5*, inversión de origen español)
- CADENA AMERICAN HOTEL (4*, de capital nacional, con sede en una provincia, gerencia seis hoteles en el país)
- CADENA DE HOTELES HOWARD JOHNSON ARGENTINA (4*, otorgó las franquicias de once hoteles en Capital Federal, Buenos Aires y el interior).
- CADENA LOISUITES (4*, de capital nacional, maneja tres establecimientos en Capital Federal de los cuales dos son apart-hoteles)
- HOTEL IBIS ACCOR CONGRESO (3*, la cadena gerencia otro 3* y el Sofitel, inaugurado en 2002)
- ESTUDIO DE ARQUITECTOS URGELL-FAZIO-PENEDO-URGELL (construyó 14 hoteles en el país, entre ellos Intercontinental y los establecimientos de la cadena NH).

Se incluyen como anexos cuadros sobre cantidad de establecimientos hoteleros, habitaciones y plazas de la Secretaría de Turismo de la Nación; indicadores de rendimiento del sector hotelero durante 2003; listados de hoteles con contactos; y una lista de proveedores de hotelería con su información de contacto.

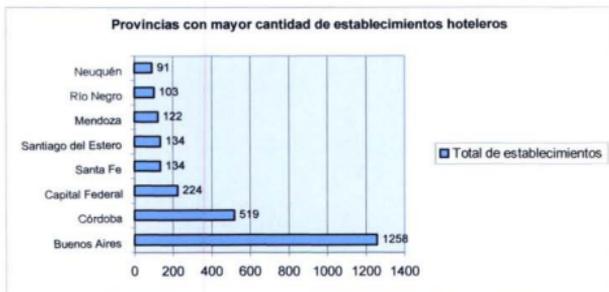
TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: Análisis del sector hotelero argentino
En el marco de "Workshop Hotel Project Argentina"
3 al 5 de diciembre de 2003

1. COMPOSICIÓN DEL SECTOR

- En Argentina, funcionan 3272 establecimientos hoteleros, según los datos más actualizados de la Secretaría de Turismo de la Nación (2001/02). De ellos, **39 establecimientos son 5 estrellas (5*), 191 son 4 estrellas (4*) y 517 son 3 estrellas (3*)**. Existen además 4396 establecimientos parahoteleros (comprendiendo hosterías, hospedajes, residenciales, cabañas o bungalows, moteles y otros). Asimismo funcionan al menos 58 spas, 30 de ellos en hoteles u hosterías.



- El mayor número se localiza en la Provincia de Buenos Aires (en adelante indicada como Bs. As.), seguida por Córdoba, Ciudad de Buenos Aires (en adelante indicada como Capital Federal), Santa Fe, Santiago del Estero, Mendoza, Río Negro y Neuquén.
- De los **hoteles 5***, la mayor proporción se encuentra en Capital Federal y luego en Río Negro, Bs. As., Misiones y Córdoba. En cuanto a **hoteles 4***, se ubican primeramente en Capital Federal, Bs. As., Córdoba, Santa Fe y Salta. Estas distribuciones *coinciden con los destinos turísticos* más atractivos del país.





- De 2001/02 a 2000, la cantidad de establecimientos hoteleros aumentó de 3155 a 3272 (3,7%), a pesar de la recesión que afectó la economía del país.

Variaciones observadas en el sector hotelero en 2001/2 con respecto a 2000, por categoría de establecimientos*

	5*	4*	3*	2*	1*	Apart hoteles	Total
Cantidad de establecimientos	7	6	26	31	6	42	118
Cantidad de habitaciones	1196	310	581	354	- 744	s/d	1697
Cantidad de plazas	2261	1515	2513	3091	- 1122	1889	10147

*No se incluyen establecimientos sin categorizar ni parahoteleros. Fuente: Secretaría de Turismo de la Nación.

- El subgrupo de los hoteles categorizados como 3*, 4* y 5*, más los apart hoteles, concentran la demanda turística nacional e internacional. Los hoteles de 1* y 2* ofrecen mayoritariamente servicios a viajeros residentes en el país, salvo casos marginales de demanda de turistas extranjeros hacia establecimientos de 2*.
- En cuanto a entidades empresarias, funcionan dos en el país: la Asociación de Hoteles de Turismo de la Rep. Argentina (AHT) y la Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la Rep. Arg. (FEHGRA). AHT agrupa a 31 de los 39 hoteles 5* del país (incluyendo 22 cadenas, entre ellas todas las internacionales); 70 de los 191 hoteles 4* y 20 hoteles 3*, además de 10 apart hoteles. Su peso y representatividad devienen de nuclear a los principales establecimientos del país.
- FEHGRA reúne a hoteles de distintas categorías (hasta 1* y parahoteleros) más restaurantes y emprendimientos gastronómicos. Se arroja representatividad por sus 63 años de antigüedad y por reunir a 40.000 establecimientos (gran parte gastronómicos) en 62 filiales del país. Su actividad tiene, cabe señalar, un fuerte componente gremial.

2. EVOLUCION Y PERSPECTIVAS

- Hasta 1989, existía un retraso en la oferta hotelera nacional. En Capital Federal funcionaba sólo un hotel 5* (Sheraton Buenos Aires) y pocos en el interior, concentrados en la zona de Bariloche. Igual situación se evidenciaba en hoteles 4*.
- De 1991 a 2000, se invirtieron en el sector más de US\$ 1000 millones. En Capital Federal, las proyecciones de inicios de los '90 estimaban que había demanda suficiente para cinco hoteles 5* de "Lujo Internacional", lo que se cumplió con la posterior llegada de Intercontinental, Hyatt (hoy Four Seasons), Caesar's Park, la ampliación del

Sheraton para albergar a Park Towers, y Hilton. Se inauguraron otros hoteles 5* (durante ese período abrieron un total de 14 en Capital, 7 en la Patagonia, los 4 que actualmente existen en Misiones y los 3 de Córdoba). Simultáneamente se instalaron, en esa y otras categorías, las cadenas Marriott, Howard Johnson, Holiday Inn, Meliá, Sofitel-Ibis Accor y NH-Novotel. Parte de esta inversión se destinó a la edificación de nuevos hoteles, pero también se reconstruyeron viejas edificaciones.

- En la categoría 4*, el arribo de cadenas internacionales cambió además la modalidad del negocio, ya que hasta entonces la mayoría de los establecimientos eran empresas familiares.
- La inversión para una hotel de 5* se calculaba entre 80.000 y 100.000 dólares (equivalentes entonces a pesos) por habitación, con un retorno del capital estimado en 7 años y un total de vida útil de 20 años. Para otras categorías, el metro cuadrado de construcción se calculaba en 1000 dólares. La inversión se veía favorecida por la abundancia de crédito externo e interno durante la vigencia de la Convertibilidad, aunque este último a altas tasas. 1996, 1997 e inicios de 1998 se consideraron los años de más movimiento para el sector, en cuanto a sus dos tipos de clientes: principalmente, huéspedes del sector corporativo-empresario, y luego turistas.
- A fines de 1998, la ocupación hotelera comenzó a disminuir, lo hizo aún más después del 11/09/2001, alcanzando su piso en enero y febrero de 2002, cuando según los hoteleros no superaba el 20%. En marzo de ese año comenzó a recomponerse, llegando a lo que hoy fue señalado por uno de los entrevistados como "plena recuperación". En el primer semestre de 2003, la ocupación promedio en Capital Federal se estimó en 62% y en todo el país en 62.5% (el punto de equilibrio se estima en 45%).
- El costo de la construcción del m² bajó hoy a \$600. No obstante, si bien aumentó la actividad a nivel operativo, el retorno de la inversión se dificultó por la baja de las tarifas. Durante la década pasada, según los entrevistados, el precio promedio de la habitación era US\$ 110, mientras que en el presente es de US\$ 30. Los hoteleros recalcan también el aumento en pesos de costos salariales y de algunos insumos.
- Actualmente, si bien se vive una fuerte restricción del crédito, algunos de los entrevistados señalaron que la construcción y **especialmente el sector hotelero vuelven a ser una oportunidad para los capitales nacionales**, por la falta de alternativas de inversión ante un dólar que se percibe estabilizado con tendencia bajista a largo plazo, y tasas de interés poco atractivas.
- A esto se suma que el turismo es uno de los sectores que se vieron más favorecidos con el cambio de las condiciones macroeconómicas. Aquí se destaca la llegada de turistas del exterior, principalmente países limítrofes y también del resto de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Las encuestas dan cuenta que la mayor parte de ellos recalca en Capital Federal y luego se dirige hacia uno ó dos puntos turísticos del interior (por ej., Cataratas o Patagonia), volviendo en general a Capital antes de partir.
- Inversamente a la década anterior, la demanda de origen corporativo ha perdido preponderancia frente al turismo, si bien va reactivándose en forma paulatina. Esto no entusiasma a los hoteleros, ya que el cliente "de contingente" o que llega a través de las agencias paga menores tarifas y no suele consumir otros servicios del hotel. Aparecen estrategias orientadas a captar segmentos de más poder adquisitivo, posicionando a Buenos Aires, por ej., como destino del turismo gay o de los cruceros internacionales.
- La nueva paridad cambiaria llevó a un marcado aumento del turismo interno en detrimento de los viajes de argentinos al exterior. Particularmente, para la inminente temporada estival y los próximos años, se prevé una excepcional afluencia turística hacia la costa atlántica y otros destinos tradicionales, como Córdoba, Patagonia o Salta.

Como medida del actual nivel de actividad del sector, en todo 2002 Capital Federal recibió 5.333.985 visitantes (1.918.052 extranjeros y 3.415.933 argentinos). Hasta septiembre de 2003 esa cifra alcanzó los 5.275.312 (2.345.616 y 2.929.696 respectivamente), lo que denota un importante crecimiento. Ese mes, el 54,6% de los extranjeros arribó por vacaciones y el 24% por motivos de negocios, profesionales o ferias y congresos. El 64,8% se hospedó en hoteles y apart-hoteles. El 50,4% provino de países limítrofes; el 25,9% de Europa; 10,3% de otros países americanos, 8,5% de EE.UU. y Canadá, y casi 5% del resto del mundo, porcentajes que se mantuvieron relativamente estables a lo largo del año¹.

A nivel país, la actividad se mide por temporadas. Durante el último período vacacional de junio-julio (receso invernal), se movilizaron en el país 2.485.300 viajeros, de los cuales 167.000 eran extranjeros. De ese total, el 18% tuvo como destino Bs. As., el 14,2% la Patagonia, el 14% Capital Federal, el 8,5% las provincias de Noroeste y el 7,5% Córdoba². La AHT anunció que había alcanzado una ocupación del 80%, y FEHGRA el 58,2%.

- Consecuentemente, la construcción y remodelación de hoteles evidencia actividad. En 2002 se inauguró el Sofitel (primer "hotel boutique" 5*) y se acondicionaron el Sheraton y el Marriott. En 2003, la AHT acaba de anunciar que la mayoría de sus 150 miembros planea o está realizando obras de renovación de infraestructura (la mayor parte) o la apertura de nuevos establecimientos (concentrada en Salta, Ushuaia o Santa Cruz, Bariloche y la costa atlántica), con una inversión total cercana a los 100 millones de dólares. El siguiente cuadro resume algunos emprendimientos del sector en 2003:

	Inaugurados	En Construcción
Cap. Federal	<ul style="list-style-type: none"> • Amerian Congreso (6 m.) • Hotel Emperador (finalización de 10 pisos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Palacio Duhau-Hyatt (65 m.) • Complejo El Porteño (hotelero, gastronómico y entretenimientos) • 2 hoteles (no se reveló el inversor) • Buenos Aires Sheraton (remodelación) • Marriott Plaza (remodelación) • Suipacha & Arroyo Suites • Suipacha 1235
Buenos Aires (mayormente, Costa Atlántica)	<ul style="list-style-type: none"> • Holiday Inn Campana (1,5 millones) • Howard Johnson La Plata y HJ Campana • Days Inn Pinamar • Amerian Mar del Plata 	<ul style="list-style-type: none"> • En Cariló • En Mar de las Pampas • Howard Johnson San Pedro • Hermitage Mar del Plata (remodelación)
Catamarca	<ul style="list-style-type: none"> • Amerian Hotel Catamarca 	
Chubut	<ul style="list-style-type: none"> • En Puerto Madryn 	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel Austral (C. Rivadavia, remodelación)
Mendoza	<ul style="list-style-type: none"> • NH Cordillera 	
Neuquén	<ul style="list-style-type: none"> • Upsala Lodge • Hotel Correntoso 	<ul style="list-style-type: none"> • En Villa La Angostura
Salta		<ul style="list-style-type: none"> • Marriott (primer 5*, 53 m., inversión de La Veloz del Norte, empresa local)

- En 2002, algunos consultores del sector afirmaban que el mercado hotelero estaba saturado en los segmentos de lujo y en Capital, percepción hoy descartada por las expectativas de creciente movimiento de huéspedes. Algunos entrevistados se mostraron muy optimistas frente a nuevas inversiones. Howard Johnson, por ej., planea ampliar sus franquicias de las actuales 11 a 44, con una inversión de 1 a 2 millones de dólares por hotel. Otros (los menos, no hoteleros) expresaron reticencias por la seguridad jurídica y el riesgo país.

¹ Fuente: Centro de Estudios para el Desarrollo Metropolitano, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

² Fuente: Monitoreo Sectorial Mensual del Ministerio de Economía y Producción de la Nación.

- Se señalan oportunidades en las capitales de provincias que muestran crecimiento de la actividad comercial y corporativa, donde se reconoce un retraso de la infraestructura y en las categorías de 3* y 4*, para llegar a ofrecer el mismo estándar de calidad en todo el país. Se entiende que allí las tarifas siguen siendo altas en relación con los servicios brindados. Habría también espacio para el desarrollo de hosterías de lujo y apart-hoteles de 5* diferenciados por calidad y diseño.

