



EL DIABLO TRANQUILO
HOSTEL & BAR

SALES BOOK



Comercializa:

REPLUS® Servicios Inmobiliarios
PUNTA DEL DIABLO, ROCHA, URUGUAY
replus@replus.com.ar
Tel: +54 2355 431222
Cel: +54 9 2355 649552

TABLA DE CONTENIDOS

RESEÑA HISTÓRICA 3

DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD 4

UBICACIÓN FÍSICA 4
MEJORAS 5
TEMPORADA 8
COMPENDIO DE ESTADO FINANCIERO 9

INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN 10

PUNTA DEL DIABLO 11
ROCHA 11
URUGUAY 12
REGIÓN 12
ATRACCIÓN REGIONAL 13
TENDENCIAS DE AMÉRICA DEL SUR 13

GENERALIDADES DEL RUBRO 14

OPORTUNIDADES DE
CRECIMIENTO DE VALORES 15

CIERRE 16

EL DIABLO TRANQUILO

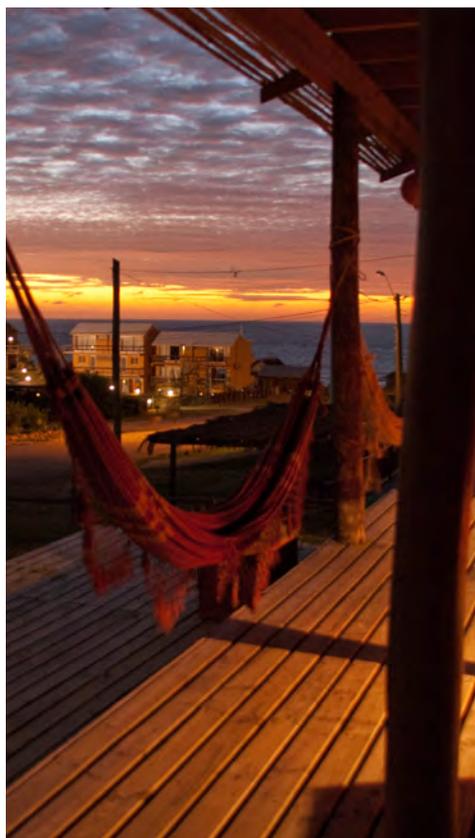
ES UN ALBERGUE-BOUTIQUE CON INSTALACIONES DE RESTAURANTE, SÍMÓNIMO DEL NUEVO INTERÉS EXTRANJERO EN ROCHA Y LA COSTA ORIENTAL DE URUGUAY. DESPUÉS DE CINCO AÑOS DE ACTUAR COMO CONTRIBUYENTE EMBLEMÁTICO AL CRECIMIENTO DE PUNTA DEL DIABLO, ME COMPLACE OFRECER UNA ÚNICA OPORTUNIDAD PARA INGRESAR EN UN MERCADO EMERGENTE COMO PROPIETARIO DE UN ESTABLECIMIENTO EMBLEMÁTICO EN SU MEJOR MOMENTO. EN LAS SIGUIENTES PÁGINAS, INVITO A CONOCER MÁS SOBRE NUESTRA HISTORIA Y EXPLORAR EL PORQUÉ ESTE ES EL MEJOR MOMENTO PARA TOMAR VENTAJA DE NUESTRO ÉXITO Y SÓLIDO LEGADO EN UN DESTINO ÚNICO Y EXCELENTEMENTE POSICIONADO PARA UN CRECIMIENTO CONTÍNUO.



EL DIABLO TRANQUILO

RESEÑA HISTÓRICA

EN NOVIEMBRE DE 2007 ABRÍMOS NUESTRAS PUERTAS PLANTEÁNDONOS EL DESAFÍO DE AUMENTAR EL TURISMO VERANIEGO TRADICIONAL, EXPONIENDO LA MAGIA DE ESTE PUEBLO COSTERO HACIA UNA NUEVA CLIENTELA. COMENZAMOS A LO GRANDE — OFRECIENDO UNA AMPLIA VARIEDAD DE OPCIONES DE ALOJAMIENTO Y OPERANDO A DIARIO COMO RESTAURANTE Y POR LA NOCHE COMO UN SITIO DE CONCIERTOS. PROPORCIONAMOS LA INFRAESTRUCTURA Y VISIBILIDAD NECESARIA PARA LLEVAR A PUNTA DEL DIABLO A TRAVÉS DE UN PERÍODO DE TRANSICIÓN HASTA EL DESTINO ESTABLECIDO QUE, INDUDABLEMENTE, ES HOY EN DÍA.



Al poco tiempo, nuestra pequeña ciudad había alcanzado llegar a la Blue List de LonelyPlanet de los 12 destinos mundiales que deben ser visitados. También ayudamos a fortalecer la incipiente percepción de hostales boutique y adornamos listas de los mejores del mundo en la nueva tendencia reflejada en guías de viaje y revistas del rubro. Tanto este valor agregado sobre hostelería como Punta del Diablo estarían ganando impulso por mucho más tiempo. Esto es validado por los datos estadísticos declarados por el departamento de turismo de la intendencia de Rocha que sostiene que en 2002 arribaron 36.000 turistas extranjeros, ascendiendo a 52.000 para el 2007. Cuatro años después de nuestra inauguración, el número se ha casi cuadruplicado a 196.000 en el 2011. Durante ese mismo período el rubro hostelería —inexistente previo a nuestro emprendimiento— creció hasta constituir un 3.78% de los ingresos por turismo en Rocha, evaluado por encima de \$4.920.000 anuales.

