

Ayuí Hotel & Spa

OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN



AGENDA

1. Snapshot de la Inversión
2. Características principales de la propiedad
3. Ubicación
4. Análisis del mercado
5. Público Objetivo
6. Estacionalidad del mercado
7. Mercados compradores
8. Detalles del Hotel
9. FODA
10. Set Competitivo
11. Inversión Estimada
12. Presupuesto
13. Mix de Negocio
14. Estrategias por segmentos de mercado
15. Factibilidad
16. Régimen de Incentivo a las Nuevas Inversiones









Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas

*La presente presentación ha sido elaborada por Skala en el marco de servicios de apoyo técnico y comunicación. Los contenidos, expuestos son de exclusiva responsabilidad de la firma Skala.

SNAPSHOT DE LA INVERSIÓN

Ayui Hotel & Spa

OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN HOTELERA

-  Concordia, Entre Ríos
-  Concesión a 20 años + 10 años de prórroga
-  Mercado: +50% OCC histórica
-  Producto: 40 habitaciones + 3 piscinas + spa + eventos
-  Potencial: Reposicionamiento + expansión
-  Demanda: Turismo + Corporativo + MICE

USD 1.3M
Inversión Estimada

14%-16%
TIR Objetivo

6-9 años
Payback Estimado

✓ Activo existente ✓ Demanda consolidada ✓ Flujo ✓ Potencial de expansión

CARACTERÍSTICAS DESTACADAS DE LA PROPIEDAD

1. Ubicación cercana al Lago Salto Grande
2. Playa privada sobre el Lago Salto Grande
3. Salón con capacidad para 200 personas
4. 3 piscinas



Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas

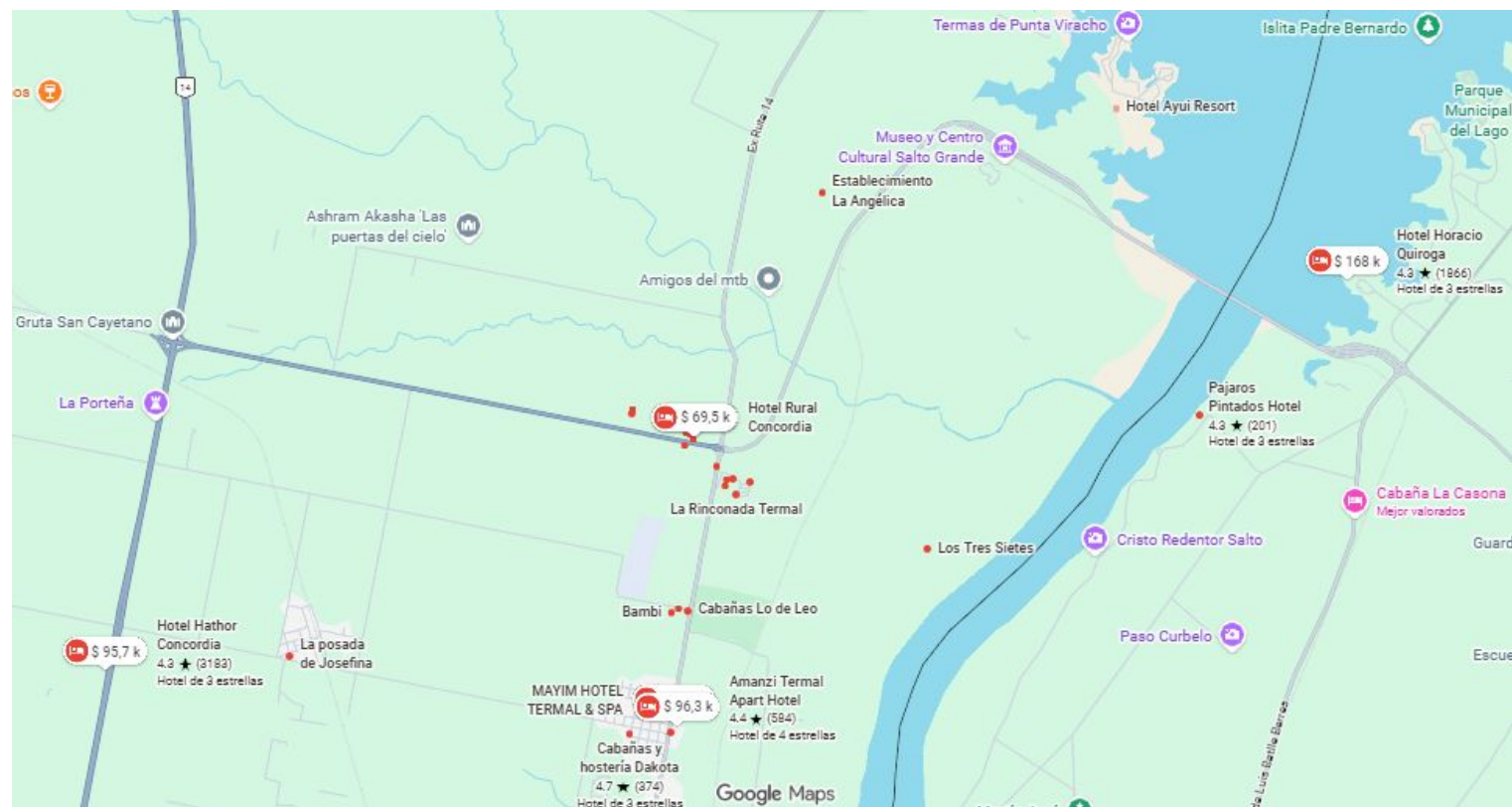
UBICACIÓN

1. Perilago de Salto Grande - Área Norte, Península Este, Concordia, Entre Ríos, Argentina.
2. Distancia a Buenos Aires. 446 Km.
3. Distancia a Paraná. 285 Km.
4. Distancia a Santa Fe. 310 Km.
5. Acceso directo desde RN14, sin tránsito urbano.
6. Distancia a la frontera con Uruguay. 3 Km.
7. Corredor Mercosur.