3. CONSECUENCIAS EN CUANTO A NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO E INSUMOS

- Más que construcción de nuevos hoteles, se prevén procesos de remodelación de los que ya están en funcionamiento. En cuanto a los primeros, la tendencia va hacia unidades menores, de 100 ó 150 habitaciones (por la necesidad de reducir al mínimo los costos de mantenimiento y la cantidad de personal por habitación).
- Los usos tradicionales del medio marcan que cada cinco años debe realizarse una reforma de planta y cada diez una de mobiliario e instalaciones (algunos lo miden en siete años). No obstante, existe coincidencia entre los hoteleros de que el mercado exige un permanente reacondicionamiento, como efecto de la globalización y la exigencia creciente de sofisticación y calidad, por la cada vez más fácil comparación con los servicios hoteleros ofrecidos alrededor del mundo.
- Durante los '90, mejoró la capacidad de los estudios de arquitectura y de los proveedores para responder a los requerimientos de los establecimientos de categoría del sector, por la mayor demanda y dado que la Convertibilidad le permitió a algunos fabricantes adquirir tecnología del exterior. Los hoteleros entrevistados en general se mostraron satisfechos con la oferta de muebles, textiles, iluminación y accesorios disponible en el mercado local. No así los arquitectos ni los hoteles de lujo 5*, que remarcaron la falta de una masa crítica que permita la especialización de los proveedores, y la brecha de calidad con respecto a los productos extranjeros.
- El proceso económico vivido entre 1999 y 2002 modificó la composición de la oferta de proveedores, algunos de los cuales salieron del mercado o fueron absorbidos por otras empresas, más allá de su tamaño, los productos o la calidad ofrecida. Sumado a la sustitución de importaciones generada por el nuevo del tipo de cambio, esto llevó a un replanteo del esquema de compras, precios y proveedores.
- La percepción de los hoteleros es que hoy la industria local ofrece una relación precio-calidad conveniente, particularmente por la baja de los costos nacionales, sin necesidad de sacrificar calidad al adquirir productos argentinos. La competencia con productos de otros orígenes es en general vista como difícil a causa de la diferencia de precios³.
- Sin embargo, las importaciones no se han detenido del todo. Los 5* internacionales continuaron abasteciéndose en el exterior ante conveniencia de calidad y precio; pesan también las relaciones ya establecidas por las casas matrices o regionales con proveedores foráneos, así como su origen geográfico. En textiles, se realizan compras a Brasil y se mencionaron casos de importación directa de productos europeos "más sofisticados" en un hotel independiente, que indicó que en ocasiones los hoteles han conformado *pools* de compra para estas adquisiciones. Recientemente, se ha trabajado también con algunos remanentes de importados que quedaban en stock desde 2001.

³ Como referencia, en muebles de estilo, el precio al público de una mesa grande ronda los 3800 pesos, el promedio de una silla es de \$ 500 (sin tela) y un juego de respaldo de cama y dos mesas de luz puede estar en \$4500. En telas, el metro de jacquard arranca desde los \$50 para telas de fabricación nacional y llega hasta \$170 ó \$200 en telas importadas.

- En muebles, no hay fabricantes exclusivamente dedicados a hoteles, pero sí con una división "Contract" o con experiencia en ellos: Fontenla, Santorini, Sofa-Arte y otros. Los productos nacionales son considerados satisfactorios, y se reconoce calidad en empresas y talleres pequeños -algunos del interior del país- aunque indican que no poseen escala para demandas grandes. Un hotel 5* pudo reemplazar muebles españoles para nuevos pisos inaugurados luego del 2001, solicitando su copia a un fabricante nacional con aparentemente buenos resultados. Para stocks muy grandes se puede evaluar la compra directa a países del Sudeste Asiático (por ej., Tailandia).
- Se ofrecen telas para decoración nacionales e importadas, estas últimas de variado origen (hindúes, belgas, algunas italianas). En cuanto a blanco, se informaron compras a Estados Unidos, Brasil, España y en menor medida otros países europeos.
- En iluminación, las instalaciones generales son provistas por grandes empresas (por ej. Philips) u otras más pequeñas ligadas a la construcción. En cuanto a accesorios, es importante la oferta de fabricación nacional. Uno de los entrevistados afirmó que "copian con calidad" los mejores productos del exterior. De los extranjeros, los italianos son vistos como los mejores por su relación calidad-precio, mientras que los alemanes se consideran superiores pero se desestiman por su mayor costo.
- No se calificó como satisfactorio al equipamiento gastronómico nacional adquirido, si bien este tipo de compra es mucho menos frecuente.
- En sanitarios y grifería, se reconoce el predominio de Ferrum-FV (de la española Roca).
- Las cadenas internacionales reciben especificaciones de sus matrices, pero luego las gerencias de compras, de mantenimiento o de ingeniería deciden en gran parte sobre la base de las opciones disponibles localmente, cotizando con todos los grandes proveedores, aquí y afuera. Las franquicias indican las características que deben contener los productos y entregan listas de "Proveedores preferidos" pero son los franquiciados quienes deciden la contratación final. Los arquitectos juegan un papel clave en la búsqueda y comparación de proveedores para nuevas instalaciones, en mutua consulta con los responsables del hotel.
- En hoteles de capital nacional y los de menor tamaño, repetidamente se afirmó que las decisiones de cambio y de compras permanecen reservadas a los dueños de los hoteles o a sus gerentes generales, según la estructura, aunque las sugerencias de los niveles técnicos son muy tomadas en cuenta. Más que procedimientos estandarizados de compra, se hace referencia a un estudio puntual de cada caso y de las alternativas ofrecidas por cada proveedor, para detectar la más conveniente. Depende también del tipo de compra y de los montos de que se trate.
- Pesa la confianza adquirida entre las partes en anteriores operaciones, ya que parecen ser muy habituales los incumplimientos, lo que restringe las opciones a los proveedores que han sabido lograr un historial favorable (opinión que prevalece incluso si tuvieron una falla en cumplir una gran demanda puntual). En este sentido, específicamente fueron mencionados como "confiables" Santorini (muebles) y De Levie (textiles).
- Un modo de cubrirse de los incumplimientos es dividir una compra en dos o más, adquiriendo cada parte a un proveedor diferente.
- Son valorados otros aspectos visibles de las empresas no comunes a la media, como el packaging que hace a la seguridad en las entregas, o la puntualidad de las mismas.
- Se conformaron dos agrupamientos empresarios con fabricantes de distintos rubros: E&D (Equipment & Decoration Group) y GainPro (Grupo Argentino Independiente de Proveedores del Sector Hotelero y Gastronómico). Asimismo, un fabricante de revestimientos (La Europea) y otro de colchones y blanco (La Cardeuse), desarrollaron campañas de marketing dirigidas específicamente a hoteles.

4. OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTOS ITALIANOS

- Se percibirá como avance toda característica de los productos que demuestre mayor rendimiento, funcionalidad o ayude a reducir los costos operativos, los cuales serían entonces vistos como inversión y no como gasto.
- **Los hoteles 5* más grandes creen que, al tipo de cambio *actual*, sigue valiendo la pena pagar la diferencia de precio de los productos importados, por la calidad obtenida. Para los 5* de menor tamaño, los 4* y en menor medida los 3*, puede seguir siendo de interés la comparación de los productos nacionales con los italianos de costos más accesibles, ya que si ese piso no se aleja demasiado y se percibe mejor calidad o características, la elección probablemente caerá sobre los importados.**
- En esta última franja quizá sea conveniente enfatizar mediante adecuada **comunicación** las virtudes de los productos italianos ofrecidos y por qué resultaría conveniente sustituir por ellos otros tradicionalmente utilizados (por ej., telas panamá para decoración usadas por la amplia oferta nacional y su más fácil reposición) .
- Es una ventaja contar con economías de escala que permitan responder a grandes demandas.
- Valores intangibles como el cumplimiento o la puntualidad de entregas serán positivamente valorados.
- **Se reconoce la calidad y el diseño que pueden tener los productos italianos, los que despiertan expectativa. Se esperan asimismo las novedades que puedan traer, pero existe precaución ante los precios.**
- En este sentido, puede tener importancia que las empresas italianas ofrezcan sus productos **conjuntamente con líneas o posibilidades de financiamiento**, quizás explotando aquellas facilitadas por el Gobierno de Italia o por la Unión Europea.
- El momento que se vive, por la conjunción del reciente replanteo de la estructura de oferta y proveedores disponibles, más la conciencia de una necesidad de mejora y actualización, hace que los hoteles están más abiertos que en épocas pasadas a la búsqueda y al análisis de nuevas opciones.
- Para los hoteles inaugurados en los '90 que no practican la renovación constante, esta época coincide con los plazos para renovación integral que marcan los usos del sector.
- Otras necesidades mencionadas fueron frigobares; sistemas de aire acondicionado; electricidad y seguridad; robotización y sistemas de seguridad computarizada; ascensores; computación; telefonía; cerraduras; cofres de seguridad; capacitación sobre aspectos vinculados a la calidad (ISO 9000).

ANEXO I – OFERTA DE ALOJAMIENTO HOTELERO EN ARGENTINA

E

STABLECIMIENTOS

AÑO 2001/2

Provincia	ALOJAMIENTO HOTELERO							ALOJAMIENTO PARAHOTELERO								SUB TOTAL
	Hotel *	Hotel **	Hotel ***	Hotel ****	Hotel *****	Apart Hotel	Hotel s/cat	SUB TOTAL	Hosteria	Hospedaj.	Residenc.	Estancia	Cabaña/ Bungalow	Motel	Otros (1)	
Buenos Aires Cdad.	27	41	41	51	15	41	8	224	0	154	0	0	0	0	32	186
Buenos Aires Pcia.	359	291	190	47	4	101	266	1258	161	276	28	177	125	7	161	936
Catamarca	2	1	9	1	0	1	20	34	15	7	27	10	4	0	6	72
Córdoba	212	182	53	16	3	29	44	519	190	176	85	42	19	10	139	661
Corrientes	40	15	11	3	0	0	2	71	16	55	22	53	47	0	9	202
Chaco	12	6	6	1	0	1	0	26	1	1	15	16	0	8	3	44
Chubut	10	11	11	5	0	14	10	61	40	53	25	19	83	5	29	254
Entre Ríos	24	15	15	3	2	15	6	80	11	3	68	37	170	7	3	299
Formosa	2	2	5	0	1	1	14	25	0	5	12	3	0	4	1	25
Jujuy	11	9	3	4	0	0	3	30	30	0	27	6	7	0	0	70
La Pampa	4	2	4	2	0	0	0	12	19	55	0	20	0	10	0	104
La Rioja	4	1	3	3	0	2	10	23	10	5	7	4	2	3	3	34
Mendoza	34	29	19	4	1	19	16	122	10	52	0	9	36	3	6	116
Misiones	13	4	11	4	4	0	10	46	18	0	52	7	6	0	0	83
Neuquén	14	20	19	3	1	33	1	91	81	0	21	7	123	4	2	238
Río Negro	36	24	20	6	5	3	7	103	78	50	5	38	106	33	93	401
Salta	8	12	15	8	0	4	11	58	24	0	63	19	12	0	4	122
San Juan	2	5	4	0	1	7	8	27	1	4	7	1	42	1	13	69
San Luis	31	8	10	3	0	1	4	57	33	22	39	10	87	0	8	179
Santa Cruz	15	9	6	3	0	5	16	54	20	29	0	35	26	2	12	124
Santa Fe	15	24	25	11	0	8	51	134	0	1	15	7	1	10	6	40
Santiago del Estero	41	38	17	5	0	33	0	134	1	10	53	0	1	0	0	65
Tierra del Fuego	1	4	8	3	1	6	0	23	14	7	0	11	5	0	0	37
Tucumán	11	11	12	5	1	1	19	60	12	3	6	4	5	0	6	36
Totales	930	744	617	191	39	326	526	3272	788	988	677	633	887	107	636	4396

(1) Alojamiento Parahoteleros sin desagregar: Pensiones, Complejos Turísticos y Municipales, Hoteles Sindicales y Mutuales, Colonias y Hostales.

Fuente: Organismos Provinciales de Turismo.

Elaboración: Dirección de Competitividad Turística- Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

Provincia	ALOJAMIENTO HOTELERO							ALOJAMIENTO PARAHOTELERO								
	Hotel *	Hotel **	Hotel ***	Hotel ****	Hotel *****	Apart Hotel	Hotel s/cat	SUB TOTAL	Hostería	Hospedaj	Residenc.	Estancia	Cabaña/ Bungalow	Motel	Otros (1)	SUB TOTAL
Buenos Aires Cdad.	1026	2026	2966	5562	3818	1966	636	18039	0	5693	0	0	0	0	1583	7276
Buenos Aires Pcia.	9481	10459	10067	4025	665	3032	6529	44278	2111	5177	414	0	717	114	7664	16197
Catamarca	28	38	404	43	0	10	325	848	172	41	256	0	38	0	34	541
Córdoba	3745	4223	2195	1211	439	292	281	12386	1831	1695	1056	0	100	182	1310	6174
Cornelios	643	420	576	296	0	0	18	1953	111	520	214	0	318	0	151	1314
Chaco	268	250	251	106	0	7	0	882	25	8	265	0	0	258	44	600
Chubut	231	337	592	469	0	290	177	2096	375	650	393	0	471	58	275	2220
Entre Ríos	550	439	675	235	291	294	65	2569	121	21	1085	0	719	85	140	2171
Formosa	43	44	161	0	68	32	203	561	0	46	191	0	0	45	60	342
Jujuy	211	276	275	239	0	0	29	1030	213	0	412	0	29	0	0	664
La Pampa	117	136	148	107	0	0	0	508	253	426	0	0	0	222	0	901
La Rioja	85	28	119	215	0	29	185	661	138	50	66	0	12	36	16	318
Mendoza	865	902	1029	358	185	366	461	4166	144	796	0	0	282	41	67	1360
Misiones	367	115	678	266	464	0	227	2119	328	0	867	0	60	0	0	1065
Neuquén	388	670	667	222	117	342	28	2454	876	0	241	0	594	73	10	1794
Río Negro	1481	982	916	411	643	54	106	4563	988	648	84	0	517	182	1689	4106
Salta	150	424	898	403	0	35	244	2154	311	0	809	0	79	0	113	1312
San Juan	78	156	192	0	104	122	196	840	42	41	90	0	326	12	142	656
San Luis	611	222	449	247	0	38	63	1630	476	150	495	0	464	0	229	1834
Santa Cruz	300	243	245	252	0	101	199	1340	366	209	0	0	126	12	185	898
Santa Fe	288	781	1315	1002	0	253	1034	4653	0	9	161	0	9	0	47	226
Santiago del Estero	769	1286	927	503	0	444	0	3929	12	66	738	0	15	0	0	831
Tierra del Fuego	18	91	343	230	102	72	0	856	174	73	0	0	28	0	0	276
Tucumán	335	328	435	450	143	80	496	2267	244	37	159	0	45	0	112	597
Totales	22078	24828	26583	16854	7039	7878	11512	116772	9311	16364	7796	0	4971	1318	13891	53641

(1) Alojamientos Parahoteleros sin desagregar: Pensiones, Complejos Turísticos y Municipales, Hoteles Sindicales y Mutuales, Colonias y Hostales.