Luego de dos años de nuestro inicio, creamos El Diablo Tranquilo Playa Suites, agregando alojamientos en el edificio sobre la playa donde funcionaba ya nuestro restaurante. Con esta gran ampliación y la inclusión de la edificación para empleados ubicada en el Hostel completamos nuestra actual situación edilicia.

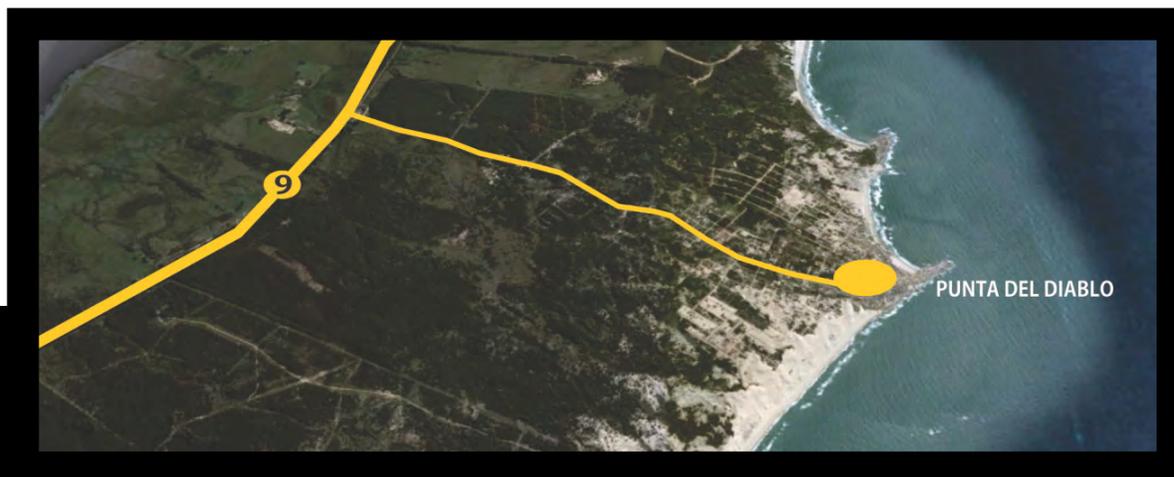
Operando en conjunto, El Diablo Tranquilo y El Diablo Tranquilo Playa Suites han seguido definiendo el panorama del turismo en Punta del Diablo y han sabido satisfacer las necesidades de viajeros de todo el mundo. Hemos disfrutado una posición privilegiada, a medida que nuestro pueblo costero se ha vuelto un punto de referencia vacacional. Lo cual nos conduce a la actualidad, nuestra trayectoria es amplia y existen oportunidades de crecimiento en cada propiedad. A pesar de que mi tiempo a la cabeza de esta operación está por terminar, sostengo que el legado de El Diablo Tranquilo apenas comienza.



DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD

UBICACIÓN FÍSICA

PUNTA DEL DIABLO SE SITUÁ EN EL EXTREMO SURESTE DE URUGUAY, A 38 KMS DE CHUY, LA CIUDAD FRONTERIZA QUE SE DIVIDE ENTRE URUGUAY Y BRASIL, Y A SÓLO 450 KMS DE BUENOS AIRES A VUELO DE PÁJARO. APROXIMADAMENTE A UNOS 270 KMS AL OESTE SE ENCUENTRA EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE CARRASCO Y SE ALCANZA EN MENOS DE 3 HORAS CONDUCIENDO.



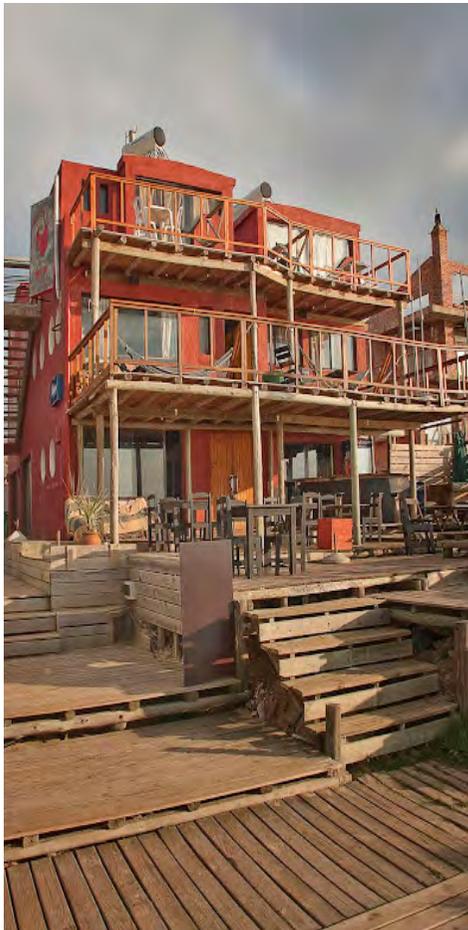
Durante los meses de verano (diciembre hasta febrero), Laguna del Sauce nos provee de visitantes llegados desde Buenos Aires y San Pablo. No obstante, la mayoría de nuestros huéspedes llegan en autobús ya que recorren la trayectoria de Rio de Janeiro a Buenos Aires viajando por tierra. La ruta 9 es utilizada por CYNOSA, Rutas del Sol y COT, las compañías de autobuses que conectan Chuy con Montevideo a diario todo el año, alcanzando a ser unos 300 buses que llegan por día en temporada alta. Dentro del trazado urbano, cada uno de nuestros edificios cuenta con ventajas únicas en su ubicación.