UBICACIÓN

1. Distancia al centro de Concordia: 10 minutos.
2. Cercanía al centro de convenciones de la ciudad de Concordia. 10 minutos.
3. Acceso directo desde RN14, sin tránsito urbano.
4. Cercanía a la ciudad de Salto, Uruguay (potencial turismo binacional)
5. Distancia al Aeropuerto de Concordia. 12 minutos
6. Adyacencia directa a las Termas de Ayuí y al Parque Acuático (más de 60.000 visitantes/año)



COSAS QUE HACER

LAGO SALTO GRANDE:

- Pesca deportiva
- kayak
- Navegación
- Playas y Balnearios

TERMAS:

- Termas y Parque Acuático Ayui: 300 mts.
- Termas de Punta Viracho: 900 mts.

LAGO ECOPARQUE Y NATURALEZA:

- Ecoparque Salto Grande

COSTANERA Y PLAYAS:

- Nebel
- Los Sauces
- Salto Chico
- La Tortuga Alegre

EXCURSIONES CERCANAS:

- Parque Nacional El Palmar



ANÁLISIS DE MERCADO

La ciudad de Concordia cuenta con una población estimada de 199.927 habitantes al año 2025, siendo el centro urbano de mayor importancia de la cuenca del río Uruguay. Buenos Aires se encuentra a 446 km y Paraná a 285 km.

Concordia es la principal ciudad de la costa del Río Uruguay en la provincia. Concordia es además puerta de entrada al MERCOSUR. Se trata de la segunda ciudad más poblada de Entre Ríos, después de Paraná.

Entre Ríos como destino turístico en crecimiento

Entre Ríos se consolidó en los últimos años como uno de los principales destinos de escapadas y turismo de cercanía de Argentina, impulsado por:

- **turismo termal,**
- **naturaleza,**
- **wellness,**
- **turismo de fines de semana largos,**
- **y escapadas desde Buenos Aires y el Litoral.**

La provincia mantiene niveles sólidos de ocupación hotelera durante feriados y temporadas altas, especialmente en destinos vinculados al corredor del río Uruguay y el circuito termal.

SITUACIÓN DE LA ECONOMÍA LOCAL

La economía es diversificada, destacándose la citricultura, el sector forestal y los servicios, mientras que el turismo ha ganado relevancia en las últimas décadas, especialmente a partir del desarrollo del producto termal. Los sectores clave incluyen:

- **Agricultura y Ganadería:** Principal polo citrícola de Argentina, con fuerte actividad exportadora y procesamiento agroindustrial.
- **Turismo:** Termas, lago Salto Grande, naturaleza y turismo regional impulsan el crecimiento sostenido del sector.
- **Energía e Infraestructura:** La represa hidroeléctrica de Salto Grande constituye uno de los principales activos energéticos y estratégicos del litoral argentino.
- **Logística y Comercio Regional:** Ubicación estratégica sobre el corredor Mercosur y conexión binacional con Uruguay.
- **Forestal y Manufactura:** Actividad vinculada a plantaciones forestales, procesamiento de madera e industrias asociadas al agro.

PÚBLICO OBJETIVO



Hotel Ayuú propone una experiencia de relax, naturaleza y bienestar en el entorno privilegiado del Lago Salto Grande. Rodeado de amplios espacios verdes y vistas abiertas al perilago, el hotel combina el potencial de un resort de escapadas con actividades recreativas, turismo wellness y experiencias vinculadas a la naturaleza del litoral argentino.

Clientes Objetivo:

1. **Wellness y escapadas de relax:** Viajeros que buscan desconexión, bienestar y contacto con la naturaleza, atraídos por el entorno del Lago Salto Grande, las termas y experiencias orientadas al descanso y la relajación.
2. **Familias y turismo recreativo:** Familias que priorizan espacios amplios, actividades al aire libre, piscinas y propuestas recreativas en un entorno natural, seguro y tranquilo para todas las edades.
3. **Parejas y escapadas románticas:** Parejas interesadas en escapadas de corta estadía, experiencias gastronómicas, atardeceres frente al lago y momentos de relax en un ambiente íntimo y natural.
4. **Turismo regional y de cercanía:** Visitantes provenientes de Buenos Aires, Rosario, Santa Fe, Córdoba, Uruguay, Paraguay y sur de Brasil que buscan destinos accesibles para escapadas de fin de semana o vacaciones cortas.
5. **Reuniones empresariales, incentivos, eventos corporativos y sociales:** Empresas y particulares que requieren espacios versátiles para congresos, reuniones, bodas, celebraciones y eventos sociales en un entorno diferencial rodeado de naturaleza.
6. **Turismo deportivo y outdoor:** Viajeros vinculados a actividades recreativas y deportivas como pesca, running, ciclismo, deportes náuticos y experiencias de turismo activo en contacto con el entorno natural.

ESTACIONALIDAD DEL MERCADO



La demanda del destino nos refleja un promedio anual histórico del 52,5 %, una estadía promedio de 3 noches y con una doble ocupación de 1.7.

Temporada Alta: Ene • Feb • Mar • Abr • Oct • Nov

Representan los meses de mayor demanda turística en Concordia, impulsados tanto por el turismo leisure como por el crecimiento del turismo de reuniones y eventos. Durante el verano, el destino registra un fuerte movimiento asociado a vacaciones, termas, actividades náuticas, pesca y escapadas regionales vinculadas al Lago Salto Grande. Por su parte, octubre y noviembre se consolidaron como meses de alta actividad corporativa y de eventos, con congresos, ferias, exposiciones y encuentros institucionales que posicionaron a Concordia entre las principales ciudades argentinas en turismo de reuniones según AOCA. La ciudad volvió a ubicarse dentro del Top 10 nacional de destinos sede de ferias y exposiciones, impulsada por el crecimiento del Centro de Convenciones y una agenda cada vez más diversificada de eventos corporativos, académicos, deportivos y sociales.

Temporada Media: Jul • Ago • Sep • Dic.