Fuente:

Organismos Provinciales de Turismo

Elaboración:

Dirección de Competitividad Turística- Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

Provincia	ALOJAMIENTO HOTELERO							ALOJAMIENTO PARAHOTELERO							
	Hotel *	Hotel **	Hotel ***	Hotel ****	Hotel *****	Apart Hotel	Hotel /scat	SUB TOTAL	Hosteria	Hospedaj.	Residenc.	Estancia	Cabañas/ Bungalows	Motel	Otros (1)
Buenos Aires Cdad.	2144	4031	6291	11559	7617	4187	1326	37165	0	11728	0	0	0	0	3630
Buenos Aires Pcia.	20681	23367	21279	8652	1330	9924	14317	89560	5966	12032	866	0	3099	229	19297
Catamarca	73	104	862	81	0	44	800	2054	459	104	852	0	208	0	233
Córdoba	8418	9558	4840	2523	783	866	814	27802	4232	4203	2775	0	393	382	3896
Corrientes	1564	1032	1279	572	0	0	36	4483	290	1322	545	0	1209	0	673
Chaco	599	440	528	212	0	24	0	1773	80	18	543	0	0	612	126
Chubut	598	838	1355	1000	0	848	457	5096	1021	1404	890	0	1717	160	678
Entre Ríos	1385	980	1522	487	650	858	196	6168	353	64	2599	0	3158	265	335
Formosa	100	90	300	0	154	72	462	1178	0	105	381	0	0	80	120
Jujuy	492	808	561	510	0	0	63	2234	570	0	1020	0	89	0	0
La Pampa	311	260	317	256	0	0	0	1144	572	1007	0	0	0	571	0
La Rioja	226	65	256	480	0	100	487	1614	387	154	157	0	32	96	54
Mendoza	2127	2228	2430	739	370	1232	1221	10347	480	2035	0	0	1174	132	282
Misiones	861	305	1704	656	1060	0	477	5063	816	0	1735	0	259	0	0
Neuquén	873	1485	1524	483	269	2040	63	6737	2084	0	612	0	3183	182	26
Río Negro	4317	2084	2339	863	1285	159	221	11388	2483	1969	193	0	2310	424	4557
Salta	391	963	1990	866	0	131	432	4773	849	0	2108	0	350	0	339
San Juan	174	332	427	0	208	377	430	1948	82	66	225	0	1121	28	473
San Luis	1782	623	1205	638	0	103	159	4508	1480	480	1621	0	1844	0	729
Santa Cruz	687	551	501	528	0	295	449	3901	641	578	0	0	620	38	450
Santa Fe	566	1480	2761	2007	0	804	2176	8794	0	16	300	0	36	0	133
Santiago del Estero	1724	2830	1970	1040	0	1030	0	8894	24	149	1568	0	36	0	0
Tierra del Fuego	39	201	753	498	204	301	0	1996	417	156	0	0	189	0	0
Tucumán	731	699	887	865	310	161	1277	5030	950	140	335	0	242	0	307
Totales	50833	55154	58081	35633	14240	23646	25853	263440	24556	37762	19265	0	21247	3209	36338

(1) Alojamientos Parahoteleros sin desagregar: Pensiones, Complejos Turísticos y Municipales, Hoteles Sindicales y Mutuales, Colonias y Hostales.

Fuente: Organismos Provinciales de Turismo
 Elaboración: Dirección de Competitividad Turística- Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

ANEXO II – INDICADORES DE RENDIMIENTO DEL SECTOR HOTELERO (Primer Semestre 2003)

	Ocupación promedio			Tarifa Diaria Promedio en US\$			Factura Promedio de Alimentos y Bebidas en US\$			Ingreso Total por Habitación en US\$		
	2001	2002	I sem. 2003	2001	2002	I sem. 2003	2001	2002	I sem. 2003	2001	2002	Jul/02 Jun/03
Según región												
Capital Federal	46.3	62.1	62.7	107.20	73.80	75.00	30.60	18.80	19.10	31,280	19,993	20,007
Centro	31.0	40.2	40.9	71.30	45.60	45.80	25.10	17.20	17.30	25,317	18,390	18,346
Cuyo	52.0	58.9	59.1	N/D	47.70	48.10	N/D	16.90	17.00	28,312	N/D	19,880
NOA	27.0	31.3	31.6	68.40	51.80	51.60	26.10	17.10	18.00	27,009	19,673	19,839
NEA	46.9	52.7	52.5	65.90	43.80	44.20	23.80	14.90	15.00	22,579	16,888	17,087
Patagonia	55.0	63.9	64.1	90.50	60.40	61.10	N/D	N/D	N/D	29,623	N/D	N/D
Según localización												
Ciudad	46.6	63.8	62.9	103.70	69.60	70.20	32.30	25.80	26.05	32,762	22,894	23,107
Playa	40.3	41.4	42.5	65.90	43.80	43.50	20.40	15.90	16.30	21,993	15,789	15,687
Sierra-Montaña	39.0	42.5	42.3	56.80	40.80	39.90	21.80	16.60	17.00	24,654	17,995	18,003
Ruta	70.1	74.1	75.0	45.80	31.70	32.80	15.10	17.10	16.90	23,883	18,006	18,217
Otros	45.0	52.8	53.1	73.90	56.80	57.70	14.80	14.80	15.10	27,556	N/D	19,888
Según tamaño (habitantes)												
-100	72.8	73.2	73.8	63.90	47.80	48.20	22.70	15.20	15.60	18,108	13,889	14,040
100/200	46.0	58.4	59.1	82.80	55.90	57.20	25.40	17.00	17.0	28,423	19,254	19,355
+ 200	43.0	57.2	59.0	105.50	69.70	70.20	N/D	24.80	25.00	33,998	N/D	21,019
Según antigüedad												
1 a 5 años	44.8	51.9	52.3	82.80	59.80	60.00	25.40	15.90	16.35	27,776	18,773	19,040
6 a 10 años	46.7	62.0	62.3	87.30	62.90	63.50	24.70	16.80	17.25	28,504	19,665	19,887
Más de 11 años	42.6	49.9	47.8	82.90	60.10	60.70	26.90	19.40	20.00	29,658	20,589	20,666
Según categoría												
Lujo 5*	49.3	63.6	58.5	125.40	72.50	75.10	33.90	N/D	19.10	32,777	N/D	20,225
Primera 4*	47.8	60.4	63.1	85.40	57.10	56.80	25.60	17.20	17.60	28,640	19,010	19,548
Standard 3*	42.9	54.8	57.3	60.10	44.30	45.00	19.50	15.40	15.80	24,887	17,112	17,703
Según afiliación												
Independientes	49.3	62.6	63.0	84.30	61.40	61.70	24.80	16.50	17.15	28,883	20,005	20,109
Cadena nac.	51.8	58.9	60.2	81.80	58.50	59.30	26.80	18.20	19.30	29,984	19,889	20,008
Cadena internac.	42.9	60.9	61.9	85.60	59.30	60.30	29.30	20.10	20.75	24,544	22,015	22,336
Argentina Total	45.7	61.3	62.5	84.70	60.80	61.30	25.85	16.90	17.25	28,324	19,891	20,097

Fuente: R&D Hotel Consultants.

ANEXO III – HOTELES EN ARGENTINA: MIEMBROS DE LA AHT Y OTROS*

Hoteles Cinco Estrellas (Miembros de la AHT)

	Hotel	Localidad	Provincia	Teléfono	E-Mail	Web Site	Contacto
1	SHERATON MAR DEL PLATA	Mar del Plata	Buenos Aires	(0223) 4999000	sheratonmdp@mardel.sheraton.com.ar	www.sheraton.com	Juan Carlos Rossi (Gerente de Compras)
2	SHERATON PILAR HOTEL & CONVENTION CENTER	Pilar	Buenos Aires	(02322) 474400	agriffigna@pilar.sheraton.com.ar	www.sheraton.com	Valeria Novotny (Gerente General)
3	ABASTO PLAZA HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	6311-4466	ventas@abastoplaza.com.ar	www.abastoplaza.com.ar	Gisela Tenenbaum (Gerente General y Comercial)
4	ALVEAR PALACE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4808-2100	alvear@satlink.com	www.alvearpalace.com	Olga Petroni (Gerente General)
5	CAESAR PARK BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4819-1100	hotel@caesar.com.ar	www.caesar.com.ar	Raimundo Gorkin (Gerente de Compras)
6	CLARIDGE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4314-7700/8025/8630	inforeservas@claridge.com.ar	www.claridge.com.ar	Ing. José Sola (Gerente de Compras)
7	CROWNE PLAZA PANAMERICANO	Capital Federal	Capital Federal	4348-5000	hotel@crowneplaza.com.ar	www.crowneplaza.com.ar	Marcelo Ubach (Gerente General)
8	ETOILE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4805-2626/2728	hotel@etoile.com.ar compras@etoile.com.ar	www.etoile.com.ar	Ariel López (Encargado de Compras)
9	FOUR SEASONS BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4321-1234/5020/5030	bue.reservations@fourseasons.com	www.fourseasons.com	Laura Cagnani (Directora de Compras) 4321 1720
10	HILTON HOTEL BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4891-0000	hiltonba@ipsa.com.ar	www.hilton.com	Hernando Gómez (Director Operativo)
11	HOTEL EMPERADOR	Capital Federal	Capital Federal	4131-4000	info@hotel-emperador.com.ar	www.hotel-emperador.com.ar	Claudio Parodi (Gerente de Compras)
12	HOTEL INTER-CONTINENTAL	Capital Federal	Capital Federal	4340-7100	buenosaires@interconti.com	www.intercontinental.com.ar	Miguel Siniscalchi (Gerente de Compras)
13	LOISUITES RECOLETA HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	5777-8950	recoleta@loisuites.com.ar, sergioavalo@tribertel.com.ar	www.loisuites.com.ar	Sergio Avalos (Gerente)
14	MARRIOTT PLAZA HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4318-3000/3018	marrriott.plaza@ba.net	www.marriott.com	Haile Aguilar (Gerente General)
15	PALACIO DUHAU PARK HYATT BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4815-6290	strosario@palacioduhau.com		
16	PARK TOWER BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4318-9100	gdesk@sheraton.com.ar	www.starwood.com	
17	SHERATON BUENOS AIRES HOTEL & CONVENTION CENTER	Capital Federal	Capital Federal	4318-9000	reservas@sheraton.com.ar	www.starwood.com	Leonardo Naidicz (Gerente de Compras)
18	SHERATON LIBERTADOR HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4322-8800/6622	hcenter1@libertador-hotel.com.ar	www.sheraton.com	Sergio Araujo (Responsable de Compras)
19	SOFITEL BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4131-0000	H3253@accor-hotels.com	www.sofitel.com	Richard Launay (Gerente General)

20	SHERATON CORDOBA HOTEL	Córdoba	Córdoba
21	HOTEL INTERNACIONAL QUIRINALE	Colón	Entre Ríos
22	MAYORAZGO HOTEL CASINO	Paraná	Entre Ríos
23	PARK HYATT MENDOZA	Mendoza	Mendoza
24	IGUAZU GRAND HOTEL RESORT & CASINO	Puerto Iguazú	Misiones
25	SHERATON INTERNACIONAL IGUAZU RESORT	Puerto Iguazú	Misiones
26	LAS BALSAS RELAIS & CHATEAUX	Villa La Angostura	Neuquén
27	HOTEL PANAMERICANO	San Carlos de Bariloche	Río Negro
28	LLAO LLAO HOTEL & RESORT, GOLF - SPA	San Carlos de Bariloche	Río Negro
29	ALKAZAR HOTEL	San Juan	San Juan
30	LAS HAYAS RESORT HOTEL	Ushuaia	Tierra del Fuego
31	GRAND HOTEL DEL TUCUMAN	San Miguel de Tucumán	Tucumán

OTROS HOTELES CINCO ESTRELLAS

32	HOTEL PATAGONIA PLAZA	San Martín de los Andes	Neuquén
33	HOLIDAY INN EXPRESS	Rincón de los Sauces	Neuquén
34	CORDOBA PLAZA INTERNACIONAL HOTEL	Córdoba	Córdoba
35	HOLIDAY INN CORDOBA	Córdoba	Córdoba
36	HOTEL DE LA TOUR EN BRIQUE	Bella Vista	Buenos Aires

Hoteles Cuatro Estrellas (Miembros de la AHT)

	Hotel	Localidad	Provincia
1	CARILO PARADISE APART HOTEL & SPA	Cariló	Buenos Aires
2	CARILO RUMEL RESORT & SPA	Cariló	Buenos Aires

BIBLIOTECA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
 Profesor Emérito Dr. ALFREDO L. PALACIOS

(0351) 4889000	ittsheraton@si.cordoba.com	www.sheraton.com	Hugo Francavilla (G. de Mantenimiento)
(03447) 421133/978	hquirinale@ciudad.com.ar	www.satlink.com/usuarios/losi	Marta Armocida (Gerente General)
(0343) 4230333	reservas@mayorazgohotel.com	www.mayorazgohotel.com	
(0261) 4411234	phmendoza@hyattintl.com	www.mendoza.park.hyatt.com	Daniel Lipstein (Responsable de Compras)
(03757) 498050/498025	iguazugrandhotel@casinoiguazu.com	www.casinoiguazu.com	
(03757) 420478/421600	umieth@iguazyu.sheraton.com.ar	www.sheraton.com	Ulrich Mieth (Gerente General)
(02944) 494308	balsas@satlink.com	www.lasbalsas.com.ar	
(02944) 425846/50	hotel@panameri.com.ar	www.panamericanobariloches.com	Humberto Amitrano (Gerente General)
(02944) 448530	llaollao@datamarkets.com.ar cgonzalez@llaollao.com.ar	www.llaollao.com	Claudia González (Responsable de Compras)
(0364) 4214965/8	reservas@alkazarhotel.com.ar	www.alkazarhotel.com.ar	
(02901) 430710	lashayas@overnet.com.ar	www.lashayas.com.ar	Alberto Andersen (Gerente)
(0381) 4502250	ghotel@arnet.com.ar	www.tucuman.com/grandhotel	Marta Carrasco (Gerente)

(2972) 422280	patagoniaplaza@smandes.com.ar	www.patagoniaplazahotel.com.ar	Jorge Bouquet (Gerente General)
(299) 4886870			Carlos Gatica (Gerente General)
(351) 4268900	corplaza@arnet.com.ar	www.corplaza.com	Miguel Gonorowsky (Gerente General)
(351)477 2727/ 4779 1000	info@holidayinnncba.com.ar	www.holidayinnncba.com.ar	Eric Debarre (Gerente General)
4666 0337	mail@latourenbrique.com.ar	www.latourenbrique.com.ar	