Playa Suites se encuentra directamente en Playa Rivero y se accede a través de una pasarela de nuestra creación, oficialmente en Camino Costanera 4860. Lo que nos posiciona en uno de los menos de doce terrenos dentro de los 200 mts del mar y nos asegura ser una de las pocas ubicaciones donde nunca habrá ningún obstáculo entre nosotros y el océano. Asimismo, miles de personas utilizan nuestra pasarela para acceder a la playa, pasando por la entrada del restaurante y luego adentrarse en nuestro bar playero, generando una captación del mercado de mas rápido crecimiento en el sector más densamente poblado de la ciudad.

El Hostal El Diablo Tranquilo está localizado en dos hectáreas de tierra con una extensión que va desde la Avenida Central hasta la Calle 7, ubicándonos en un distrito privilegiado a una cuadra de la playa, en una de las entradas principales del pueblo. Avenida Central es también la vía por la que decenas de miles de juerguistas se dirigen a las discotecas desde el pueblo en enero. Esta ubicación es la combinación ideal de accesibilidad, volumen de tránsito y belleza simple y natural.





DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD

MEJORAS

EL DIABLO TRANQUILO CONSTA DE DOS EDIFICIOS COMERCIALES SEPARADOS, UN TERCER ANEXO ACTUALMENTE UTILIZADO COMO ALOJAMIENTO PARA PERSONAL Y TERRENOS ADICIONALES PARA SER EDIFICADOS. PARA MAYOR DETALLES SÍRVASE VER LOS PLANOS JUNTO CON ESTE MEMORÁNDUM.

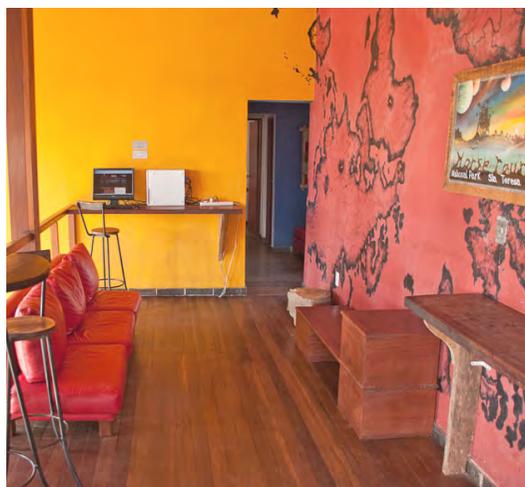


DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD > MEJORAS

EL DIABLO TRANQUILO PLAYA SUITES & BAR

- 500m2 de propiedad frente a la playa en el solar 7 de la manzana 16.
- 358m2 de construcción en ladrillo y material de tres pisos.
- El restaurante se encuentra en planta baja, dormitorios compartidos y lobby con instalaciones completas en el segundo piso y 4 suites penthouse en planta alta.
- El restaurante incluye:
 - 83m2 de plaza interior incluyendo dos baños
 - Bar completo interior y al aire libre con área de servicio
 - Cámara de frío
 - Horno a leña e instalaciones de cocina convencionales
- 240m2 de deck de madera
- Pasarela de madera de entrada y de acceso a la playa
- Barra ubicada directamente en Playa Rivero
- Sistemas de calentamiento de agua solar, eléctrico e instalaciones prontas para utilizar gas.





DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD > MEJORAS

EL DIABLO TRANQUILO HOSTEL

- Terreno de 1000m² a solo 140 mts de Playa Suites en el solar 17 y 18 de manzana 21
- 384m² de construcción en ladrillo y material con tradicional quinchado de paja
- Gran hall de entrada y lobby con instalaciones completas
- 3 habitaciones privadas con baños en suite y estufa a leña, 4 habitaciones privadas básicas y 5 dormitorios compartidos.
- 4 baños completos y 3 baños compartidos
- Cocina equipada
- Instalaciones de calentamiento de agua eléctrica y a gas
- Edificio de empleados
 - Sobre el terreno compartido con El Diablo Tranquilo Hostel
 - 72m² de construcción de bloque y material
 - 1 apartamento privado en suite y 4 dormitorios compartidos
 - 4 baños completos
 - Cocina equipada
- 81m² de construcciones de madera
 - 1 apartamento en suite y 6 espacios de estancia privados
 - Lavandería y depósito
- 1000m² de propiedad contigua
 - Significa acceso por el frente y detrás entre Avenida Central y Calle 7
 - Desde el momento en que adquirimos las propiedades a fines de 2006 a menos de \$35 x m², propiedades similares, incluyendo terrenos adyacentes vendidos el pasado año han mantenido un aumento por encima del 35% por año, habiendo ventas recientes promediando los \$150 x m²
 - El valor de estas propiedades como alojamiento bajo el estandarte de El Diablo Tranquilo superan por lejos su valor de reventa –como se explicará en detalle en este memorandum



DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD

COMPENDIO DE ESTADO FINANCIERO

Para una mejor comprensión véase los apéndices adjuntos a este documento.

ALOJAMIENTO

- Los ingresos netos han superado los \$250.000 cada año desde la apertura de Playa Suites.
- Los beneficios marginales de ingresos por alojamiento nunca han caído debajo del 60% en 5 años de operativa.
- Los ingresos totales por alquiler superaron los \$460.000 el pasado año.
- Suponiendo oportunidades de ingresos tomando solo 40 días pico de temporada, el edificio que alberga a los empleados adiciona ingresos que superan los \$50.000 dándole un uso comercial.
- Siendo pesimistas en cuanto a porcentajes de ocupación y tomando sólo 40 días de uso, construcciones elementales en los terrenos contiguos dejarían ganancias por encima de los \$400.000 anuales.