Representan una demanda sostenida y equilibrada, combinando escapadas regionales, turismo termal, reuniones corporativas y eventos sociales. Julio se fortalece por las vacaciones de invierno, mientras que septiembre y diciembre muestran un incremento asociado a encuentros institucionales, actividades académicas, celebraciones y viajes de fin de año. En estos períodos, Concordia mantiene movimiento turístico gracias a la complementariedad entre su oferta leisure, wellness y corporativa, aunque con menor intensidad respecto de los meses pico.

Temporada Baja: May • Jun.

Corresponden históricamente al período de menor actividad turística en Concordia, principalmente por la ausencia de vacaciones, menor programación de eventos y condiciones climáticas menos favorables para actividades outdoor vinculadas al lago y al turismo recreativo. Durante estos meses, la demanda se sostiene principalmente a través de viajes corporativos puntuales, turismo regional de cercanía y actividades vinculadas al segmento termal, registrándose niveles de ocupación inferiores al promedio anual.

ESTACIONALIDAD DEL MERCADO

OCUPACIÓN HOTELERA CONCORDIA 2018 - 2025 - Promedio Histórico Anual 52%

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
2018	56%	61%	47%	50%	35%	26%	54%	38%	35%	59%	40%	45%
2019	50%	54%	54%	50%	45%	30%	55%	43%	57%	62%	87%	54%
2020	45%	36%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2021	45%	30%	—	50%	25%	40%	—	—	—	—	—	—
2022	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
2023	79%	75%	—	76%	30%	—	58%	56%	—	85%	53%	59%
2024	61%	70%	45%	39%	23%	41%	46%	41%	47%	56%	82%	62%
2025	63%	56%	65%	74%	29%	45%	53%	47%	48%	52%	62%	52%

- Los años 2020 y 2021 presentan meses sin datos producto de la pandemia del COVID-19. En el caso del año 2022, no se tienen datos registrados.
- Los años más representativos son 2018, 2019, 2024 y 2025, por presentar datos mensuales completos.

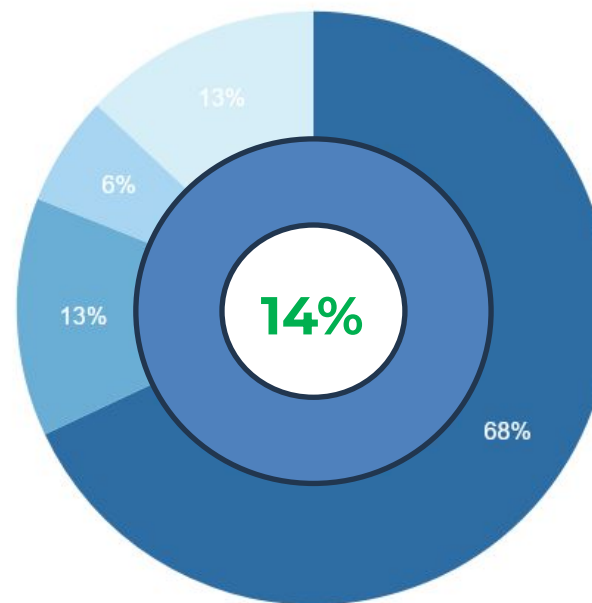
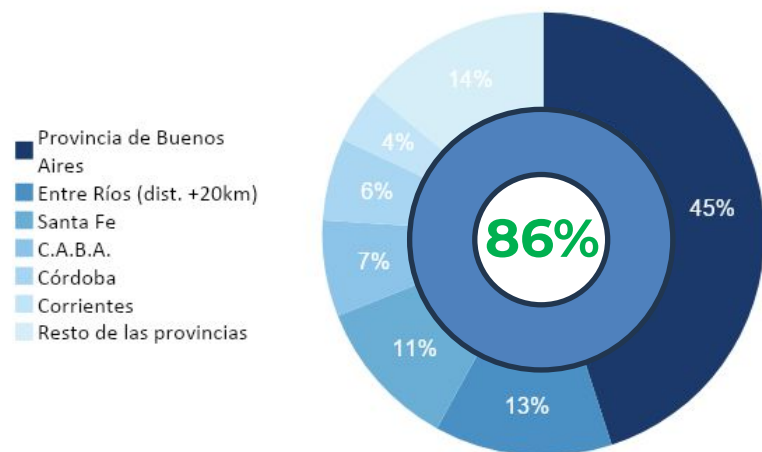
Fuente: EMCONTUR Abril 2026



MERCADOS COMPRADORES

El apartado del Perfil Turístico de la ciudad de Concordia, fue desarrollado sobre las encuestas implementadas en diversos atractivos turísticos durante los años 2024 y 2025. A continuación, se presentan los promedios de estos períodos.

PROCEDENCIA DE VISITANTES



■ Uruguay ■ Brasil ■ Paraguay ■ Otros Países

Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Concordia 2026



MERCADOS COMPRADORES

El apartado del Perfil Turístico de la ciudad de Concordia, fue desarrollado gracias a las encuestas implementadas en diversos atractivos turísticos durante los años 2024 y 2025.

Por ello, aquí se presentarán los promedios entre los periodos mencionados anteriormente.

CONFORMACIÓN DEL GRUPO



Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Concordia 2026

MERCADOS COMPRADORES

El apartado del Perfil Turístico de la ciudad de Concordia, fue desarrollado gracias a las encuestas implementadas en diversos atractivos turísticos durante los años 2024 y 2025.

Por ello, aquí se presentarán los promedios entre los periodos mencionados anteriormente.