Teléfono

(02254) 470124

(02254) 470302

E-Mail

cariloparadise@telpin.com.ar
cariloapart@ciudad.com.ar

carilorumel@telpin.com.ar
cariloapart@ciudad.com.ar

Web Site

www.cariloapart.com.ar

www.cariloapart.com.ar

Contacto

3	HOWARD JOHNSON INN CORREGIDOR	La Plata	Buenos Aires	(0221) 4256800
4	HOTEL HERMITAGE	Mar del Plata	Buenos Aires	(0223) 4519081/85
5	HOTEL RESORT DE CAMPO Y POLO	Open Door	Buenos Aires	(02323) 496669
6	SAVOIA HOTEL	Ostende	Buenos Aires	(02254) 496600
7	HOTEL DEL BOSQUE	Pinamar	Buenos Aires	(02254) 482480/2484
8	HOTEL REVIENS	Pinamar	Buenos Aires	(02254) 497010/19
9	RAMADA RESORT PINAMAR	Pinamar	Buenos Aires	(02254) 497061
10	SOUTH BEACH HOTEL	San Bernardo	Buenos Aires	(02257) 462591/462730
11	HOTEL COLONIAL SAN NICOLAS	San Nicolás	Buenos Aires	(03461) 462222
12	AMERIAN BUENOS AIRES PARK	Capital Federal	Capital Federal	4317-5120
13	AMERIAN CONGRESO	Capital Federal	Capital Federal	5032-5200
14	ARGENTA TOWER HOTEL & SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4325-4100
15	ASPEN TOWERS HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4313-1919
16	BAUEN SUITE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4370-0400
17	BROADWAY SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4378-9300/9250
18	CONTE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4326- 8898/7316/4266
19	EL CONQUISTADOR HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4328-3012/3112
20	ELEVAGE BUENOS AIRES HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4891-8000
21	GOLDEN TULIP SAVOY HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4370-8000
22	HOLIDAY INN EXPRESS PUERTO MADERO	Capital Federal	Capital Federal	4311-5200
23	HOTEL CAMBREMOM	Capital Federal	Capital Federal	4345-- 0118/3837/4553/4554
24	HOTEL COLON	Capital Federal	Capital Federal	4320-3500
25	HOTEL CRILLON	Capital Federal	Capital Federal	4310-2000
26	HOTEL MAYFLOWER SUITES	Capital Federal	Capital Federal	5238-0050
27	HOTEL NH FLORIDA	Capital Federal	Capital Federal	4321-9850

informes@hotelcorregidor.com.ar	www.hotelcorregidor.com.ar	
hermitage@lacapitalnet.com.ar	www.lcnet.com.ar/hermitage	Florencio Aldrey Iglesias (Presidente)
reserva@poloresort.com.ar	www.poloresort.com	
moliseviajes@ciudad.com.ar	www.molise.com.ar	
maresur@maresur.com	www.maresur.com	Eber Vera (Gerente Gral. Sucursal)
info@hotelreviens.com	www.hotelreviens.com	
info@ramadapinamar.com.ar	www.ramadapinamar.com.ar	
info@south-beach.com.ar	www.south-beach.com.ar	
gerenciacomercial@hotelcolonialsannicolos.com	www.hotelcolonialsannicolos.com	
reservas@amerianbue.com.ar	www.amerian.com	José Emilio Ramos (Gerente)
reservascon@amerian.com	www.amerian.com	
info@argenta-tower.com.ar	www.argenta-tower.com.ar	Diego Strauss (Gerente General)
cgerbi@aspenhoteles.com.ar	www.aspentowers.com.ar	Carlos Gerbi (Gerente General)
reservas@bauensuite.com	www.bauensuite.com	
hotel@broadway-suites.com.ar	www.broadway-suites.com.ar	
reservas@conte-hotel.com.ar	www.megasur.com/conte	Angel Fernández (Gerente de Compras)
mailhotel@elconquistador.com.ar	www.elconquistador.com.ar	Fernando López (Responsable de Compras)
reservas@elevage.com.ar	www.elevage.com.ar	Sergio González (Gerente General)
savoy@redinf.com.ar	www.savoy-hotel.com.ar	
ventas@holiday.com.ar	www.holidayinn.com	Javier Vigliero (Gerente General)
reservas@cambremonhotel.com.ar	www.cambremonhotel.com.ar	Ariel D'Atri (Gerente de Compras)
info@colon-hotel.com.ar	www.colon-hotel.com.ar	Adrián Bourguet (Gerente General)
info@hotelcrillon.com.ar	www.hotelcrillon.com.ar	Graciela Amil (Gerente de Compras)
reservas@mayflowersuites.com.ar	www.mayflowersuites.com.ar	
info@nh-florida.com.ar	www.nh-hoteles.es	Nicolás Ferrero (Director Operativo)

28	HOTEL NH JOUSTEN	Capital Federal	Capital Federal	4321-6750
29	HOTEL NH LATINO	Capital Federal	Capital Federal	4321-6700
30	HOTEL PRESIDENTE	Capital Federal	Capital Federal	4816-2222
31	HOWARD JOHNSON PLAZA FLORIDA STREET	Capital Federal	Capital Federal	4891-9200
32	LAS NACIONES SUITES & TOWERS	Capital Federal	Capital Federal	4325-2491/2620
33	MELIA BUENOS AIRES BOUTIQUE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4891-3800
34	MURANO HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	5239-1100
35	NH CITY HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4328-4852
36	OBELISCO CENTER SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4326-0909
37	PARK CENTRAL KEMPINSKI HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	6777-0300
38	PARK CHATEAU KEMPINSKI HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	6777-0400
39	PARK ELEGANCE KEMPINSKI HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	6777-0500
40	PARK PLAZA KEMPINSKI HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	6777-0200
41	REGENTE PALACE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4328-6800/6628/7090
42	ROCHESTER HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4326-6076/1805/5838
43	SALLES HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4382-0091/98
44	WILTON PALACE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4812-9988/4813-2563
45	LUCANIA PALAZZO HOTEL	Comodoro Rivadavia	Chubut	(0297) 4499300
46	RAYENTRAY HOTEL	Trelew	Chubut	(02965) 434702/706
47	AMERIAN CORDOBA PARK HOTEL	Córdoba	Córdoba	(0351) 4207020
48	NH PANORAMA HOTEL	Córdoba	Córdoba	(0351) 4204000
49	OPERA HOTEL	Río IV	Córdoba	(0358) 4640400
50	PORTAL DEL LAGO HOTEL & RESORT	Villa Carlos Paz	Córdoba	(03541) 424931/2
51	HOWARD JOHNSON INN	Villa General Belgrano	Córdoba	(03546) 461499

info@nh-jousten.com.ar	www.nh-hoteles.es	Celeste Becares (Directora Operativa)
info@nh-latino.com.ar	www.nh-hoteles.es	Marcela Neira (Directora)
webmaster@hotelpresidente.com.ar	www.hotelpresidente.com.ar	
reservas@hijflorida.com.ar	www.hjoar.com	Emilio Bissoni (Gerente General)
lasnaciones@hotellasnaciones.com.ar	www.hotellasnaciones.com.ar	
meliabue@confort.com.ar	www.solmelia.com	Guillermo Díaz Le Loup (Gerente General)
info@muranohotel.com	www.muranohotel.com	
info@nh-hoteles.com.ar	www.nh-hoteles.es	Cristina Isolani (Directora Operativa)
info@obeliscohotel.com.ar	www.obeliscohotel.com.ar	
reservas@parkplazahotels.com	www.parkplazahotels.com	Eduardo Olmedo (G. de Mantenimiento)
reservas@parkplazahotels.com	www.parkplazahotels.com	Teresa Franco (Gerente)
reservas@parkplazahotels.com	www.parkplazahotels.com	Romina Rauch (Gerente)
reservas@parkplazahotels.com	www.parkplazahotels.com	Pablo Marchese (Gerente)
info@regente.com	www.regente.com	
info@rochester-hotel.com.ar	www.rochester-hotel.com.ar	
info@hotelsalles.com.ar	www.salleshotel.com.ar	
info@hotelwilton.com.ar	www.hotelwilton.com.ar	
reservas@lucania-palazzo.com	www.lucania-palazzo.com	Maximiliano Sacchetti (Gerente de Compras)
rcvtv@cadenarayentray.com.ar	www.cadenarayentray.com.ar	
reservas@ameriancor.com.ar	www.amerian.com	Julio Tosello (Gerente Operativo)
direccion@nh-panorama.com.ar	www.hotelpanorama.com	Fernando Herrera (Director)
operahot@satlink.com		
portal@portal-del-lago.com	www.portal-del-lago.com	
hjvgb@calamuchitanet.com.ar	www.hjlavilla.com.ar	

52	GRAN HOTEL PARANA	Paraná	Entre Ríos	(0343) 4223900
53	JULIO CESAR HOTEL	Posadas	Misiones	(03752) 427930
54	HOTEL BAHIA MANZANO	Villa La Angostura	Neuquén	(02944) 494341
55	CLUB HOTEL CATEDRAL	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 460006
56	HOTEL NAHUEL HUAPI	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 422056/426146
57	HOTEL NIDO DEL CONDOR RESORT	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 442295
58	HOTEL TRES REYES	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 426121
59	HOTEL TUNQUELEN	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 448233/106
60	PEÑON DEL LAGO LODGE & RESORT	San Carlos de Bariloche	Rio Negro	(02944) 463000
61	GRAN HOTEL PRESIDENTE	Salta	Salta	(0387) 4312022
62	HOTEL DEL DIQUE	Salta	Salta	(0387) 4905112
63	HOTEL SOLAR DE LA PLAZA	Salta	Salta	(0387) 4315111
64	PORTEZUELO HOTEL	Salta	Salta	(0387) 4310104
65	PROVINCIAL PLAZA HOTEL	Salta	Salta	(0387) 4322000
66	HOTEL DE CAMPO KAU YATUN	El Calafate	Santa Cruz	(02902) 491059
67	HOTEL KOSTEN AIKE	El Calafate	Santa Cruz	(02902) 492424
68	ARISTON HOTEL	Rosario	Santa Fe	(0341)4257465
69	HOTEL DEL GLACIAR	Ushuaia	Tierra del Fuego	(02901) 430640
70	HOTEL USHUAIA	Ushuaia	Tierra del Fuego	(02901) 431134/430671

OTROS HOTELES CUATRO ESTRELLAS

71	LOS CHORRILLOS ECO RESORT			(3894) 482002
72	HOTEL AUSTRAL BAHIA BLANCA	Bahía Blanca	Buenos Aires	(291) 456 1700
73	ARGENTINO HOTEL	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 493 0091/ 94
74	ESTOCOLMO HOTEL	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 4921717/18
75	GRAN HOTEL DORA	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 4910033
76	GRAN HOTEL IRUÑA	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 491 1060

jahazana@hotelesparana.com.ar	www.hotelesparana.com.ar	Juan Hazaña (Gerente) Lila Yáñez (Presidente)
reservas@juliocesarhotel.com.ar	www.juliocesarhotel.com.ar	
reservas@bahiamanzano.com	www.bahiamanzano.com	
hcatedral@clubhotel.com.ar	www.clubhotel.com.ar	
hnauelh@bariloche.com.ar	www.hotelnauelhuapi.com.ar	
nidodelcondor_ba@arnet.com.ar	www.nidodelcondor.com.ar	
reservas@hoteltresreyes.com	www.hoteltresreyes.com	
maresur@maresur.com	www.maresur.com	Diego González Robles (Gerente)
tunque@bariloche.com.ar		
hotel@penondellago.com.ar	www.penondellago.com.ar	
granhotelpresidente@arnet.com.ar	www.hotelquia.com/granhotelpresidente	Mariana Farjat (Administradora Comercial)
hoteldeldique@ciudad.com.ar	www.hoteldeldique.com	
reservassolar@salnet.com.ar	www.solardelaplaza.com.ar	
info@portezuelohotel.com	www.portezuelohotel.com	
reservas@provincialplaza.com.ar	www.provincialplaza.com.ar	
kauyatun@sminter.com.ar	www.wam.com.ar/tourism/hoteles/kauyatun	
kostenaike@cotecal.com.ar	www.kostenaike.com.ar	
cesar@aristonhotel.com.ar	www.aristonhotel.com.ar	Julio César Almirón (Gerente)
central@netizien.com.ar		
hotadmi@infovia.com.ar		

loschorrillos@arnet.com.ar		
austral@bblanca.com.ar	www.hoteles-austral.com.ar	Francisco Torras (Gerente General)
www.argentinohotel-mdp.com.ar	info@argentinohotel-mdp.com.ar	
esthotel@infovia.com.ar		Gustavo Rojas (Socio Gerente)
Eduardo-u@comtur.com	www.hoteldora.com.ar	Eduardo Uribe (Gerente General)

77	HOTEL ANTARTIDA Y TIERRA DEL FUEGO	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 491 5450
78	HOTEL ASTOR	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 492 1616/9
79	HOTEL COSTA GALANA	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 4860000
80	HOTEL DOS REYES	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 491 0383
81	HOTEL PRESIDENTE	Mar del Plata	Buenos Aires	(223) 4910236
82	HOTEL LA POSTA DEL PILAR	Pilar	Buenos Aires	(2322) 490890/91
83	AMERICAS TOWERS HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4815 7900
84	BISONTE PALACE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	43284751
85	BRISTOL HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4382 5400/09
86	CARLTON HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4382 5400/09
87	CARSSON HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4322 3551/ 3701
88	CASTELAR HOTEL & SPA	Capital Federal	Capital Federal	4383 5000/ 9
89	CONCORDE HOTEL BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4313 2018
90	CUATRO REYES	Capital Federal	Capital Federal	4384 8000/3
91	DE LAS AMERICAS HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4816 3432
92	DESIGN SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4814 8700
93	DOLMEN HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4315 7117/ 5666
94	EDIFICIO SUIPACHA 1235	Capital Federal	Capital Federal	4819 3600
95	FEIR'S PARK	Capital Federal	Capital Federal	4131 1900
96	GRAN HOTEL BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	4312 3003
97	GRAN HOTEL DORA	Capital Federal	Capital Federal	4312 7391/ 95
98	GRAN KING HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4393 4012
99	GRAND BOULEVARD HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	5222 9000
100	HOSTERIA POSTA CARRETAS HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4394 1625/ 1645
101	HOTEL FACÓN GRANDE	Capital Federal	Capital Federal	4312 6360/69

antar@lacapitainet.com.ar		Cap. Luis Enrique Posse (Presidente)
Hotel_astor@yahoo.com		
dosreyes@statics.com.ar	www.dosreyes.com.ar	Fabián Tutundjian (Gerente)
informes@lapostadelpilar.com	www.lapostadelpilar.com	Mariana Cabrera (Encargada de Compras)
towers@americas-bue.com.ar	www.americas-bue-com.ar	
bispal@iname.com		
gerencia@hotelbristol.com.ar	www.hotelbristol.com.ar	Narciso Muñiz (Gerente General)
hotelcarlton@solans.com	www.solans.com.ar	Fernando Bach (Gerente)
administracion@hotelcarsson.com.ar	www.hotelcarsson.com.ar	Federico López (Gerente General)
directorio@castelarhotel.com.ar	www.castelarhotel.com.ar	Armando Mayorga (Gerente)
hotelconcorde@arnet.com.ar	www.concordehotel.com.ar	
gerencia@cuatro-reyes.com	www.cuatro-reyes.com	Pedro Santangelo (Gerente de Compras)
americas@americas-bue.com.ar	www.americas-bue.com.ar	Pedro Vázquez (Director General)
marketing@designsuitses.com	www.designsuitses.com	Laura Madariaga (Gerente Operativo)
doimtenhotel@doimtenhotel.com.ar	www.hoteldoimen.com.ar	Jorge Caballero (Gerente Operativo)
apart@suipacha1235.com.ar	www.suipacha1235.com.ar	
feirspark@feirspark.com.ar	www.feirspark.com.ar	Thomas Williams (Gerente General)
hbuenosaites@arnet.com.ar	www.granhotelbsas.com.ar	Carlos Suárez (Gerente General)
mail@dorahotel.com.ar	www.dorahotel.com.ar	
ncarchio@grandking.com.ar	www.grandking.com.ar	Norberto Carcho (Gerente)
compras@grandboulevardhotel.com	www.grandboulevardhotel.com	Sebastián González (Gerente General)
gerencia1@grandboulevardhotel.com.ar		
info@postacarretas.com.ar	www.postacarretas.com.ar	
reservas@hotelfacongrande.com	www.hotelfacongrande.com	Silvana Flores (Administradora)