RESTAURANTE

- El pasado año, el restaurant estuvo abierto exclusivamente para huéspedes del hostel generando ingresos mayores a \$112.000.
- En 2010-11 el restaurant fue arrendado a terceros resultando en ingresos que superaron los \$50.000.
- Nuestro último año entero abierto al público, 2008-2009, los ingresos por alimentos y bebidas representaron un poco menos de \$185.000. Con los ajustes por inflación, desestimando el crecimiento de Punta del Diablo y del Diablo Tranquilo Hostel en particular, eso se traduciría para la temporada 2011-2012 en \$230.000 aproximadamente.

INGRESOS ADICIONALES

- Alquiler de tablas y trajes de surf y clases de surf.
- Organización y venta de cabalgatas así como de tours a otras atracciones de la zona.
- Comisiones por retiros de efectivo y cambio de divisas. Punta del Diablo no posee cajero por el año entero ni sucursales bancarias.



DATOS DE INTERÉS DE LA PROPIEDAD

TEMPORADA

Punta del Diablo en su conjunto trabaja en su punto cumbre un período escaso que es la primer quincena de enero.

- La mayoría de los locales gastronómicos abren después de navidad hasta el final de carnaval.
- Los locales bailables, atraen hasta 14.000 personas cada noche y abren solo por 40 días al año.
 - Semana Santa (denominada semana de turismo) marca el final de la temporada alta, luego de lo cual la permanencia de cualquiera de los restaurantes abiertos puede ser incierta.
- Debido a nuestra capacidad de captar un mercado único, nuestra temporada de alto lucro se extiende desde diciembre hasta marzo.
 - Estos meses tradicionalmente significan el 70-75% del total de nuestros ingresos.
- Octubre, noviembre y abril son también valiosos y nos facilitan el entrenamiento previo a la temporada pico dándonos una temporada de 7 meses.
 - Incluyendo noviembre y abril, seis meses resultan en un 85-90% del ingreso anual.
- Siendo nosotros quienes recibimos la mayoría del turismo que llega durante los meses de invierno, el grueso de nuestra operativa se desarrolla indudablemente en temporada alta y un inversor debería considerar generar la ganancia anual en 6-7 meses de operativa.



PROPIEDAD SINGULAR, DESTINO PARTICULAR

LA GUÍA DE VÍAJE BRADTÍNDICA QUE "PARA MUCHAS PERSONAS, VISITAR PUNTA DEL DIABLO ES SINÓNIMO DE HOSPEDARSE EN ESTE HOSTAL BOUTIQUE HERMOSAMENTE DISEÑADO, QUE SE HA CONVERTIDO EN UN DESTINO EN SÍ MISMO."

Hemos jugado un rol importante en establecer nuestro pueblo como un punto de anclaje para los viajeros independientes de la región, esencialmente inventando una industria que ahora representa más del 4% de las reservas totales en nuestro estado y 3.78% de los ingresos brutos del turismo. Ser propietario de El Diablo Tranquilo significa tomar ventaja de nuestro estatus como un hostel boutique "de los mejores del mundo", disfrutar una posición prestigiosa como uno de los dos únicos destinos uruguayos en aparecer en la "Lista de Estancias de América del Sur" de la revista NationalGeographicTraveler (junto a la lujosa Estancia Vik en José Ignacio), y beneficiarse de la reputación que llegan a oídos de viajeros mucho antes de haber llegado a Uruguay.



INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

LA APARICIÓN DE PUNTA DEL DIABLO COMO DESTINO DE VIAJE REGIONAL HA SIDO EL RESULTADO DE UNA CONFLUENCIA DE INTERESES ENTRE LOS TRES TIPOS PRINCIPALES DE CONSUMIDORES CON ORÍGENES DOMÉSTICOS, REGIONALES Y EXTRA-REGIONALES. EL PUEBLO COMENZÓ SU ASCENSO DENTRO DE URUGUAY A TRAVÉS DE LOS ESFUERZOS DE LOS MINISTERIOS DE TURISMO CON 'URUGUAY NATURAL' Y LA IDENTIDAD DEL TURISMO NACIONAL YA NO SE ENFOCABA SOLAMENTE EN EL GLAMOUR ARTIFICIAL DE PUNTA DEL ESTE. POCO A POCO, PUNTA DEL DIABLO SE VOLVIÓ UNA DECLARACIÓN EN CONTRA DE "SER VISTO EN LOS LUGARES CORRECTOS" Y PONIENDO PUNTOS A FAVOR DEL DISFRUTE DE LA SIMPLICIDAD.

Para un pueblo de menos de 1,000 residentes permanentes, es increíble caminar por las calles de Montevideo y notar la prevalencia de pegatinas en los vehículos, recipientes para té mate, pancartas e incluso grafitis identificando a muchos fanáticos del misticismo único de Punta del Diablo. Cruzando el Río de la Plata, en Argentina, una nueva ola de viajeros también vislumbró alternativas de las llenas y poco atractivas playas argentinas. Rocha ha sido su respuesta. El último grupo consistía de nacionales llegando a una región que no se contemplaba en Uruguay. Rocha fue un destino evidente tan pronto los rumores llegaron a sus oídos. Seleccione una guía de viajes, en cualquier idioma extranjero; puedo asegurar que Punta del Diablo es categorizada como un destino único – un adjetivo de verdadero valor para el viajero independiente – y El Diablo Tranquilo es denominado como la mejor opción.