MOTIVO DEL VIAJE	
Motivo	Promedio
Propuesta Termal	27%
Visita a familiares/amigos	20%
Historia y Cultura Regional	14%
De Paso por la ciudad	13%
Trabajo/Negocios	11%
Cercanía	5%
Actividades en la Naturaleza	3%
Otros*	7%

Fuente: Observatorio Turístico de la ciudad de Concordia 2026

DETALLES DEL HOTEL

1. Amplia dársena de acceso.
2. Cantidad de habitaciones: 40
3. Lobby de 180 m²
4. Cantidad de salones de eventos: 1 ballroom de 190 m² + foyer de 32 m²
5. Espacios de Gastronomía (1 Restaurant de 185 m² y 1 Bar de 45 m²)

Amenities adicionales:

- Fitness Center
- Spa
- 3 Piscinas
- Estacionamiento

Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas



HABITACIONES



Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas

HOTEL OUTLETS



Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas



HOTEL OUTLETS

PROCEDENCIA DE VISITANTES



Observación: Las imágenes son ilustraciones orientativas



ANÁLISIS FODA



FORTALEZAS

- Provisión de agua y luz eléctrica a cargo de la DA-CTM SG
- Accesibilidad regional y nacional
- Ubicación cercana al Lago Salto Grande
- Playa privada sobre el Lago Salto Grande
- Tamaño de las habitaciones
- Posible acuerdo con parque acuático para el ingreso al predio y termas
- Actividades recreativas (tenis, paddle, basquet)
- Kidsclub
- Actividades acuáticas
- 3 piscinas
- Spa
- Sauna
- Gimnasio
- Salón con capacidad para 200 personas
- Cercanía a la represa Salto Grande
- Oferta gastronómica (pool bar, restaurant, lake bar)

OPORTUNIDADES

- Demanda del segmento MICE
- Potencial demanda del corporativo
- Captación de eventos corporativos y sociales
- Captación de turismo de bienestar y colaciones escolares
- Demanda local de actividades frente al lago
- Precio/producto vs. competencia (por estabilidad cambiaria)
- Sinergia con la entidad local del Turismo

ANÁLISIS FODA

DEBILIDADES

- Cantidad de habitaciones para grupos medianos a grandes
- Costo de mantenimiento del predio
- Costo de RRHH en relación al inventario disponible
- Falta de piscina termal

AMENAZAS

- Estacionalidad de la demanda
- Precio de los vuelos y frecuencias
- Mano de obra calificada
- Ubicación para empleados del hotel

SET COMPETITIVO, INVERSIÓN, PRESUPUESTO Y BUSINESS MIX

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL COMP-SET

FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA

- Piscinas techadas, climatizadas y descubiertas
- Spa termal, sauna y circuito hídrico
- Duchas y hidromasajes de agua termal al aire libre
- Habitaciones con hidromasaje
- Gimnasio en todos los establecimientos
- Actividades acuáticas y recreativas varias
- Múltiples outlets gastronómicos (restaurante, bares, espacios junto a piscinas)
- Salón de conferencias con capacidad para hasta 150 covers
- Buenas puntuaciones en OTAs (Booking y Despegar, entre 8.3 y 9.5)
- Certificación de Hoteles más Verdes
- Entornos naturales atractivos ligados al agua
- Ubicación frente al lago con playa privada en algunos casos
- Categorías desde estándar hasta suites y Jr. Suites, Habitaciones con balcón

DEBILIDADES DE LA COMPETENCIA

- Variedad limitada de actividades acuáticas y recreativas para la familia
- Algunos establecimientos sin acceso o playa privada al lago
- Baja cantidad de outlets AA&BB
- Costos elevados de mantenimiento del predio
- Costos de RRHH significativos
- Costo de enfriamiento del agua termal
- Capacidad habitacional limitada en algunos casos
- Estadías promedio más cortas por ubicación geográfica (hoteles de paso)

FAIR-SHARE (HOTELES 3* Y 4*)

3 y 4 estrellas		January 31	February 28	March 31	April 30	May 31	June 30	July 31	August 31	September 30	October 31	November 30	December 31	Total 365
Market Supply		8,618	7,784	8,618	8,340	8,618	8,340	8,618	8,618	8,340	8,618	8,340	8,618	
Market Rooms occupied (Avg 2024-2025)		5,343	4,904	4,740	4,712	2,241	3,586	4,266	3,792	3,962	4,654	6,005	4,912	
Market Occupancy (Avg 2024-2025)		62.0%	63.0%	55.0%	56.5%	26.0%	43.0%	49.5%	44.0%	47.5%	54.0%	72.0%	57.0%	52.5%
Ayui Hotel & Spa Supply	40	1,240	1,120	1,240	1,200	1,240	1,200	1,240	1,240	1,200	1,240	1,200	1,240	
New Market Supply		9,858	9,738	9,858	9,818	9,858	9,818	9,858	9,858	9,818	9,858	9,818	9,858	
New Market Occupancy		54%	50%	48%	48%	23%	37%	43%	38%	40%	47%	61%	50%	45.0%
Hotel Ayui Fair Share		12.6%	11.5%	12.6%	12.2%	12.6%	12.2%	12.6%	12.6%	12.2%	12.6%	12.2%	12.6%	12.4%
Projected Occ Year 1		46.5%	47.1%	42.3%	42.0%	25.7%	29.9%	34.2%	28.5%	31.2%	37.8%	43.3%	33.6%	36.8%
Hotel Ayui Share Year 1		10.8%	10.7%	11.1%	10.7%	14.2%	10.0%	9.9%	9.3%	9.4%	10.1%	8.6%	8.5%	10.3%
Projected Occ Year 2		56.9%	55.4%	50.7%	50.4%	29.2%	34.1%	40.2%	32.5%	35.5%	44.1%	50.0%	39.7%	43.2%
Hotel Ayui Share Year 2		13.2%	12.7%	13.3%	12.8%	16.1%	11.4%	11.7%	10.6%	10.8%	11.8%	10.0%	10.0%	12.0%
Projected Occ Year 3		65.5%	66.1%	58.6%	58.1%	31.6%	37.6%	45.6%	36.0%	39.2%	50.8%	57.8%	43.9%	49.2%
Hotel Ayui Share Year 3		15.2%	15.1%	15.3%	14.8%	17.5%	12.6%	13.3%	11.8%	11.9%	13.5%	11.5%	11.1%	13.6%
Projected Occ Year 4		72.9%	73.5%	64.9%	64.3%	35.2%	42.5%	51.5%	40.6%	44.4%	57.9%	66.2%	50.3%	55.4%
Hotel Ayui Share Year 4		16.9%	16.8%	17.0%	16.4%	19.5%	14.2%	15.0%	13.3%	13.5%	15.4%	13.2%	12.7%	15.3%
Projected Occ Year 5		81.5%	82.1%	73.0%	71.0%	38.9%	47.5%	56.4%	45.8%	50.1%	65.5%	75.2%	57.8%	62.1%
Hotel Ayui Share Year 5		18.9%	18.8%	19.1%	18.1%	21.6%	15.9%	16.4%	15.0%	15.2%	17.4%	15.0%	14.6%	17.2%