102	HOTEL RECONQUISTA PLAZA	Capital Federal	Capital Federal	4311 4600
103	IRUN HOTEL & CONFORT	Capital Federal	Capital Federal	4304 2746
104	LA CONCEPCION HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4311 9784
105	LAFAYETTE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4393 9081/ 9182
106	LANCASTER HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4311 3021/ 26
107	LOISUITES ARENALES	Capital Federal	Capital Federal	4324 9400
108	LOISUITES ESMERALDA	Capital Federal	Capital Federal	4131 6800
109	LOS DOS CHINOS HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4300 2290/ 2294
110	NOGARO HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4331 0091/9
111	REGIDOR HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4314 9516
112	REPUBLICA HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4382 5050
113	SHELTOWN HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4312 5070/ 5079
114	TORRE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4552 6034/ 6412
115	TRITONE HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4313 3022/ 3952
116	TULIP INN HOTEL PRINCIPADO	Capital Federal	Capital Federal	4313 3022/ 3952
117	WALDORF HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4312 2071
118	AUSTRAL PLAZA HOTEL	Comodoro Rivadavia	Chubut	(0297) 4472200
119	HOTEL PENINSULA VALDES	Puerto Madryn	Chubut	(2965) 471292
120	COMPLEJO HOTEL DE LA CAÑADA	Córdoba	Córdoba	(351) 4214649/4
121	GRAN HOTEL DORA	Córdoba	Córdoba	(351) 4212031/38
122	HOTEL LAS LAJAS	Villa Carlos Paz	Córdoba	(3541) 422134
123	GARDEN HOTEL DE MENDOZA	Mendoza	Mendoza	(261) 4230360
124	GRAN HOTEL BALBI	Mendoza	Mendoza	(261) 423 3500
125	HOTEL ACONCAGUA	Mendoza	Mendoza	(261) 4204499
126	HOLIDAY INN EXPRESS NEUQUEN	Neuquén	Neuquén	(299) 449 0100

hotel@reconquistaplaza.com.ar	www.reconquistaplaza.com.ar	
reserves@hotelirun.com.ar	www.hotelirun.com.ar	
laconcepcion@fitozuberbuhler.com	www.fitozuberbuhler.com	
lafayettehotel@sion.com	www.lafayettehotel.com.ar	Karina Costas (Encargada de Compras)
administracion@lafayettehotel.com.ar		
lancast@infovia.com.ar	www.lancasterhotelpage.com	Silvia Caporali (Gerente General)
edarenal@loisuites.com.ar	www.loisuites.com.ar	María Rosa Maccari (Gerente)
edesmera@loisuites.com.ar	www.loisuites.com.ar	María Rosa Edo (Gerente)
admin@losdoschinos.com.ar	www.losdoschinos.com.ar	Manuel Sarriá (Presidente)
reservas@nogarobue.com.ar	www.nogarobue.com.ar	Pedro Fernández Verdugo (Gerente General)
hotelregidor@arnet.com.ar	www.regidor.axoft.com.ar	
reservas@hotelrepublica.com.ar	www.hotelrepublica.com.ar	
info@hotelshelton.com.ar	www.hotelshelton.com.ar	
hotelorre@ciudad.com.ar		
reservas01@tritonehotel.com.ar	www.tritonehotel.com.ar	
hotel@principado.com.ar	www.principado.com.ar	
info@waldorf-hotel.com.ar	www.waldorf-hotel.com.ar	
info@australhotel.com.ar	www.australhotel.com.ar	Antonio Roqueta (Presidente)
info@hotel-peninsula-valdes.com	www.hotel-peninsula-valdes.com	Jorge Prado (Gerente)
info@hoteldelacaniada.com.ar		
mkdora@hoteldoracordoba.com.ar	www.hoteldora.com.ar	Francisco Francardi Callegari (Presidente)
laslajas@cordoba.com.ar	www.hotellaslajas.com.ar	Graciela Temperini (Gerente)
Garden_alsuites@ciudad.com.ar		Claudia Furno (Directora General)
balbistarhotel@arnet.com.ar	www.balbi.com.ar	Jorge Palacio (Administrador)
comprasha@hotelaconcagua.com	www.hotelaconcagua.com.ar	Lizardo Zerdán (Gerente General)
reserves@neugueri.com.ar	www.ehotelexpress.com	Carlos Gatica (Gerente General)

127	LE CHATELET HOTEL	San Martín de los Andes	Neuquén	(2972) 428294/9
128	NAHUEL HUAPI HOTEL	Bariloche	Río Negro	(2944) 422056/4
129	NEVADA HOTEL	Bariloche	Río Negro	(2944) 522778
130	PIRE-HUE HOTEL	Bariloche	Río Negro	(2944) 460039/4
131	HOTEL PATAGONIA	Cipolletti	Río Negro	(299) 4776900
132	CRISTAL HOTEL	San Carlos de Bariloche	Río Negro	(2944) 422442/ 422002
133	HOSTERIA NACIONAL ISLA VICTORIA	San Carlos de Bariloche	Río Negro	
134	HOTEL AUSTRAL VIEDMA	Viedma	Río Negro	(2920) 422615
135	HOTEL PORTEZUELO	Salta	Salta	(387) 4310104
136	HOTEL NOGARO	San Juan	San Juan	(264) 4227501/05
137	HOTEL INTERNACIONAL POTRERO DE LOS FUNES	Potrero de los Funes	San Luis	(2652) 495001
138	HOTEL CAMPO ALEGRE	Rafaela	Santa Fe	(3492) 440694
139	HOLIDAY INN ROSARIO	Rosario	Santa Fe	(341) 410 0000
140	PLAZA DEL SOL HOTEL	Rosario	Santa Fe	(341) 4219899/4
141	PLAZA HOTEL	Rosario	Santa Fe	(341) 4491122/4
142	GRAND HOTEL PALACE	Termas de Río Hondo	Santiago del Estero	(3858)422841/1089
143	HOTEL LOS PINOS RESORT	Termas de Río Hondo	Santiago del Estero	(3858) 421043
144	HOTEL LAS LENGAS	Ushuaia	Tierra del Fuego	(2901) 423366

Listado de Hoteles Tres Estrellas (Miembros de la AHT)

	Hotel	Localidad	Provincia	Teléfono
1	HOTEL BELGRANO	Bahía Blanca	Buenos Aires	(0291) 4564404
2	GRAN HOTEL LEVALLE	Carhué	Buenos Aires	(02936) 432539/432582
3	HOTEL VALLES	Mar del Plata	Buenos Aires	(0223) 4920013/14/15
4	ALPINO HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4802-2342/5151/ 3687
5	ASPEN SUITES HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4313-9011
6	GRAN HOTEL ARGENTINO	Capital Federal	Capital Federal	4334-4001/4002

lechatelet@smandes.com.ar	www.hotelchatelet.com	
info@hotelnahuelhuapi.com.ar	www.hotelnahuelhuapi.com.ar	
nevada@barloche.com.ar	www.nevada.com.ar	
pirehue@mpsat1.com.ar	www.pire-hue.com.ar	
hotelpatagonia@sanremosa.com.ar	www.hotelesanremosa.com.ar	Juan D' Amato (Gerente)
crystalrvs@infovia.com.ar	www.mercotur.com/hotelcrystal	Arnaldo de Barba (Gerente General)
contacto@islavictoria.com	www.maresur.com	
paradoresviedma@infovia.com.ar	www.hoteles-austral.com.ar	Julián Rochat (Gerente)
info@portezuelohotel.com	www.portezuelohotel.com	
reservas@nogarosanjuan.com.ar		Francisco Bustello (Gerente)
hpfunes@sanluis.gov.ar		Walter Sosa (Gerente de Compras)
gerencia@holidayinnrosario.com	www.holidayinnrosario.com	Jimena Gattelet (Gerente General)
plaza@satlink.com.ar	www.rosario.com.ar/plaza	
		Eduardo González / Elias Canale (Socios Gerentes)
info@lospinoshotel.com.ar	www.lospinoshotel.com.ar	Pablo Lomutto (Gerente de Ventas, en Bs.As. 4326 8094)
mmenghi@maresur.com	www.maresur.com	Roberto Melazzini (Gerente Gral. Sucursal)
laslangas@tierradelfuego.org.ar		

E-Mail	Web Site	Contacto
hbelgrano@surlan.com.ar		
hlevalle@cosisma1.com.ar		
vallesho@satlink.com	www.valleshotel.com.ar	
hotelpino@uol.com.ar	www.geocities.com/alpinohotel	
sales@aspensuites.com.ar	www.aspensuites.com.ar	
info@hotel-argentino.com.ar	www.hotel-argentino.com.ar	

7	HOTEL IBIS BUENOS AIRES	Capital Federal	Capital Federal	5300-5555	h3251@accor-hotels.com	www.ibishotel.com	
8	HOTELES AUSTRALES - IBIS	Capital Federal	Capital Federal	4909-1244/1442	hotellibis@infovia.com.ar	www.accorhotels.com	
9	HOWARD JOHNSON DA VINCI	Capital Federal	Capital Federal	4326-6607	hoteldavinci@libertel.com.ar	www.hjogar.com	Mariana Gagliardi (Gerente General)
10	HOWARD JOHNSON INN CLASSIC HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4952-2695	howardjohnson@velocom.com.ar	www.hj-inn.com.ar	Jorge Gempel (Gerente General)
11	HOSTERIA CUMBRES BLANCAS	Capital Federal	Chubut	(02945) 455100/200/300	cumbres@ar.inter.net	www.cpatagonia.com/esq/cblancas	
12	HOTEL PLAYA	Puerto Madryn	Chubut	(02965) 451446/996	playahotel@playahotel.com.ar	www.playahotel.com	
13	PARANA HOTEL PLAZA JARDIN	Paraná	Entre Rios	(0343) 4231700	reservasparanah@hotelesparana.com.ar	www.hotelesparana.com.ar	
14	HOTEL LIBERTADOR	La Rioja	La Rioja	(03822) 426052	libertadorhotel@arnet.com.ar		
15	HOTEL IBIS MENDOZA	Villa Nueva de Guaymallén	Mendoza	(0261) 4264600	hotelibis@infovia.com.ar	www.ibishotel.com	
16	HOTEL CORRIENTES	Santa Fé	Santa Fe	(0342) 4592126	hotelcorrientes@qigared.com	www.hotelcorrientes-sf.com.ar	
17	HOSTERIA KAUYEKEN	Ushuaia	Tierra del Fuego	(02901) 433041	kauyeken@ciudad.com.ar		
18	HOTEL TOLKEYEN	Ushuaia	Tierra del Fuego	(02901) 445315/16/17	httolke@infovia.com.ar	www.tolkeyenhotel.com.ar	
19	HOTEL CARLOS V	San Miguel de Tucumán	Tucumán	(0381) 4311666 / 4221972	hotelcarlosv@redcarlosv.com.ar	www.redcarlosv.com.ar	

Listado de Cadena Nacionales e Internacionales (AHT)

	Hotel	Localidad	Provincia	Teléfono	E-Mail	Web Site
1	ACCOR DE ARGENTINA	Capital Federal	Capital Federal	4909-1244/1442	H3251@accor-hotels.com	www.accorhotels.com
2	AMERICAN CADENA DE HOTELES	Córdoba	Córdoba	(0351) 4207000	ventas@ameriancor.com.ar	www.amerian.com
3	AUSTRALIS EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS	Capital Federal	Capital Federal	4322-3888	cariloapart@ciudad.com.ar	www.cariloapart.com.ar
4	CADENA DE HOTELES RAYENTRAY	Trelew	Chubut	(02965) 434702/706	rcvtw@cadenarayentray.com.ar	www.cadenarayentray.com.ar
5	CAESAR PARK HOTELS & RESORTS	Capital Federal	Capital Federal	4819-1100	travel@caesarhotels.com	www.caesarhotels.com
6	CROWNE PLAZA HOTELS RESORTS	Capital Federal	Capital Federal	4348-5000	reservas@crowneplaza.com.ar	www.crowneplaza.com.ar
7	EMPRESA HOTELERA YANEZ MARTIN	Paraná	Entre Rios	(0343) 4223900	reservasgranhotel@hotelesparana.com.ar	www.hotelesparana.com.ar
8	GRUPO RIVOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4326-6076/1805/5838	info@rochester-hotel.com.ar	www.rochester-hotel.com.ar

9	HILTON	Capital Federal	Capital Federal	4891-0000	hiltonba@ipse.com.ar	www.hilton.com
10	HOLIDAY INN	Capital Federal	Capital Federal	4340-7100		www.holiday-inn.com
11	HOTELES MARES SUR	Merlo	Capital Federal	4322-4247/48	maresur@maresur.com	www.maresur.com
12	HOTELES MICROTEL INNS	Capital Federal	Capital Federal	4345-0432	hotelesmicrotelinns@ciudad.com.ar	www.microtelinn.com
13	HOWARD JOHNSON DE ARGENTINA	Capital Federal	Capital Federal	4701-6900	info@hojoar.com	www.hojo.com
14	HYATT DE ARGENTINA	Mendoza	Mendoza	(0261) 4411234	phmendoza@hyattinf.com	www.hyatt.com
15	INTER CONTINENTAL	Capital Federal	Capital Federal	4340-7100	buenosaires@interconti.com	www.interconti.com
16	MARRIOTT HOTELS RESORTS SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4318-3000	marriott.plaza@ba.net	www.marriott.com
17	MELIA CONFORT	Capital Federal	Capital Federal	4891-3800/3900	meliabue@confort.com.ar	www.solmelia.com
18	NH HOTELES	Capital Federal	Capital Federal	4328-4852	info@nh-hoteles.com.ar	www.nh-hoteles.es
19	PARK PLAZA KEMPINSKI HOTELS	Capital Federal	Capital Federal	6777-0300	reservas@parkplazahotels.com	www.parkplazahotels.com
20	RED CARLOS V	San Miguel de Tucumán	Tucumán	(0381) 4311666/4221972	hotelcarlosv@redcarlosv.com.ar	www.redcarlosv.com.ar
21	SHERATON DE ARGENTINA	Capital Federal	Capital Federal	4318-9000		www.starwood.com
22	SIX CONTINENTS	Capital Federal	Capital Federal	4340-7100		www.sixcontinents.com

Listado de Aparts Hoteles (AHT)

	Hotel	Localidad	Provincia	Teléfono	E-Mail	Web Site	Contacto
1	AUSTRALIS EMPRENDIMIENTOS TURISTICOS	Capital Federal	Capital Federal	4322-3888	cariloapart@ciudad.com.ar	www.cariloapart.com.ar	
2	HOWARD JOHNSON EXPRESS INN BELGRANO	Capital Federal	Capital Federal	4789-9383		www.belgranosuites.com	
3	LA GALERIA CABAÑAS	Carió	Buenos Aires	(02267) 470668/658	lagaleria@telpin.com.ar	www.lagaleria.parquecarilo.com	
4	SUIPACHA SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4819-3600	apart@suipacha1235.com.ar	www.suipacha1235.com.ar	
5	TORRE CRISTOFORO COLOMBO	Capital Federal	Capital Federal	4777-9622	reservas@torrecc.com.ar	www.torrecc.com.ar	
6	TORRECILLAS CARILO	Carió	Buenos Aires	(0225-4) 582223	apart@torrecillascarilo.com.ar	www.torrecillascarilo.com.ar	
7	TORRES DE MANANTIALES	Mar del Plata	Buenos Aires	(0223) 4861999/2222	info@manantiales.com.ar	www.manantiales.com	
8	URQUIZA APART HOTEL	Rosario	Santa Fe	(0341) 4494900	uah@apart-urquiza.com.ar	www.apar-urquiza.com.ar	
9	VIAMONTE SUITES APPART HOTEL	Capital Federal	Capital Federal	4371-9993	hotel@viamontesuites.com.ar	www.viamontesuites.com.ar	

10	VILLE SAINT GERMAIN	Cariló	Buenos Aires	(02254) 470913/12	vsgermain@telpin.com.ar	www.vsgermain.parquecarilo.com	
	OTROS						
11	ASPEN SUITES	Capital Federal	Capital Federal	4313 9011	cgerbi@aspensuites.com.ar	www.aspensuites.com.ar	Carlos Gerbi (Gerente General)

* Algunas categorizaciones no coinciden con las tomadas por la Secretaría de Turismo, lo que explicaría la variación de algunas cifras en cuanto a la cantidad de hoteles (Anexo I).