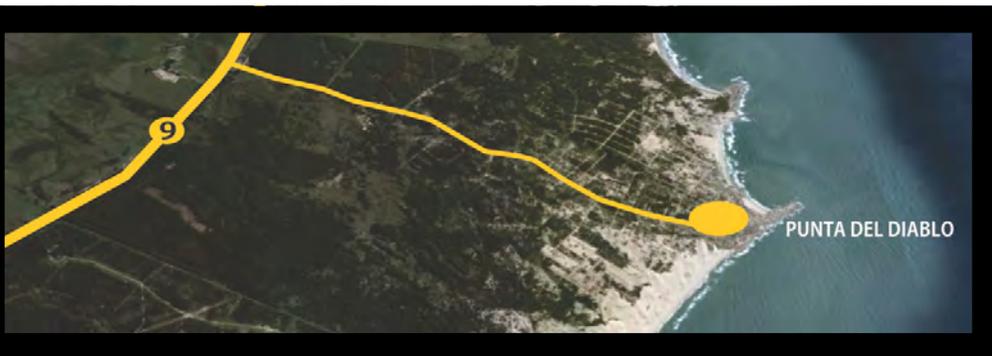
Estos visitantes han traído consigo dos importantes elementos al mercado de bienes y raíces. Los viajes locales ha provisto

una aceleración en ingresos en concepto de renta y ha explotado la demanda de albergues y servicios, mientras que aquellos que vienen fuera del país han dado reconocimiento al pueblo y han abierto el mercado a muchos compradores potenciales. Hace unos pocos cinco años, pensar en bienes raíces en Punta del Diablo implicaba hacer contacto con agentes locales que debían lidiar con propietarios que consideraban la tierra como parte de su herencia. Más de cincuenta desde la zonificación original, el mercado sigue siendo virgen. Cinco años después, el mercado está fragmentado y los precios se establecen por la demanda de fuera del país acorde a resorts populares alrededor del mundo.

Uruguay, en conjunto, ha evitado la crisis que afecta a los mercados globales de bienes y raíces y ha gozado un desarrollo sostenible impresionante. Una perspectiva de primera mano de la región revela muchas razones internas y externas para estar emocionados y también muchos prospectos de crecimiento a futuro.

INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

PUNTA DEL DIABLO



Apenas hace algunos años, nuestro pueblo era muy similar en tamaño a otros destinos como Aguas Dulces, La Coronilla y Barra de Valizas, pero el año pasado, Punta del Diablo albergaba a más de 400,000 visitantes por día – superando con creces a La Paloma, históricamente el balneario más importante y amplio del departamento. En el 2007, inauguramos el primer hostel en el departamento de Rocha orientado a albergar clientela internacional y

disponible todos los días del año. Este año hubo más de 30 establecimientos en nuestro pueblo, y más de 50 en el departamento, autodenominándose hostales. Si la imitación se considera la forma más sincera de adulación, estamos sinceramente halagados. Esto nos ha permitido enfocarnos en el segmento más rentable del mercado y ha permitido a Punta del Diablo quedarse en una posición como destino clave para viajeros internacionales.

CÉLEBRE POR SUS RAÍCES COMO PUEBLO DE PESCA DE TIBURONES Y BACALAO, LA REALIDAD ES QUE EL TURISMO HA SIDO UNA ACTIVIDAD IMPORTANTE DEL PUEBLO POR DÉCADAS. SIN EMBARGO, SU ASCENSO HACÍA EL DESTINO MÁS POPULAR DE ROCHA COINCIDE CON LA LLEGADA DE EL DIABLO TRANQUILO EN EL 2007.



INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

ROCHA



DESDE LA DÉCADA PASADA, LA ENTRADA DE EXTRANJEROS A ROCHA HA AUMENTADO AÑO A AÑO, DE 36.000 EN 2002 HASTA MÁS DE 192.000 EL AÑO PASADO – CON UN INCREÍBLE 88% DE ESE AUMENTO VINIENDO DESDE EL 2007.

El sector de hostelería, inexistente antes de nuestra llegada, ahora constituye el 3.78% del ingreso en turismo en Rocha, reportando más de \$4, 920,000 anualmente (es importante notar la diferente inherente implicada en la región entre facturas reportadas y no reportadas.) Es un milagro estar rodeados por destinos únicos como el Cabo Polonio, santuario medioambiental protegido y el parque nacional de Santa Teresa. La tendencia más favorable, sin embargo, ha sido hacia el este, hacia los elementos más vanguardistas de Punta del Este.



INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

URUGUAY

Uruguay afirma contar con los porcentajes más bajos de corrupción y crimen en América del Sur, donde virtualmente no existe la pobreza, como en otros países en vías de desarrollo.

La ausencia de la deuda en los consumidores en general ha mantenido lejos la economía doméstica de los efectos de la crisis crediticia internacional y ha mantenido estable los valores de los activos. La dolarización de los precios de los bienes duraderos también provee aislamiento en los cambios de la moneda nacional.

El Gobierno es estable y toma su papel como amortiguador entre los gigantes de Argentina y Brasil seriamente, gozando de los beneficios de la estabilidad relativa de éstos.

Algunas estimaciones afirman que un impresionante 70% de la población son dueños directos de sus casas, asegurando que conforme los precios suban, no se extiendan más allá del mercado doméstico.

Los gastos en turismo no sólo han crecido desde el 2001, pero las llegadas han subido más de 14% año a año desde el 2007 y el total de gastos ha alcanzado nivel tres veces mayores de su época pre-crisis.

Punta del Este y sus alrededores se han establecido desde hace mucho tiempo como un destino para un público viajero, élite regional y celebridades internacionales. Esto no solo ha abierto un camino para el turismo costero, también ha establecido un punto de referencia para los valores inmobiliarios. Más de \$2.25 billones se vierten en Punta del Este solamente en los doce meses previos a Abril 2011.