En el tercer año se comenzaría a ganar share +1.6pp

SUPUESTOS PRESUPUESTARIOS



- IPC **
- Devaluación **
- Bonificación del 100% de electricidad y agua
- Fee mensual estimado (5% del Gross Room Revenue)
- CAPEX de Mantenimiento 3% sobre Ventas Totales
- Crecimiento EBITDA +2% anual, a partir del sexto año
- Contrato por 20 años
- Tasa de corte 12%/15%/18%
- Inversión inicial acorde al estudio realizado en Junio 2025 (USD 1.3M actualizado 2026)
- Tracción del corporativo por la modernización de la represa (12 habitaciones por 3 noches durante las 4 semanas del mes)
- Las exenciones impositivas por la Ley de Promoción Turística – Régimen de Incentivos a las Nuevas Inversiones (Ley Provincial 11.162) no están incluidas en el escenario. (exención del 100% sobre Ingresos Brutos para establecimientos nuevos o reactivados por MiPyMEs, sobre toda la base imponible)

**

Año	Inflación Anual Acumulada (IPC)	Tipo de Cambio Promedio Anual (AR\$/USD)	Devaluación YoY
2027	15,7%	\$1,850.00	
2028	9,5%	\$2,080.00	12.4%
2029	6,2%	\$2,250.00	8.2%
2030	4,8%	\$2,420.00	7.6%
2031	4,0%	\$2,600.00	7.4%
2032-2047	4,0%	\$2,750.00	5.8%

"Los supuestos macroeconómicos fueron construidos utilizando REM BCRA, consenso privado y escenarios técnicos de convergencia macroeconómica de largo plazo"

INVERSION ESTIMADA

Categoría de Inversión	Detalle (Ejemplo)	Monto Inversión estimada 2025 (ARS)	Actualización por IPC 2026 (ARS)	Monto Inversión (USD)
Inmuebles / Mejoras	Reformas edilicias, pintura estructural	\$ 788,592,841.29	\$1,045,674,107.55	\$ 640,339
Instalaciones	Aire acondicionado central, calderas, ascensores	\$ 116,135,319	\$ 153,995,432.99	\$ 94,302
Mobiliario y Equipo (FF&E)	Camas, muebles de habitación, cortinas	\$ 73,234,200	\$ 97,108,549.73	\$ 59,466
Maquinaria de Cocina	Hornos industriales, cámaras frigoríficas	\$ 27,303,267	\$ 36,204,132.04	\$ 22,170
Tecnología y Software	Sistema de gestión (PMS), redes Wi-Fi	\$ 21,436,597	\$ 28,424,927.62	\$ 17,407
Activos intangibles pre-operativos	Sellos, trámites, marketing inicial	\$ 430,105,141	\$ 570,319,417.38	\$ 349,246
Costo hundido	Salario pre y post opening	\$ 100,264,822	\$ 132,951,153.71	\$ 81,415
TOTAL CAPEX	TOTAL	\$ 1,557,072,188	\$ 2,064,677,721	\$ 1,264,346

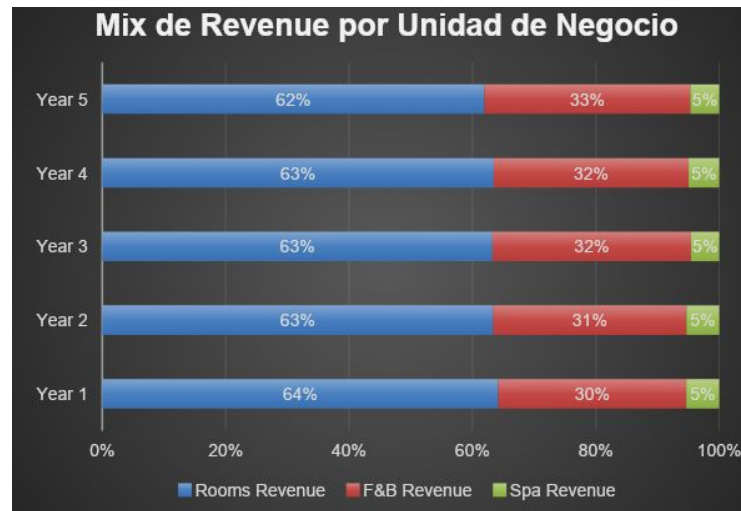
- Informe de estimación de obra realizado en Junio 2025
- Monto de inversión estimada ajustada por IPC +32.6% interanual **
- Tipo de cambio promedio anual \$1633 **