ANEXO IV – PROVEEDORES DEL SECTOR

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
ALFOMBRAS	Alfombras Atlantis – Merito S.A.	www.alfombrasatlantis.com info@alfombrasatlantis.com kasakoff@unilan.com.ar	54 11 4303 1679/83	Daniel Kasakoff	Conrad Punta del Este (Uruguay) Buenos Aires: Alvear, Colón, Carlton, Marriott Plaza, Claridge, Amerian Misiones: Iguazú Resort Hoteles nacionales	Fabricación nacional
	El Espartano				Buenos Aires: Sofitel, NH, Marriott Plaza, Hilton, Caesar, Intercontinental Costa Galana (Mar del Plata) Río Negro: Crown Casino	
	Karavell / Karatex	- caquzman@karatex.com.ar	54 11 5167 9600	Carlos Guzmán	Buenos Aires: Alvear, Claridge, Libertador Río Negro: Panamericano	Fabricantes, con red de distribuidores
	La Europea	www.laeuropea.com mbernabo@laeuropea.com	54 11 4814 0123	Cristina Martin		Complementa con revestimientos de paredes, cortinas, muebles, tapicería y blanco
	Meller	www.meller.com.ar				
	Artemisi Papeles	www.artemisipapeles.com artemisi@fibertel.com.ar	54 11 4514 8110/13/ 14			Papeles decorativos. Fabricante, importador y distribuidor
TEXTILES: BLANCO	Aiman S.A.	- aiman@sion.com	54 11 4653 1104			Sábanas, toallas, duvets, cobres.
	Silvia Graciela Barbosa	- barbosas@todd.com.ar	54 2478 452725	Silvia Barbosa		Fabricante Ciudad de Arrecifes (Pcia de Bs.As.)
	Best Linens	- lilianatolaro@fibertel.com.ar	54 11 4804 0368	Liliana Tótaro		
	Bianco & Punto	www.biancoypunto.com.ar biancoypunto@ciudad.com.ar	54 11 4804 4346	Grace Méndez Cavaría		Fabricante
	Casa Vielva S.A.	- casavielva@ciudad.com.ar			Buenos Aires/Córdoba: Cadena Amerian	Ropa de cama, toallas, mantelería
	Colortex (de Karatex)	www.karatex.com.ar clientes@karatex.com.ar	54 11 5167 6932/38			Fabricante. Sábanas y toallas.
	Dina Gerade	www.dinagerade.com.ar casalu@dina_gerade.com.ar	54 11 4551 2770	Dina Gerade		Fabricante. Blanco, mantelería, cortinas.
	La Cardeuse S.A.	www.lacardeuse.com.ar info@lacardeuse.com.ar lacardeuse@movi.com.ar	54 11 4209 8661 0810 222 7338	Enrique Andreoli	Buenos Aires: Caesar Park, Tres Reyes Apart Hotel, Los Dos Chinos, Sarmiento Suites, Apart Hotel Garten	Fabricante (como complemento de colchones y

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	La Cardeuse (cont.)				Village, Waldorf, Regente Palace, Lyon, Molino, Parlamento, Marbella, Ayamitre Mar del Plata y Costa Atlántica: H. 13 de Julio, Versailles, Dos Reyes, Continental, Punta del Este, Salles, Mena Hotel, H. Playa, H. Carlió Playa. Río Negro: Bariloche, Llaolao Resort, H. Dut, H. Pacífico, City Hotel, Hostería La Posada Tucumán: H. Ruinas de Quilmes	sommiers)
	Levitex	www.levitex.com.ar ventas@levitex.com.ar	54 11 4952 0002	Ignacio Levy		Sábanas y toallas. Miembro E&D Group
	Textil Argentino SRL	- jatex@sinectis.com.ar	54 11 4952 3994 0800 3335354	Martin Cresenoso		Fabricante, importador y distribuidor.
TEXTILES: TAPICERIA Y TELAS	Beltis – Montclair SRL	- beltis@beltis.com.ar montclair@beltis.com.ar	54 11 4522 2178 / 6747	Pio Labiano		Fabricante. Telas de Jacquard. Miembro E&D Group
	Confort-Art	www.confort-art.com confort-art@argentina.com	54 11 4833 2103 / 4831 1654	Salvador Auday		Alfombras, papeles, cortinas
	De Levie S.A.	www.delevie.com.ar delevie@delevie.com.ar	54 11 4788 5599	Jorge Albisetti	Buenos Aires: Amerian, Apart Hotel Las Naciones, A.H. Torres de Manantiales, A.H. Triánón, Aspen Towers, ART Suites, Bs.As. Park, City Hotel, Gran Hotel Colón, Gran Hotel Boulevard, Alvear Palace, Argentino, Carlton, Claridge, El Conquistador, Embassy, Emperador, Hilton, Holiday Inn, Intercontinental, La Pascuala Delta Lodge, Lafayette, Lancaster, Marriott Plaza, Meliá Confort, NH City, NH Florida, NH Jousten, NH Latino, Park Plaza Kempinski, Plaza Francia, Rochester, Sheraton Bs.As., Sofitel, Wilton Austral (Bahía Blanca), Bahía (V. Gesell), Benevento (La Plata), Colonial (S. Nicolás), del Bosque (Pinamar), Howard Johnson Open Door, Howard Johnson Tres Arroyos, Libertador (Tandil), Nogaró (Mar del Plata), Provincial (M. del Plata), Ramada Resort (Pinamar), Sheraton	

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	De Levie S.A. (cont.)				<p>Mar del Plata, Yaguarón (San Nicolás)</p> <p>Catamarca: Grand Hotel, Amerian</p> <p>Córdoba: Gran Hotel Dorá, El Virrey, Holiday Inn, Las Verbenas, NH</p> <p>Panorama, Windsor</p> <p>Corrientes: Gran Hotel Guarani</p> <p>Chubut: Austral, Comodoro</p> <p>Entre Ríos: Hotel Palmar, Paraná, Salto Grande</p> <p>Jujuy: Hotel Altos de la Viña, Internacional</p> <p>La Pampa: Cuprum</p> <p>Mendoza: A.H. Urbana Suites, Crillón, Hyatt, Internacional, Millenium, NH</p> <p>Cordillera, Presidente Park</p> <p>Misiones: Casino Iguazú, Esturión</p> <p>Neuquén: Hostería las Balsas, Correntoso, del Comahue</p> <p>Río Negro: Hostal del Valle, Hostería Isla Victoria, Cristal, Edelweiss, Huemul, Las Piedras II, Liao Liao Resort, Milan, Panamericano, Tunquelén</p> <p>Salta: Gran Hotel Presidente Hostería Cachi</p> <p>Santa Cruz: Kosten Aike, Los Alamos, Santa Cruz</p> <p>Santa Fe: A.H. Río Grande, Ariston, Libertador, Presidente, República, Riviera, Riogrande</p> <p>Tierra del Fuego: Hostal del Bosque, Albatros, Las Lengas, Los Nires, Los Yamanas</p> <p>Tucumán: Gran Hotel, del Sol, Mirador del Tafi, Presidente, Swiss Metropol</p>	
	Gunter Dillenberger & Hijos S.A.	www.dillenberger.com info@dillenberger.com	54 11 4552 1265	Gabriel o Leonardo Dillenberger	NH	Miembro E&D Group. Blanco, frazadas, protector de colchones, cortinas
	Héctor Enrique Mancini S.A.	www.hectormancini.com.ar info@hectormancini.com.ar	54 11 4709 2950/ 1872	Héctor Mancini		Mantería e indumentaria gastronómica
	Mozitex S.A.	www.mozitex.com	54 11 4855 6571	Moisés Cohen		Fabricantes de tela

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Moziteh S.A. (cont.)	(problemas de acceso) usuarios@elsitio.net		Falah		
	Rentex	- rentexsa@aol.com	54 11 4308 1330	Sergio Diz		
	Sofá Duveté	- sofadvete@ciudad.com.ar	54 11 4717 6228	Dora Gaia		También fabricación de sillones y sofás.
	World Fabrics	www.worldfabrics.com.ar worldfabrics@worldfabrics.com.ar	54 11 4713 5500	Cintia Gontmamer	Buenos Aires: Atlas Tower Rio Negro: Panamericano	Decoración y complementos; alfombras; cortinas; almohadones
TEXTILES: UNIFORMES	Carezza	www.carezza.com.ar carezza@movi.com.ar	54 11 4962 9884/ 4961 1205	Ricardo Salama		
	Gonia Corporate	www.goniacorporate.com.ar info@goniacorporate.com.ar	54 11 (15) 5328 6080/ (15) 5228 7010			
	Godoy	- goody@millic.com.ar	54 11 4308 4589	Richard Saavedra		
	Uniformes Express	www.uniformesexpress.com info@uniformesexpress.com.ar	54 11 4856 5516/ (15) 4550 5750	Sandra Hutnik		
AMENITIES	Amenities Suite	- info@amenities.com.ar	54 11 4686 6161/ 4687 0700	Eduardo Risueño - María Julia Daneri	Buenos Aires: Loisuítes, Sheraton Libertador, Cabildo Surtes, Atlas Towers, El Conquistador, Meliá Confort, Feir's Park Rio Negro: H. Nahuel Huapi Neuquén: Hostería Las Balsas	Fabricantes
	Ananda-Lar Cardamone	Ananda-lar@ananda-lar.com.ar	54 11 4802 8589	Dora Cerati		
	New Amenities	- newamenities@arnet.com.ar	54 11 4798 1578	Patricia Florio	Buenos Aires / Córdoba: Cadena Amerian	
ILUMINACIÓN	Borghí Porcelana	- info@borghiporcelana.com	54 11 4653 6305	Cristina de Borghi		Fabricante. Piezas y lámparas de porcelana
	Fass Yakol Iluminación Industrial	www.fassyakol.com (dificultades de acceso) ventas@fassyakol.com	54 11 4585 3122			Iluminación de exterior e industrial. Distribución y logística mayorista
	Idea Iluminación	www.idealuminacion.com.ar idea@idealuminacion.com.ar				
	La Pantalla	- lapantalla@huidobro.com	54 11 4737 2651	Adriana Huidobro		Pantallas
	Manfroni Iluminación	www.manfroni.com info@manfroni.com	54 11 4733 7989	Luis Manfroni	Buenos Aires: Emperador	Fabricantes. Miembro de E&D Group.

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
MUEBLES	Casa Núñez Jardín S.A.	www.casanunez.com.ar info@casanunez.com.ar (www.nardigarden.com)	54 237 463600			Vende la marca italiana Nardi Garden Furniture Muebles para el exterior
	BQ Equipamientos				Buenos Aires: Emperador	Fabricantes
	Diglia SRL	www.diglia.com info@diglia.com	54 11 4523 9838	Luis Echandi		Fabricante
	EVG – Muebles Giuliani	www.evgsa.com info@evg.com.ar baires@evg.com.ar	54 2623 421436/ 421136 54 11 4301 8243		Buenos Aires: Sheraton Mendoza: Hyatt	Fabricante Muebles de oficina
	JCL S.A. Sillas – Mesas	www.jclsa.com info@jclsa.com	54 351 4998170	José Lascano		Fabricante. Ciudad de Córdoba
	Missura Disegno	www.missura.net missura@sinectis.com.ar	54 11 4814 2074		Buenos Aires/Cordoba: Amerian	Fabricantes
	Mobiliarios Fontenla S.A.	www.fontenla-furniture.com hoteleria@fontenla-furniture.com	54 11 4604 3424	María Laura Caversaschi	Buenos Aires (5*): Alvear Palace Hotel; Sheraton Buenos Aires; Sheraton Pilar; Hotel Caesar Park; Claridge; Hilton; Sofitel. (4*): Gran Boulevard Hotel; Americas Towers; Howard Johnson Resort Campo Polo; Howard Johnson Express Inn; Abasto Holiday Inn Select H. Colonial (San Nicolás); Howard Johnson Tres Arroyos Córdoba: Howard Johnson Gral. Belgrano Chubut: Austral Plaza Mendoza: H. Huentala, Park Hyatt, Presidente Park Misiones: H. Casino Iguazú, Sheraton Internacional Iguazú. Salta: H. Provincial San Luis: H. Potrero de los Funes Río Negro: Hotel Nevada, Llao Llao Resort	Fabricante. Representantes en Córdoba y Rosario.
	Muebles Stallion	stallionmuebles@ciudad.com.ar				
	Santorini	www.santorini.com.ar info@santorini.com.ar	54 11 4511 5999		Buenos Aires: Apart Hotel El Porteño, Aspen Suites, Elevage, Hilton, Hyatt, NH Florida, NH Jousten, NH Latino, NH Tango	Producción e importación

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Santorini (cont.)				H. del Bosque y Ramada Inn (Pinamar) Córdoba: NH Panorama, H. Sindicato del Seguro Misiones: Esturión Neuquén: H. del Comahue Tucumán: Gran Hotel Brasil: Hilton San Pablo	
	Sediana	www.sediana.com.ar ventas@sediana.com.ar	54 11 4752 5935	Orlando Santillo		Fabricantes de mesas, sillas y otros
	Simet Fábrica de Sillas y Mesas	www.simet.com.ar hernan@simet.com.ar	54 11 4567 9987	Hernán Beider	Buenos Aires: Hilton, Marriott Courtyard, H. Emperador, Howard Johnson Congreso, Howard Johnson Da Vinci, Howard Johnson Open Door, Etoile Hotel, Gran Boulevard Hotel, Park Plaza Hotel. Mar del Plata: H. Astor, H. Dos Reyes Jujuy: H. Interprovincial Salta: Gran H. Presidente, Portezuelo Hotel San Luis: H. Potrero de los Funes Santa Fe: Holiday Inn Rosario Tierra del Fuego: H. Los Nires Tucumán: Garden Park	Fabricantes. Miembro de E&D Group
	Singer IndFormanova	www.indformanova.com ventas@indformanova.com jcamuglia@indformanova.com	54 11 4714 3552	José Camuglia de Caro		Fabricante. Sillas, mesas y complementos
	Sofá Arte SACIFEI	- hotel-empresas@sofa-arte.com.ar	54 44 4816 2679 / 11 4812 0088	Pablo Lértora	Buenos Aires: Sofitel, Sheraton, NH Jousten, Four Seasons, Loisuities Recoleta Córdoba: NH Panorama Mendoza: NH Cordillera Misiones: H. Casino Iguazú, Esturión Neuquén: Hostería El Faro	Fabricante. Provincia de Santa Fe. Exporta a EE.UU.
	Walmer	www.walmerusa.com cebo@walmerusa.com	54 11 4816 2556		Buenos Aires: Design Suites Punta del Este: Solanas Hotel	Vende casi exclusivamente productos importados de Italia. Sofás, mesas, sillas, accesorios, estantes, camas y otros. Oficinas en Uruguay y Miami.