Un aumento en los últimos diez años en los precios de las materias primas ha sido una ventaja indiscutible para el país, que se basa en exportaciones agrícolas y cuya infraestructura se ha beneficiado por ello.

EL INTERÉS EN ESTE PEQUEÑO PAÍS HA AUMENTADO LOS ÚLTIMOS AÑOS, CONFORME MUCHAS PUBLICACIONES OCCIDENTALES LO HAN PROMOVIDO. URUGUAY ES PERCIBIDO COMO UN PARAÍSO SEGURO PARA INVERSIONES Y LOS DÓLARES DE AQUELLOS JUBILÁNDOSE, MIENTRAS LOS BABYBOOMERS LLEGAN A CIERTA EDAD Y ESPECULAN COMPRAR REUBICANDO SUS FONDOS DE LA CRISIS SOBERNA ACTUAL. LOS ATRACTIVOS FUNDAMENTALES DEL PAÍS RESPALDAN SU ESTADO COMO UN SITIO PARA INVERSIONES, QUE FUE RECIENTEMENTE RESTAURADO.



GASTOS EN TURISMO EN URUGUAY DESDE 2000 A 2011
(EXPRESADOS EN MILES DE DÓLARES)

1988	202,8	1996	716,8	2004	493,9
1989	227,9	1997	826,8	2005	594,4
1990	238,2	1998	761,4	2006	597,8
1991	332,5	1999	704,2	2007	808,9
1992	381,3	2000	712,8	2008	1051,4
1993	446,8	2001	610,5	2009	1312,1
1994	632,2	2002	350,9	2010	1,639,00
1995	610,9	2003	344,7	2011	2,048,75



INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

REGIÓN

Más de 60 millones de turistas por año llegan a Sudamérica, de los cuales un 10% permanecen por al menos 30 días. Dentro de este grupo de viajeros independientes el promedio de estadía es de más de 74 días. Esto nos deja una concurrencia de 1.2 millones de visitantes de largo plazo en cualquier día del año. De éstos un 86% visitará Rio de Janeiro o Buenos Aires y un 74% ambas metrópolis. Este flujo de turistas entre ambos puntos nos proporciona una fuente de mercado extra-regional.

Junto con viajeros que pasan a través del principal destino en Sudamérica, residentes de Buenos Aires continúan invadiendo las costas uruguayas cada verano y recibimos más visitantes argentinos que de cualquier otra nacionalidad.

Con el turismo internacional como una de las industrias principales en Argentina durante los próximos años, Uruguay continuará beneficiándose de su atractivo.

Mientras tanto, la historia de éxito de Brasil continúa, y tanto el turismo como las inversiones en ese país siguen aumentando firmemente, mientras muchos inversionistas buscan nuevos destinos donde invertir, pues sus mercados domésticos siguen en decadencia.

Una creciente clase media es más capaz que nunca de viajar y, con sólidos fundamentos y recursos naturales como ninguno, Brasil está apenas descubriendo su impacto como uno de los mercados más importantes de la región.

URUGUAY DEBE
SUS RAÍCES A
INTERVENCIONES
EXTRANJERAS
CREANDO UN ESTADO
REGULADOR ENTRE
ARGENTINA Y BRASIL.
ENCONTRARSE
AL CENTRO DE
DOS DE LOS MÁS
PODEROSOS PAÍSES
DEL CONTINENTE
OBVIAMENTE AFECTA
A LA DÍMINUTA
NACIÓN Y SEGÚN LA
FORMA EN LA QUE
LA ADMINISTRAN,
PARECE SER ALGO
BENEFICIOSO.

INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

ATRACCIÓN REGIONAL



EXISTE UN AUJE ADICIONAL PARA TODA LA REGIÓN EN LOS PRÓXIMOS AÑOS, BRASIL GANÓ LOS DERECHOS DE CELEBRAR LA COPA MUNDIAL DE FÚTBOL EN EL 2014 Y LAS OLIMPIADAS DE VERANO EN EL 2016. ÉSTOS PROVEERÁN UNA FANTÁSTICA OPORTUNIDAD A LA REGIÓN PARA SER CONOCIDA, GENERANDO UN INTERÉS EN FUTUROS VIAJEROS



La Copa del Mundo traerá más de \$70 billones y 600,000 viajeros al país vecino al norte de Uruguay.

Las Olimpiadas no se acercarán, probablemente, a esas cifras, pero es visiblemente otra oportunidad para poner a la región frente a los ojos de billones de futuros turistas.

Durante los preparativos, Brasil está otorgando contratos privados para mejorar sus aeropuertos, mejorar sus áreas turísticas y permitir las llegadas al país de manera más fácil.

¿El verdadero ganador de estos juegos? Uruguay y su nuevo aeropuerto, así como su infraestructura excelente. Sin ninguna inversión adicional, el país se beneficiará de aumentos en viajes regionales por más de dos años entre dos de los grandes eventos deportivos del mundo.



INFORMACIÓN DE LA UBICACIÓN

TENDENCIAS DE AMÉRICA DEL SUR.

SI BIEN ESTOS EVENTOS SACUDIRÁN A AMÉRICA DEL SUR EN EL FUTURO, LA REGIÓN HA VENIDO GANANDO TERRENO COMO UN DESTINO TURÍSTICO POR LA ÚLTIMA DÉCADA.

De hecho, el continente como tal ha visto un aumento de 40% en su participación relativa en el mercado, culminando en 23.5 millones de llegadas en el 2010.

Sostengo que esta tendencia continuará, ya que gran parte de este crecimiento se debe a los cambios enraizados en una evolución de las tendencias mundiales durante los últimos 25 años, que no muestran signos de decrecer.