** (REM BCRA – marzo 2026)

PRESUPUESTO DE INGRESOS A 5 AÑOS

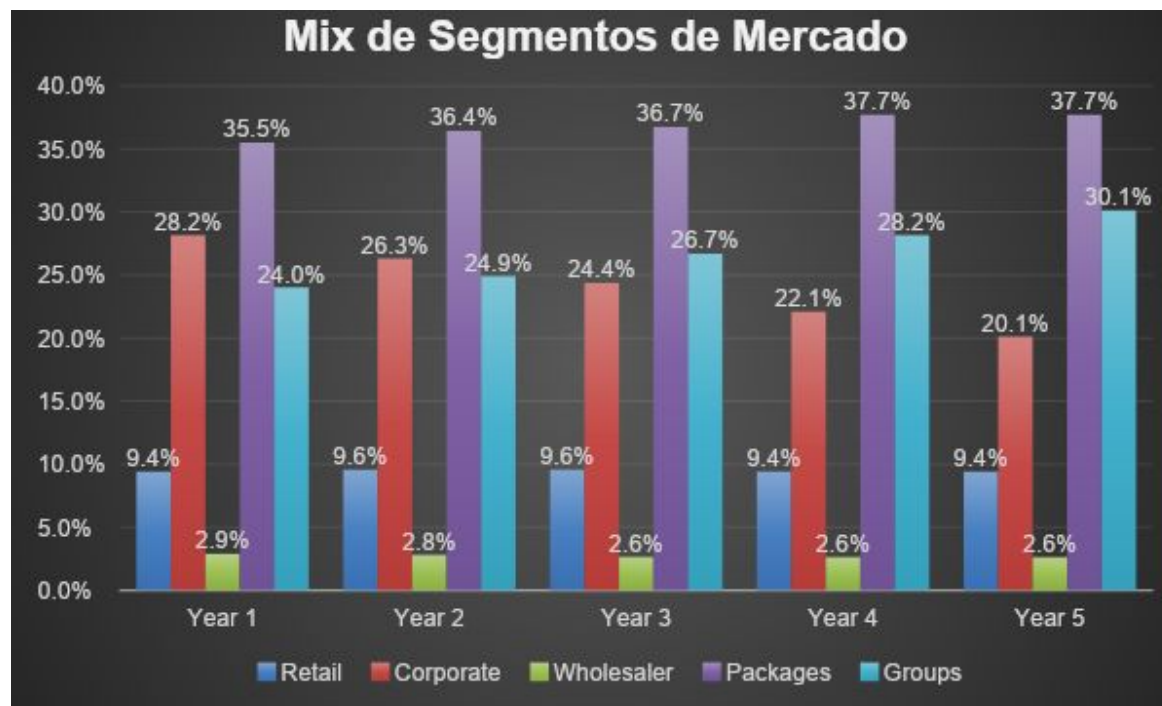
	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Occupancy %	36.8%	43.2%	49.1%	55.2%	61.9%
Average Rate	\$ 90.2	\$ 93.8	\$ 97.3	\$ 101.0	\$ 104.2
Rooms REVPAR	\$ 33.2	\$ 40.5	\$ 47.8	\$ 55.8	\$ 64.5
Total Rooms Revenue	\$ 484,099	\$ 592,846	\$ 697,607	\$ 814,271	\$ 941,979
Total F&B Revenue	\$ 229,759	\$ 293,207	\$ 354,879	\$ 405,492	\$ 507,632
Total Spa Revenue	\$ 40,307	\$ 49,792	\$ 50,640	\$ 63,630	\$ 71,351
Total Revenue	\$ 754,165	\$ 935,845	\$ 1,103,125	\$ 1,283,393	\$ 1,520,962
GOP	\$ 34,266	\$ 196,109	\$ 310,438	\$ 409,803	\$ 584,352
GOP %	4.5%	21.0%	28.1%	31.9%	38.4%

- Headcount: 22 colaboradores a 24 colaboradores
- Staff tercerizado: 3 colaboradores
- Foco en segment MICE a corto / mediano plazo
- OPEX + CAPEX



MIX DE NEGOCIO

	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Retail					
RNs	505	604	686	758	852
ADR	\$ 103.1	\$ 107.0	\$ 110.4	\$ 113.7	\$ 117.3
Rev	\$ 52,055	\$ 64,640	\$ 75,754	\$ 86,133	\$ 99,908
Corporate					
RNs	1,512	1,663	1,746	1,781	1,817
ADR	\$ 67.0	\$ 69.0	\$ 72.0	\$ 74.0	\$ 76.0
Rev	\$ 101,304	\$ 114,761	\$ 125,738	\$ 131,815	\$ 138,085
Wholesaler					
RNs	155	177	189	212	237
ADR	\$ 69.0	\$ 71.1	\$ 73.2	\$ 74.7	\$ 77.3
Rev	\$ 10,695	\$ 12,572	\$ 13,852	\$ 15,824	\$ 18,344
Packages					
RNs	1,905	2,301	2,635	3,041	3,408
ADR	\$ 111.0	\$ 115.0	\$ 118.3	\$ 122.1	\$ 125.6
Rev	\$ 211,435	\$ 264,720	\$ 311,755	\$ 371,298	\$ 427,981
Groups					
RNs	1,290	1,574	1,913	2,271	2,724
ADR	\$ 84.2	\$ 86.5	\$ 89.1	\$ 92.1	\$ 94.6
Rev	\$ 108,610	\$ 136,152	\$ 170,509	\$ 209,200	\$ 257,661
Total					
RNs	5,367	6,319	7,170	8,064	9,039
ADR	\$ 90.2	\$ 93.8	\$ 97.3	\$ 101.0	\$ 104.2
Rev	484,099	592,846	697,607	814,271	941,979



- Paquetes traccionado por canal directo y OTAs
- Corporativo estable por Modernización de la represa
- Crecimiento MICE por posicionamiento a nivel mercado
- Grupos apalancados por eventos locales + estudiantil + tercera edad + deportivo

RESÚMEN DE LA ESTRATEGIA POR SEGMENTOS

ESTRATEGIA DE SEGMENTACIÓN

Objetivo general: Posicionar al hotel como la puerta de entrada experiencial a Concordia, articulando sus activos diferenciales — termas, salón de eventos, pileta y ubicación privilegiada — con los cuatro perfiles de visitante que el destino ya atrae naturalmente, para maximizar la ocupación en períodos bajos y consolidar el liderazgo en temporada alta.