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Wurzel Carpintería Artesanal	www.wurzel.com.ar info@wurzel.com.ar	54 351 4803974	José A. Macaluso	Córdoba: Holiday Inn, Sheraton Córdoba	Fabricantes. Muebles para dormitorios. Ciudad de Córdoba
	Acalanthis	www.acalanthis.homestead.com acalanthisargentina@yahoo.com	54 11 4786 2366	Analia Albisetti		Bodegas para vinos
VAJILLA / BAZAR	CRM-PRO	- distribaz@speedy.com.ar	54 11 4941 3410/ 5141			Bazar y equipamiento de gastronomía
	Dolkin S.A. (Porcelana Tsuji)	- dolkin@arg.net.ar	54 11 4392 2569	Luis López Da Silva		Fabricante
	Geo Bazar	www.bazargeo.com.ar info@bazargeo.com.ar	54 11 4308 1724/ 4942 0900	Marcelo Wolodarsky		Autoservicio. Marcas: Geo- Arcoroc- Verbanco- Nicols- GoodyGroup (uniformes)
	Guime S.A.	www.guime.com guime@inea.com	54 11 4521 5917	Miguel Pascuzzo		Importación de cristalería de Bohemia
	La Casa de los Mil Envases	www.mil-envases.com.ar equipo1000@mil-envases.com.ar	54 11 4924 8029	Agustín Pittner		
	Magma	- magma@magma-importadora.com.ar	54 11 4866 3880/ 5119 (15) 4413 3096	Marcelo Ptaszniak		Importadora. Cuadros y espejos.
	M.B.	- ventas@mbvajilla.com.ar	54 11 4633 5884	Raúl Babenco		Fabricantes
	Perel – Nicols	- ventas@cubiertosperel.com.ar	54 11 4726 1300	Roberto Nicoli		Fabricantes de cubiertos y utensilios
	Tie S.A.	www.tie-brinkel.com.ar www.brinkel.com.ar info@tiesam.com.ar	54 11 4628 2247			Importadora y distribuidora de Rubbermaid, San Remo y Brinkel Gourmet.
	Volf S.A.	www.volfonline.com.ar volf@speedy.com.ar	54 11 4912 0568 (15) 4413 5300	Raquel Hachuel		Cubiertos y vajilla. Miembro de E&D Group
EQUIPAMIENTO Y ACCESORIOS DE BAÑO	Equipamientos e Insumos SRL	www.blaitar.com/ www.mediclinics.com equipamientosensumos@arnet.com.ar	54 11 4716 0010 (15) 4412 9864 (15) 4493 3718	Oscar Ghirardelli / Ruth Beiguelman		Instalaciones de baños, pisos, grifería y relax. Miembro de E&D Group
	Equiphotel	www.equip-hotel.com.ar ventas@equiphotel.com.ar	54 11 4816 7500	Débora Saúl	Buenos Aires: Sheraton Bs.As., Hilton, Marriott Plaza, Claridge, Alvear	Accesorios. Iluminación, ceniceros,

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Equipohotel (cont.)				Palace, Reconquista Plaza, Confort Meliá, Design Suites, Microtel Inn, hoteles Sofitel Accor, Feir's Park, Naindo Park, Americas Towers, Atlas Towers, Savoy, Howard Johnson H. Colonial (San Nicolás), Torres de Manantiales (Mar del Plata) Misiones: Sheraton Internacional Iguazú Santa Cruz: Kosten Aike Santa Fe: Holiday Inn Rosario, Plaza Real	cuadros, minibar, artículos de baño, carts.
	Formas y colores S.A.	www.formasycolores.com.ar info@formasycolores.com.ar	54 11 4638 6300 0800 3337515	Martin Zuchowicki		Alfombras y cortinas de baño
PRODUCTOS ALIMENTICIOS (Pasta, conservas, fiambres, quesos)	Aceites del Plata S.A.	- maguiar@oleadelvalle.com.ar , jbarredo@oleadelvalle.com.ar	54 11 4451 4155	Antonio Regueira		Alimentos elaborados. Importadora-export. de aceites y grasas comestibles
	Alimentos Granix	www.alimentos-granix.com.ar marketing@alimentos-granix.com.ar	54 11 4760 0307	Nicolás Tisko		Cereales, galletas crackers, proteínas de soja, jugos.
	Colmenares del Prat S.R.L.	- ventas@colmenaresdelprat.com.ar	54 11 4827 1791	Rodolfo Prat		Producción y venta de miel pura.
	Farm Frites Argentina	- marketing@farmfrites.com.ar	54 11 4762 5245/ 6349	Laura González		Alimentos congelados. Procesadora de papas.
	Fryler S.R.L.	- fryler@milic.com.ar	54 11 4825 1038/ 4338	Pascual Lerman		Productos de pavo y pollo. Salchichas. Kosher.
	Mieles Tipificadas Argentinas "Granmama"	www.mielgranmama.com.ar info@mielgranmama.com.ar	54 3327 480255			Alimentos elaborados. Miel de abeja, polen y vinagre de miel.
	Supermercados Mayoristas Makro S.A.	www.makro.com.ar fbentz@makro.com.ar	54 11 4756 0081/ 91	Rodolfo Benítez		Supermercado mayorista autoservicio. Congelados, alimentos frescos, bebidas, catering, equipamiento, vajilla, utensilios, limpieza e higiene, ropa y blanco.

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
PRODUCTOS ALIMENTICIOS (Café, té y chocolate)	Cabrales S.A.	www.cabrales.com cabrales@mdp.com.ar cabralesbue@cabrales.com	54 223 4916363/6 54 11 (15) 4992 0578	Enriqueta Kleinman		Fabrica y comercializa café, té y prods. nacionales e importados
	Café El Bohío	- elbohio@cafeelbohio.com	54 11 4866 1444	Raquel López		Importación, elaboración y venta de café, té, yerba mate y azúcar
PRODUCTOS ALIMENTICIOS (Vino) COCINAS INDUSTRIALES	Eduardo Bellavia	- ebellavia@speedy.com.ar	54 11 4941 8374	Eduardo Bellavia		Carros utilitarios (entre otros)
	Morelli	www.morelli.com.ar info@morelli.com.ar	54 341 463 4966 / 54 11 4308 2824			Cocinas, hornos, cortadoras de fiambres, racks
	Frávega	www.fravega.com.ar rmestre@fravega.com.ar	54 11 4959 6664 0800 2222384	Ricardo Mestres		Venta de refrigeradores, equipamiento gastronómico, de lavandería y máquinas de café. Venta de electrodomésticos.
	Full Assistance – Zummo	www.zummoargentina.com.ar zummo@netizen.com.ar	54 11 4709 7040	Jorge Kracoff		Equipamiento gastronómico Máquinas exprimidoras, fabricantes de hielo, lavavajillas, hornos, minibares.
	Micheluzzi – Guisado	- egysa@hotmail.com	54 11 4941 2102	Enrique Guisado		Equipamientos gastronómicos, cocinas, hornos, heladeras, otros.
	Prática Hornos (Brasil)	www.praticahornos.com.br fclose@praticahornos.com.br	55 11 3088 2944	Alberto Close		Hornos combinados, eléctricos y a gas, convectores.
	Servicios Integrado Argentina S.A.	- info@rational-online.com	54 11 4780 2525	Tomás Engel		Venta y service de hornos Rational, refrigeración, aire acondicionado

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Tecwo de Argentina S.R.L.	- info@tecwo.com.ar	54 11 4454 9455/7	Jorge Frejeiro		Fabricante, importador, representante. Congeladores y refrigeradores. Exhibidores. Lavadores de vajilla. Equipamiento gastronómico.
	Topema Industria e Comercio Ltda. (Brasil)	- topema@topema.com	55 11 4071 3033	Valeria Sesti		Fabricante de cocinas, líneas de refrigeración, equipamiento en acero inoxidable
REFRIGERACION	Friosur SACI	- ventas@friosur.com.ar	54 11 4251 3277	Ricardo Vasta		Congeladores y refrigeradores. Cámaras frigoríficas. Equipamiento gastronómico. Cocinas y hornos.
	Argasa S.A. Girbau – Filial Argentina	- argasa@infovia.com.ar	54 11 4901 7600	Rafael Dávila		Maquinarias para lavandería
	Electrolux Wascator	- asp@ision.com	54 11 4866 5100	Sergio Piatti		Equipos de lavandería de ropa – Expendedoras de café
	Metab S.A.	-	54 2320 423995/7	Norberto Rey		Fábrica de minibares a absorción y otros
	Térmica San Miguel S.A.	- termica@rcc.com.ar	54 11 4664 6133	Raúl Schuartzman		Cámaras modulares frigoríficas para media y baja temperatura
MAQUINAS DE CAFÉ Y EQUIP. CONFITERIAS	Criollo S.A.	www.criollo1924.com.ar fvarez@criollo1924.com.ar	54 114683 2486	Eduardo Alvarez		Máquinas de café e insumos
	Máquinas Gili	- maquinasgili@hotmail.com	54 11 4242 0893/ (15) 4948 2964			Fabricantes de máquinas de café express
	Sayos	- sayosn@infovia.com.ar	54 11 4931 9454			Instalaciones comerciales de panaderías, confiterías, bares.

Rubro	Nombre	Página web / E-mail	Teléfono	Contacto	Hoteles atendidos	Observaciones
	Selec Line S.A.	- selecli.ódomesticos@selecline.com.ar	54 11 4961 8369	Roberto Junovich		Máquinas de café, gastronomía. Importación de líneas Kenwood Chef y Aniete.
	Versus de Argentina S.A.	www.versusdeargentina.com.ar versus@infovia.com.ar	54 11 4896 0361/ 4784 3389	Jorge Elman		Equipamiento modular, catering, exhibidoras, gastronomía.

ANEXO V - OTRAS DIRECCIONES: SITIOS CON INFORMACION DE INTERES

€ **Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT)**

Tel. 54 11 5219 0686 – Fax: 54 11 5219 0688

www.aht.com.ar / www.hotelesahargentina.com.ar

hotelesargentina@aht.com.ar

Director Ejecutivo: Carlos Gianola Martínez

€ **Federación Empresaria Hotelera Gastronómica de la República Argentina (FEHGRA)**

Tel. 54 11 4822 7733 – Fax: 54 11 4822 7807

www.fehgra.org.ar

informes@fehgra.org.ar

Directora Ejecutiva: Liliana Baño

Filial en Capital Federal: **Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confeiterías y Cafés (AHRCC)**

Tel. 54 11 4372 7275 – Fax: 54 11 4371 5108

www.ahrcc.com.ar

info@ahrcc.com.ar

Cámara de Hoteles: Dra. Graciela Fresno

Organismos estatales

€ **Secretaría de Turismo de la Nación**

Tel.: 54 11 4312 5611/ 15

www.turismo.gov.ar

inversiones@turismo.gov.ar / invertur@turismo.gov.ar

€ **Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano (CEDEM)**, del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (elabora los INFORMES DE COYUNTURA TURÍSTICA de la capital)

Tel.: 54 11 4114 5781

www.cedem.org.ar

cmakon@buenosaires.gov.ar / psingerman@ciudad.com.ar

Consultoras sobre hotelería y turismo

- € **HVS International – Arturo García Rosa & Asociados.** Tel.: 54 11 4515 1461. www.hvsargentina.com / info@hvsinternational.com.ar
- € **R&D Hotel Consultants, Inc.** Tel. 54 11 4343 8870 / 8865. wonderpoint@cponline.org.ar
- € **Club H – Consultores en Hotelería y Turismo.** Tel. (54 11) 5237 3037. www.clubh.com.ar / jfeijoo@clubh.com.ar

Agrupaciones empresarias

- € **Equipment & Decoration Group (E&D).** www.eyd.com.ar / info@eyd.com.ar
Gunter Dillenberger e Hijos (Telas), ClubH (Consultoría), Equipo1000 (Envases para gastronomía), Alfombras Atlantis, Cabrales (Café y té), Beltis (Telas de Jacquard), Volf (Cubiertos y vajilla), CM Soluções Informáticas (Software), Simmons (Colchones y complementos), Levitex (Blanco), Equipamientos e Insumos (Baños, pisos, grifería y relax), Oblak (Aberturas), Fontenla (Muebles), Simet (Sillas y mesas), Onity (Cerraduras y cofres), Magma (Cuadros y espejos), Carezza (Uniformes), Manfroni Iluminación.
- € **Gain Pro (Grupo Argentino Independiente de Proveedores del sector Hotelero y Gastronómico).** Tel.: 54 11 (15) 5063 9961/ 4764 8452 gainpro@hotmail.com
Aiman S.A. (Ropa de cama y blanco), MB Diseños (Equipamiento para gastronomía), Missura (Muebles), De Levie (Telas), Café El Bohío, Amenities Suites, Comunicacionesgráficas (Diseño Gráfico), Service Quality Training (Software), La Cardeuse (Colchones y complementos), CRM Pro (Bazar y equipamiento gastronómico), Metab S.A. (Minibares y cofres electrónicos de seguridad), Uniformes Express.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN: Análisis del sector hotelero argentino
 En el marco de "Workshop Hotel Project Argentina"
 3 al 5 de diciembre de 2003

1. COMPOSICIÓN DEL SECTOR

- En Argentina, funcionan 3272 establecimientos hoteleros, según los datos más actualizados de la Secretaría de Turismo de la Nación (2001/02). De ellos, **39 establecimientos son 5 estrellas (5*), 191 son 4 estrellas (4*) y 517 son 3 estrellas (3*)**. Existen además 4396 establecimientos parahoteleros y funcionan al menos 58 spas, 30 de ellos en hoteles u hosterías.