Los trabajadores hoy en día tendrán más trabajos durante su vida que sus predecesores. Trabajarán más fervientemente en cada posición, pero cada brecha de tiempo entre un trabajo y el otro presenta una oportunidad de vacacionar y la gente la está aprovechando en masa. Por lo tanto, los occidentales el día de hoy toman menos viajes que antes, pero la duración de esos viajes ha aumentado. Esto beneficia locaciones que son relativamente difíciles de llegar, pero que tienen muchísimas oportunidades cuando se llega, tales como Sudamérica.



GENERALIDADES DEL RUBRO

URUGUAY SIGUE AUMENTANDO SU PRESENCIA EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO MUNDIAL, QUE AHORA APORTA TRILLONES DE DÓLARES Y CUENTA CON UNA PERSPECTIVA POSITIVA TAMPO PARA EL TURISMO EXTRANJERO Y NACIONAL EN LA PRÓXIMA DÉCADA. ÉSTA PEQUEÑA NACIÓN REPRESENTA ACTUALMENTE EL 12,5% DE LOS 23,5 MILLONES DE LLEGADAS EN EL CONTINENTE Y APENAS UN POCO MÁS DEL 10% DE LOS \$20 BILLONES GASTADOS ANUALMENTE POR LOS VIAJEROS EN AMÉRICA DEL SUR.

Uruguay también está liderando el crecimiento impresionante en el ámbito de la hostelería, donde Web Reservations International ha reportado incrementos en reservas del 24% y 27% respectivamente en los últimos dos años por el continente en conjunto y el 36% y 31% para el país en específico. Como ya se ha ilustrado, el mercado específico de El Diablo Tranquilo se puede dividir en dos segmentos: bañistas de verano de Uruguay y Argentina y los viajeros independientes del exterior de la región.

El turismo local es la columna vertebral de la temporada alta en Punta del Diablo, llenando las playas y discotecas con decenas de miles de personas cada día. Este aumento en la demanda permite altos márgenes de ganancia en el rubro de alojamiento y la creciente popularidad de los hostales en la región ha llegado gracias a la adopción sin precedentes en los mercados locales. La clase media, estable, del país y el patrocinio del turismo interno mantendrán a las personas interesados en disfrutar de las impresionantes playas y populares discotecas.

Los visitantes de fuera de la región llegan durante

todo el año y nos permitirá seguir siendo rentables de forma sostenible durante todo el año. Los gastos de los extranjeros que visitan Rocha han aumentado más del 40% de 2007 a 677 dólares por visita, excelente para solidificar nuestra posición como un destino de servicio de lujo completo con una fuerte ventaja en el mercado internacional.

En conjunto, estos mercados han ayudado a incrementar los ingresos por turismo en Punta del Diablo en solo cinco años, desde un estimado de \$5,000,000 en el 2007 hasta alrededor \$50,000,000 el año pasado. De acuerdo al ministerio de turismo, los recibos del sector de Rocha en el mismo período de tiempo han aumentado de \$22,300,000 a \$130,380,000 – lo que implica que la cuota de Punta del Diablo ha aumentado del 22% a más del 38%. Este aumento en las ganancias que se generan se ha transformado en una apreciación particular por el área de bienes y raíces en Punta del Diablo, donde muchos ingresos por alquileres han tenido un aumento medio de aproximadamente 400% en los últimos cinco años. Esta afluencia de capital ha sentado las bases a una región que apenas comienza a despuntar su potencial.

En términos absolutos, el predominio del alquiler de cabañas ha representado el crecimiento mas significativo en cuanto al volumen bruto de oferta de alojamiento en el balneario. De todas maneras, en términos relativos, esto ni se acerca al incremento de hostels. El pueblo no cuenta con un hotel propiamente dicho, lo que ha fomentado la aparición de 30 hostels siguiendo nuestra iniciativa. Debajo mostramos una comparación de precios y evaluaciones registradas en HostelWorld, el principal motor de reservas de nuestro rubro. Estos datos ayudan a despejar preocupaciones sobre los

	CAMAS:	VERANO/INVIerno PROMEDIO DE PRECIOS: HABITACIONES COMUNES	VERANO/INVIerno PROMEDIO DE PRECIOS: HABITACIONES PRIVADAS	HOSTELWORLD REVIEWS:
HOSTEL LA VIUDA	26	\$30 - \$11	\$80/\$40	26
CASA DE LAS BOYAS	110	\$40 - \$16	\$120/\$50	31
EL DIABLO TRANQUILO	83	\$54 - \$20	\$150/\$60	155
ALL OTHERS	380	\$20 - N/A	\$65 - N/A	26

efectos de la competencia. Nuestro balneario posee el potencial para equipararse a Jericoacoara en Brasil, una playa paradisíaca con un público y perfil marcadamente internacional. Aquí, sin embargo, también aprovechamos los beneficios que el turismo regional nos provee, característica de la que Jericoacoara carece.



La oferta de alojamiento se ha visto incrementada también por la aparición de algunas posadas. Éstas sólo significan una competencia en el caso de convertir Playa Suites en un hotel boutique y sólo comprenden La Viuda del Diablo, Posada Nativos y Posada Rocamar. Nuevamente mostraremos una tabla de comparación de evaluaciones en TripAdvisor, el líder en evaluaciones en hostelería, para un estimativo a grandes rasgos.