<h2>01</h2> <h3>FAMILIAS CON HIJOS</h3>	<h2>02</h2> <h3>PAREJAS</h3>	<h2>03</h2> <h3>MICE / EVENTOS / CORPORATIVO</h3>	<h2>04</h2> <h3>GRUPOS DE AMIGOS</h3>
<p>Segmento ancla</p>	<p>Alto ticket promedio</p>	<p>Motor anticíclico</p>	<p>Experiencia activa</p>
<p>Segmento dominante del destino. La combinación termas + pileta + salón lo convierte en una propuesta completa.</p> <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Paquetes 2–4 noches con acceso termal incluido, amenities para niños y checkout flexible.</p>	<p>Alta propensión al gasto en experiencias. Buscan descanso, romanticismo y diferenciación.</p> <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Escapadas de fin de semana largo: termal + upgrade de habitación + detalle de bienvenida.</p>	<p>El salón de 190 m² es el activo más subutilizado y el de mayor potencial en temporada baja. Captación de negocio corporativo orientado a la represa.</p> <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Paquetes corporativos full-day y overnight para empresas, asociaciones y organismos.</p>	<p>Perfil activo: pesca deportiva, viñedos, naturaleza. Estadías cortas con alto consumo de servicios.</p> <p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>Coordinación con operadores locales (pesca, bodegas, naturaleza) con el hotel como base.</p>
<p>Bs. As. • Santa Fe • Entre Ríos</p>	<p>Corredor Bs. As.–Litoral</p>	<p>Salto • Paysandú • Paraná • Concordia</p>	<p>Región Litoral • Uruguay</p>



ESTRATEGIA DE SEGMENTO INDIVIDUAL



CORPORATIVO

- Posicionar Ayui Hotel & Spa con beneficios exclusivos: late checkout, desayunos ejecutivos.
- Diseñar el programa de fidelidad y tarifas corporativas.
- Co-branding / sinergia con cámaras empresarias y organismos estatales locales.
- Desarrollar las top 10 cuentas locales.
- Presentaciones para captar las cuentas corporativas locales.

TOUR OPERADOR

- Identidad regional en la experiencia: amenities con productos locales
- Desarrollar los top 10 Wholesalers.
- Propuestas de sinergia - paquete con Termas, Parques Acuáticos, etc
- Participar en acciones conjuntas para posicionar el producto como la opción número 1 en la plaza
- Presentaciones para llegar a TOs con presencia regional.

FIT

- Desarrollo de paquetes. Alianzas partners locales y regionales.
- Paquetes con enfoque "Hotel-Destino": fines de semana gourmet, spa & relax.
- Programa de beneficios para estadías extendidas o repetidas.
- Escapadas de fines de semana con Spa y experiencia gastronómica.
- Noches de Bodas.

ESTRATEGIA DE GRUPOS



CORPORATIVO

- Trabajo colaborativo junto con el EMCONTUR, Bureau, AOCA, CAT para potenciar y posicionar como hotel destino para el segmento MICE en Argentina.
- Desarrollar un DDP (daily delegate package) para impulsar y facilitar la comercialización de la experiencia en grupos banquetes.
- Participación en ferias del segmento MICE para desarrollar la plaza.

DEPORTIVO Y ESPECTÁCULOS

- Trabajo colaborativo con el EMCONTUR, la secretaría de turismo y el Centro de Convenciones de Concordia y para potenciar la atracción de eventos a la ciudad.
- Captar el negocio de eventos deportivos.
- Identificar oportunidades del turismo orientado a la Pesca, Espectáculos, deportes acuáticos, entre otras.

TOUR OPERADOR

- Desarrollar paquetes orientados a la experiencia “Yo Disfruto Concordia”
- Guías y contenidos diseñados especialmente para grupos. (accesibilidad, tercera edad, estudiantiles, recreación, identidad local)
- Experiencias colaborativas con otros destinos dentro de Entre Ríos.

ESTRATEGIA PARA EVENTOS SOCIALES Y CORPORATIVOS

BODAS / SOCIALES

- Destacar y posicionar el hotel como el lugar perfecto para celebraciones memorables, con un enfoque en experiencias únicas y personalización en la región.
- Desarrollar el concepto de bodas de autor con sabores, tradiciones y estética entrerriana de la mano con la cocina del Chef
- Desarrollar alianzas estratégicas con organizadores de bodas, fotógrafos, decoradores y músicos para ofrecer paquetes completos y generar referencias cruzadas.
- Ofrecer opciones de estadía para invitados y novios, creando una experiencia integral y facilitando la planificación.

CORPORATIVOS

- Trabajo colaborativo junto con el ENCOMTUR, Bureau, AOCA, CAT para potenciar y posicionar como hotel destino para eventos en Argentina.
- Desarrollar un DDP (daily delegate package) para impulsar y facilitar la comercialización de la experiencia en grupos banquetes.
- Desarrollar menús específicos con identidad local
- Promocionar la versatilidad del salón subdivisible para adaptarse a reuniones medianas, workshops, conferencias masivas o presentaciones de productos.

FACTIBILIDAD

FACTIBILIDAD – EBITDA A 5 AÑOS

	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Occupancy %	36.8%	43.2%	49.1%	55.2%	61.9%
Average Rate	\$ 90.2	\$ 93.8	\$ 97.3	\$ 101.0	\$ 104.2
Rooms REVPAR	\$ 33.2	\$ 40.5	\$ 47.8	\$ 55.8	\$ 64.5
Total Rooms Revenue	\$ 484,099	\$ 592,846	\$ 697,607	\$ 814,271	\$ 941,979
Total F&B Revenue	\$ 229,759	\$ 293,207	\$ 354,879	\$ 405,492	\$ 507,632
Total Spa Revenue	\$ 40,307	\$ 49,792	\$ 50,640	\$ 63,630	\$ 71,351
Total Revenue	\$ 754,165	\$ 935,845	\$ 1,103,125	\$ 1,283,393	\$ 1,520,962
GOP	\$ 34,266	\$ 196,109	\$ 310,438	\$ 409,803	\$ 584,352
GOP %	4.5%	21.0%	28.1%	31.9%	38.4%
EBITDA	\$ 10,061.01	\$ 166,467.15	\$ 275,557.19	\$ 369,089.34	\$ 537,252.55
EBITDA %	1.3%	17.8%	25.0%	28.8%	35.3%
Operational EBITDA	\$ (44,314.28)	\$ 98,992.75	\$ 196,021.85	\$ 276,556.71	\$ 427,591.18
Operational EBITDA %	-5.9%	10.6%	17.8%	21.5%	28.1%

Crecimiento esperado en el lapso de 5 años:

- GOP +33.9pp
- Ocupación +25pp
- RevPAR +94.3%

FACTIBILIDAD – FLUJO LIBRE DE CAJA

Concepto	Año 0	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034	2035	2036	2037	2038	2039	2040	2041	2042	2043	2044	2045	2046	TOTAL 20A	
Total Ingresos (USD)		\$754,165	\$935,845	\$1,103,125	\$1,283,393	\$1,520,962	\$1,545,298	\$1,570,022	\$1,595,143	\$1,620,665	\$1,646,596	\$1,672,941	\$1,699,708	\$1,726,904	\$1,754,534	\$1,782,607	\$1,811,128	\$1,840,106	\$1,869,548	\$1,899,461	\$1,929,852	\$31,562,002	
EBITDA (USD)		-\$44,314	\$98,993	\$196,022	\$276,557	\$427,591	\$436,143	\$444,866	\$453,763	\$462,838	\$472,095	\$481,537	\$491,168	\$500,991	\$511,011	\$521,231	\$531,656	\$542,289	\$553,135	\$564,197	\$575,481	\$8,497,251	
EBITDA % s/Ingresos		-5.9%	10.6%	17.8%	21.5%	28.1%	28.2%	28.3%	28.4%	28.6%	28.7%	28.8%	28.9%	29.0%	29.1%	29.2%	29.4%	29.5%	29.6%	29.7%	29.8%		
Amortizaciones (USD)		\$131,209	\$131,209	\$131,209	\$125,407	\$125,407	\$43,664	\$43,664	\$43,664	\$43,664	\$43,664	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$32,017	\$1,182,931
EBIT (USD)		-\$175,523	-\$32,216	\$64,813	\$151,150	\$302,184	\$392,479	\$401,202	\$410,099	\$419,174	\$428,431	\$449,520	\$459,151	\$468,974	\$478,994	\$489,214	\$499,639	\$510,272	\$521,118	\$532,181	\$543,464	\$7,314,320	
Impuesto Ganancias 35% (USD)		\$0	\$0	\$22,685	\$52,902	\$105,765	\$137,368	\$140,421	\$143,535	\$146,711	\$149,951	\$157,332	\$160,703	\$164,141	\$167,648	\$171,225	\$174,874	\$178,595	\$182,391	\$186,263	\$190,213	\$2,632,721	
CapEx Mantenimiento 3% (USD)		\$22,625	\$28,075	\$33,094	\$38,502	\$45,629	\$46,359	\$47,101	\$47,854	\$48,620	\$49,398	\$50,188	\$50,991	\$51,807	\$52,636	\$53,478	\$54,334	\$55,203	\$56,086	\$56,984	\$57,896	\$946,860	
Capital de Trabajo 3% (USD)		\$22,625	\$5,450	\$5,018	\$5,408	\$7,127	\$730	\$742	\$754	\$766	\$778	\$790	\$803	\$816	\$829	\$842	\$856	\$869	\$883	\$897	\$912		
Recupero de Capital de Trabajo																					\$57,896		
FREE CASH FLOW (USD)		-\$1,264,346	-\$89,564	\$65,467	\$135,225	\$179,744	\$269,071	\$251,686	\$256,603	\$261,621	\$266,742	\$271,969	\$273,226	\$278,671	\$284,227	\$289,898	\$295,686	\$301,593	\$307,621	\$313,774	\$320,053	\$384,357	\$4,917,670
FCF Acumulado (USD)		-\$1,264,346	-\$1,353,911	-\$1,288,444	-\$1,153,218	-\$973,474	-\$704,403	-\$452,717	-\$196,114	\$65,507	\$332,248	\$604,217	\$877,444	\$1,156,114	\$1,440,342	\$1,730,240	\$2,025,926	\$2,327,518	\$2,635,140	\$2,948,914	\$3,268,967	\$3,653,324	\$3,653,324

- EBITDA al quinto año de USD 427.591.
- Del sexto al vigésimo año se muestra un escenario de +2% YoY de crecimiento constante del EBITDA.
- Reserva de CAPEX para renovaciones del 3%.

FACTIBILIDAD – VAN, TIR y PAYBACK

ESCENARIO DESARROLLADO



ESCENARIO CON RINI



Impacto del Ahorro fiscal de 3% IIBB

- **Flujo real:** 13.27% (free cash flow). Después de haber pagado impuestos y separado CAPEX.
- **Escudo Fiscal:** el retorno real es mayor si consideramos que estamos amortizando Bienes de uso.
- **Plusvalía:** al final de los 20 años, el negocio tiene valor de marca y posicionamiento en Entre Ríos. Potencial de crecimiento por gestión operativa.

RÉGIMEN DE INCENTIVO A LAS NUEVAS INVERSIONES (RINI) – Ley 11.162

BENEFICIOS FISCALES

✓ EXENCIONES IMPOSITIVAS:
Hasta 100% en Impuestos Provinciales IIBB (en el incremento sobre la base imponible), Automotor, Sellos e Inmobiliario sobre lo invertido, durante 15 años. Congela la base imponible

✓ Esa estabilidad puede extenderse hasta 20 años.

✓ Exclusión de regímenes de retención y percepción para aliviar el flujo de caja durante la inversión.

BENEFICIOS ENERGÉTICOS

✓ Reintegros y eficiencia energética
Del 15%, 8% y 4% sobre el consumo y un 5% adicional por energía renovable. (Sujeto a condiciones de Secretaría de Energía)

✓ Reintegros para proyectos que apuesten a la eficiencia energética o las energías renovables.
Régimen de Incentivo a las RINI Nuevas Inversiones

BENEFICIOS FINANCIEROS

✓ Acceso prioritario a las garantías del Fondo de Garantías Entre Ríos (FOGAER)

✓ Prioridad en las contrataciones del Estado

✓ Bonificación en la tasa de préstamos y líneas de crédito que promueva el Gobierno provincial para los sectores productivos

¡MUCHAS GRACIAS!

Leandro Gutierrez

Director & Founder

Skala Revenue Consulting Firm

leandro.gutierrez@skala.ar

+5491130177306

www.skala.ar

Gonzalo Ucha

Director & Co-founder

Skala Revenue Consulting Firm

gonzalo.ucha@skala.ar

+5491154883294

www.skala.ar