- De los **hoteles 5***, la mayor proporción se encuentra en Capital Federal y luego en Río Negro, Bs. As., Misiones y Córdoba. En cuanto a **hoteles 4***, se ubican primeramente en Capital Federal, Bs. As., Córdoba, Santa Fe y Salta. Estas distribuciones *coinciden con los destinos turísticos* más atractivos del país.



- De 2001/02 a 2000, la cantidad de establecimientos hoteleros aumentó de 3155 a 3272 (3,7%), a pesar de la recesión que afectó la economía del país.
- El subgrupo de los hoteles categorizados como 3*, 4* y 5*, más los apart hoteles, concentran la demanda turística nacional e internacional. Los hoteles de 1* y 2* ofrecen mayoritariamente servicios a viajeros residentes en el país, salvo casos marginales de demanda de turistas extranjeros hacia establecimientos de 2*.

- En cuanto a entidades empresarias, funcionan dos en el país: la Asociación de Hoteles de Turismo de la Rep. Argentina (AHT) y la Federación Empresaria Hotelero Gastronómica de la Rep. Arg. (FEHGRA). AHT agrupa a 31 de los 39 hoteles 5* del país (incluyendo 22 cadenas, entre ellas todas las internacionales); 70 de los 191 hoteles 4* y 20 hoteles 3*, además de 10 apart hoteles. Su peso y representatividad devienen de nuclear a los principales establecimientos del país.

2. EVOLUCION Y PERSPECTIVAS

- Hasta 1989, existía un retraso en la oferta hotelera nacional. En Capital Federal funcionaba sólo un hotel 5* (Sheraton Buenos Aires) y pocos en el interior, concentrados en la zona de Bariloche. Igual situación se evidenciaba en hoteles 4*.
- De 1991 a 2000, se invirtieron en el sector más de US\$ 1000 millones. En Capital Federal, las proyecciones de inicios de los '90 estimaban que había demanda suficiente para cinco hoteles 5* de "Lujo Internacional", lo que se cumplió con la posterior llegada de Intercontinental, Hyatt (hoy Four Seasons), Caesar's Park, la ampliación del Sheraton para albergar a Park Towers, y Hilton. Se inauguraron otros hoteles 5* (durante ese período abrieron un total de 14 en Capital, 7 en la Patagonia, los 4 que actualmente existen en Misiones y los 3 de Córdoba). Simultáneamente se instalaron, en esa y otras categorías, las cadenas Marriott, Howard Johnson, Holiday Inn, Meliá, Sofitel-Ibis Accor y NH-Novotel.
- En la categoría 4*, el arribo de cadenas internacionales cambió además la modalidad del negocio, ya que hasta entonces la mayoría de los establecimientos eran empresas familiares.
- La inversión para una hotel de 5* se calculaba entre 80.000 y 100.000 dólares (equivalentes entonces a pesos) por habitación, con un retorno del capital estimado en 7 años y un total de vida útil de 20 años. La inversión se veía favorecida por la abundancia de crédito externo e interno durante la vigencia de la Convertibilidad, aunque este último a altas tasas.
- 1996, 1997 e inicios de 1998 se consideraron los años de más movimiento para el sector, en cuanto a sus dos tipos de clientes: principalmente, huéspedes del sector corporativo-empresario, y luego turistas.
- A fines de 1998, la ocupación hotelera comenzó a disminuir, alcanzando su piso en enero y febrero de 2002. En marzo comenzó a recomponerse, llegando a lo que hoy fue señalado por uno de los entrevistados como "plena recuperación". En el primer semestre de 2003, la ocupación promedio en Capital Federal se estimó en 62% y en todo el país en 62.5% (el punto de equilibrio se estima en 45%).
- El costo de la construcción del m² bajó hoy a \$600. Pero si bien aumentó la actividad a nivel operativo, el retorno de la inversión se dificultó por la baja de las tarifas. Durante la década pasada, según los entrevistados, el precio promedio de la habitación era US\$ 110, mientras que en el presente es de US\$ 30. Los hoteleros recalcan también el aumento en pesos de costos salariales y de algunos insumos.
- Actualmente, si bien se vive una fuerte restricción del crédito, algunos de los entrevistados señalaron que la construcción y **especialmente el sector hotelero vuelven a ser una oportunidad para los capitales nacionales**, por la falta de alternativas de inversión ante un dólar que se percibe estabilizado con tendencia bajista a largo plazo, y tasas de interés poco atractivas.

- A esto se suma que el turismo es uno de los sectores que se vieron más favorecidos con el cambio de las condiciones macroeconómicas. Se destaca la llegada de turistas del exterior, principalmente países limítrofes y también del resto de Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Las encuestas dan cuenta que la mayor parte de ellos recalca en Capital Federal y luego se dirige hacia uno ó dos puntos turísticos del interior (por ej., Cataratas o Patagonia).
- La demanda de origen corporativo ha perdido preponderancia frente al turismo, si bien va reactivándose en forma paulatina. Esto no entusiasma a los hoteleros, ya que el cliente "de contingente" o que llega a través de las agencias paga menores tarifas y no suele consumir otros servicios del hotel. Aparecen estrategias orientadas a captar segmentos de más poder adquisitivo.
- La nueva paridad cambiaria llevó a un marcado aumento del turismo interno en detrimento de los viajes de argentinos al exterior. Particularmente, para la inminente temporada estival y los próximos años, se prevé una excepcional afluencia turística hacia la costa atlántica y otros destinos tradicionales, como Córdoba, Patagonia o Salta.
- Consecuentemente, la construcción y remodelación de hoteles evidencia actividad. La AHT acaba de anunciar que la mayoría de sus 150 miembros planea o está realizando obras de renovación de infraestructura (la mayor parte) o la apertura de nuevos establecimientos (concentrada en Salta, Ushuaia o Santa Cruz, Bariloche y la costa atlántica), con una inversión total cercana a los 100 millones de dólares.
- Howard Johnson, por ej., planea ampliar sus franquicias de las actuales 11 a 44, con una inversión de 1 a 2 millones de dólares por hotel. Otros (los menos, no hoteleros) expresaron reticencias por la seguridad jurídica y el riesgo país.
- Se señalan oportunidades en las capitales de provincias que muestran crecimiento de la actividad comercial y corporativa, donde se reconoce un retraso de la infraestructura y en las categorías de 3* y 4*. Habría también espacio para el desarrollo de hosterías de lujo y apart-hoteles de 5* diferenciados por calidad y diseño.

3. CONSECUENCIAS EN CUANTO A NECESIDADES DE EQUIPAMIENTO E INSUMOS

- Más que construcción de nuevos hoteles, se prevén procesos de remodelación de los que ya están en funcionamiento. La tendencia va hacia unidades menores, de 100 ó 150 habitaciones.
- Los usos tradicionales del medio marcan que cada 5 años debe realizarse una reforma de planta y cada 10 una de mobiliario e instalaciones (algunos lo miden en 7 años). No obstante existe coincidencia entre los hoteleros de que el mercado exige un permanente reacondicionamiento, como efecto de la globalización y la exigencia creciente de sofisticación y calidad.
- Durante los '90, mejoró la capacidad de los estudios de arquitectura y de los proveedores para responder a los requerimientos de los establecimientos de categoría del sector, por la mayor demanda y dado que la Convertibilidad le permitió a algunos fabricantes adquirir tecnología del exterior. Los hoteleros entrevistados en general se mostraron satisfechos con la oferta de muebles, textiles, iluminación y accesorios disponible en el mercado local. No así los arquitectos ni los hoteles de lujo 5*, que remarcaron la falta de una masa crítica que permita la especialización de los proveedores, y la brecha de calidad con respecto a los productos extranjeros.

- Entre 1999 y 2002 se modificó la composición de la oferta de proveedores, algunos de los cuales salieron del mercado o fueron absorbido independientemente de su tamaño o la calidad ofrecida. Junto a la sustitución de importaciones generada por el tipo de cambio, esto llevó a un replanteo del esquema de compras, precios y proveedores.
- La percepción de los hoteleros es que hoy la industria local ofrece una relación precio-calidad conveniente, particularmente por la baja de los costos nacionales. La competencia con productos de otros orígenes es en general vista como difícil a causa de la diferencia de precios¹.
- Sin embargo, las importaciones no se han detenido del todo. Los 5* internacionales continuaron abasteciéndose en el exterior ante conveniencia de calidad y precio; pesan también las relaciones ya establecidas por las casas matrices o regionales con proveedores foráneos, así como su origen geográfico. En textiles, se realizan compras a Brasil y se mencionaron casos de importación directa de productos europeos "más sofisticados" en un hotel independiente, que indicó que en ocasiones los hoteles han conformado *pools* de compra para estas adquisiciones. Recientemente, se trabajó también con algunos remanentes de importados que quedaban en stock desde 2001.
- En muebles, hay fabricantes con una división "Contract" o con experiencia en ellos: Fontenla, Santorini, Sofa-Arte y otros. Sus productos son considerados satisfactorios, y se reconoce calidad en empresas pequeños -algunas del interior del país- aunque indican que no poseen escala para demandas grandes. Un hotel 5* reemplazó muebles españoles para nuevos pisos inaugurados luego del 2001, solicitando su copia a un fabricante nacional con aparentemente buenos resultados. Para stocks muy grandes se puede evaluar la compra directa a países del Sudeste Asiático (por ej., Tailandia).
- Se ofrecen telas para decoración nacionales e importadas, estas últimas de variado origen (hindúes, belgas, algunas italianas). En cuanto a blanco, se informaron compras a Estados Unidos, Brasil, España y en menor medida otros países europeos.
- No se calificó como satisfactorio al equipamiento gastronómico nacional adquirido, si bien este tipo de compra es mucho menos frecuente.
- Las cadenas internacionales reciben especificaciones de sus matrices, pero luego las gerencias de compras, de mantenimiento o de ingeniería deciden cotizando con todos los grandes proveedores, aquí y afuera. Las franquicias indican las características que deben contener los productos y entregan listas de "Proveedores preferidos" pero son los franquiciados quienes deciden la contratación final. Los arquitectos juegan un papel clave en la búsqueda y comparación de proveedores para nuevas instalaciones, en mutua consulta con los responsables del hotel.
- En hoteles de capital nacional y los de menor tamaño, repetidamente se afirmó que las decisiones de cambio y de compras permanecen reservadas a los dueños de los hoteles o a sus gerentes generales, según la estructura, aunque las sugerencias de los niveles técnicos son muy tomadas en cuenta. Más que procedimientos estandarizados de compra, se hace referencia a un estudio puntual de cada caso y de las alternativas ofrecidas por cada proveedor, para detectar la más conveniente.
- Pesa la confianza adquirida entre las partes en anteriores operaciones, ya que parecen ser muy habituales los incumplimientos, lo que restringe las opciones a los proveedores que han sabido lograr un historial favorable (opinión que prevalece incluso si tuvieron una falla en cumplir una gran demanda puntual). En este sentido, específicamente fueron mencionados como "confiables" Santorini (muebles) y De Levie (textiles).

¹ Como referencia, en muebles de estilo, el precio al público de una mesa grande ronda los 3800 pesos, el promedio de una silla es de \$ 500 (sin tela) y un juego de respaldo de cama y dos mesas de luz puede estar en \$4500. En telas, el metro de jacquard arranca desde los \$50 para telas de fabricación nacional y llega hasta \$170 ó \$200 en telas importadas.

- Un modo de cubrirse de los incumplimientos es dividir una compra en dos o más, adquiriendo cada parte a un proveedor diferente.
- Son valorados otros aspectos visibles de las empresas no comunes a la media, como el packaging que hace a la seguridad en las entregas, o la puntualidad de las mismas.
- Se conformaron dos agrupamientos empresarios con fabricantes de distintos rubros: E&D (Equipment & Decoration Group) y GainPro (Grupo Argentino Independiente de Proveedores del Sector Hotelero y Gastronómico). Asimismo, surgieron campañas de marketing dirigidas específicamente a hoteles.

4. OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTOS ITALIANOS

- Se percibirá como avance toda característica de los productos que demuestre mayor rendimiento, funcionalidad o ayude a reducir los costos operativos, los cuales serían entonces vistos como inversión y no como gasto.
- **Los hoteles 5* más grandes creen que, al tipo de cambio actual, sigue valiendo la pena pagar la diferencia de precio de los productos importados, por la calidad obtenida. Para los 5* de menor tamaño, los 4* y en menor medida los 3*, puede seguir siendo de interés la comparación de los productos nacionales con los italianos de costos más accesibles, ya que si ese piso no se aleja demasiado y se percibe mejor calidad o características, la elección probablemente caerá sobre los importados.**
- En esta última franja quizá sea conveniente enfatizar mediante adecuada **comunicación** las virtudes de los productos italianos ofrecidos y por qué resultaría conveniente sustituir por ellos otros tradicionalmente utilizados (por ej., telas panamá para decoración usadas por la amplia oferta nacional y su más fácil reposición) .
- Es una ventaja contar con economías de escala que permitan responder a grandes demandas.
- Valores intangibles como el cumplimiento o la puntualidad de entregas serán positivamente valorados.
- **Se reconoce la calidad y el diseño que pueden tener los productos italianos, los que despiertan expectativa. Se esperan asimismo las novedades que puedan traer, pero existe precaución ante los precios.**
- En este sentido, puede tener importancia que las empresas italianas ofrezcan sus productos **conjuntamente con líneas o posibilidades de financiamiento**, quizás explotando aquellas facilitadas por el Gobierno de Italia o por la Unión Europea.
- El reciente replanteo de la estructura de oferta y proveedores disponibles, más la conciencia de una necesidad de mejora y actualización, hace que los hoteles están más abiertos que en épocas pasadas a la búsqueda y al análisis de nuevas opciones.
- Para los hoteles inaugurados en los '90 que no practican la renovación constante, esta época coincide con los plazos para renovación integral que marcan los usos del sector.
- Otras necesidades mencionadas fueron frigobares; sistemas de aire acondicionado; electricidad y seguridad; robotización y sistemas de seguridad computarizada; ascensores; computación; telefonía; cerraduras; cofres de seguridad; capacitación sobre aspectos vinculados a la calidad (ISO 9000).