	HABITACIONES PRIVADAS	VERANO PROMEDIO DE PRECIOS:	VERANO PROMEDIO DE PRECIOS:	TRIPADVISOR REVIEWS
LA VIUDA DEL DIABLO	8	\$230	\$170	31
POSADA NATIVOS	5	\$170	\$80	4
POSADA ROCAMAR	10	\$140	\$40	15
EDT PLAYA SUITES	4	\$190	\$65	56 (146 WITH EDT)

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO DE

OPORTUNIDADES DE CRECIMIENTO DE VALORES

COMO SE MENCIONÓ EN LAS PRIMERAS PARTES DE ESTA RESEÑA, ANTICIPO CLARAMENTE QUE EL PRÓXIMO DUEÑO DE EL DIABLO TRANQUILO INCREMENTARÁ SUS GANANCIAS A TRAVÉS DE CAMBIOS OPERACIONALES Y FÍSICOS. MUCHAS MODIFICACIONES SUTILES SERÁN NECESARIAS DESDE UN PUNTO DE VISTA DE CAMBIO CONSTANTE Y CON EL OBJETIVO DE AUMENTAR GANANCIAS.

ALGUNOS DE ESTOS CAMBIOS SON FÁCILMENTE CUANTIFICABLES; ENTRE ELLOS, VARIAS MEJORAS FÍSICAS ASÍ COMO TAMBIÉN LA DECISIÓN FUNCIONAL DE UTILIZAR EL RESTAURANTE EXCLUSIVAMENTE PARA HUÉSPEDES O NO.

DONDE HA SIDO NECESARIO, HE PROVISTO PROYECCIONES BASADAS EN NUESTRA HISTORIA OPERATIVA Y SUPOSICIONES ACTUALES.

“ EL HOSTEL EL DIABLO TRANQUILO ESTÁ CONSTRUÍDO SOBRE DOS DE CUATRO LOTES CONTÍGUOS COMPRADOS AL MOMENTO DE SU FUNDACIÓN ; ESTAS TIERRAS REPRESENTAN UNA OPORTUNIDAD INMEDIATA DE EXPANSIÓN.

LAS MEJORAS FÍSICAS MÁS ACCESIBLES A SER CONSIDERADAS, INCLUYEN:

Mejorar el acceso y la capacidad del estacionamiento en Playa Suites, completando la extensión del malecón que conecta las calles 3 y 5, una mejora que también hará más fácil la entrega de suministros a la localidad.

Atraer a nuevos mercados con la transformación de Playa Suites en un hotel boutique independiente con 10 camas, sin asociación con los alrededores del hostel. La estructura actual permanece perfectamente adaptable para aquellos que quieren ingresar al mercado elite de Punta del Diablo, su ubicación e historia proveen potencial sin igual.

Un enfoque indirecto que no requiere más construcción sería la implementación de un centro de información en la terminal de autobuses.

Esto permitiría la obtención de nuestra reputación como líderes en la percepción internacional de Punta del Diablo, probablemente seamos los únicos con el historial de gestiones necesario para presentar tal proyecto a la intendencia.

La combinación de nuestra marca con asistencia en inglés y español nivelaría el campo de juego con aquellos competidores que se enfocan exclusivamente en la competencia dentro del pueblo.

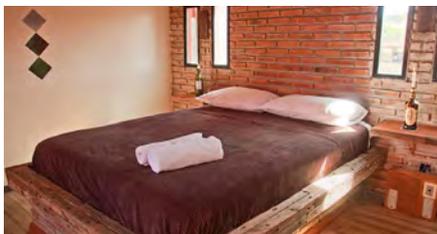


EL HOSTEL EL DIABLO TRANQUILO ESTÁ CONSTRUÍDO SOBRE DOS DE CUATRO LOTES CONTÍGUOS COMPRADOS AL MOMENTO DE SU FUNDACIÓN. NUEVOS ALOJAMIENTOS PUEDEN ESTAR ORIENTADOS A NUEVOS SEGMENTOS DE MERCADO O HECHOS A LA MEDIDA PARA LAS ÉPOCAS DEL AÑO MÁS SOLICITADAS, CUANDO EL ESPACIO ADICIONAL ES MÁS FÁCIL DE VENDER.

La conversión de nuestros cuartos de personal permanentes es muy accesible para generar nuevas acomodaciones en el futuro. Con gastos de acabado relativamente menores, estas habitaciones son atractivas para huéspedes y el personal puede reubicarse a una propiedad alquilada por una fracción de los ingresos generados.

Ya sea como complemento o en paralelo con la conversión de los cuartos de servicio, el alojamiento de la temporada de "sobre-flujo" puede ser barato al construirse en los lotes traseros. Éstos proporcionarían un flujo de ingresos que muy probablemente reconstituirían los costos de inversión en el primer año de operaciones.

La opción más intensiva en capital es la creación de alojamiento adicional durante todo el año en los lotes de la parte trasera. El tamaño de la tierra es adecuada para construir desde seis cabañas o una unidad multiusos. El beneficio de un personal completo, una marca establecida y áreas combinadas de uso común y social implica que el proyecto entero de El Diablo Tranquilo podría albergar a más de 160 invitados, sin eliminar al restaurante o adquirir bienes inmuebles adicionales.



CIERRE

EL DIABLO TRANQUILLO ME HA DADO TODO LO QUE YO PUDE HABER ESPERADO; HE TENIDO LA OPORTUNIDAD DE VIVIR UN SUEÑO, EXPANDIR HORIZONTES Y DISFRUTAR LA ESTABILIDAD DE INVERTIR EN UN NUEVO PROYECTO. MÁS QUE ESO, ESTE PROYECTO HA SIDO UNA PLATAFORMA INCREÍBLE DE COMPARTIR OPORTUNIDADES, TOCAR VIDAS Y CREAR RECUERDOS.

Si estas paredes pudieran hablar, contarían historias sobre los empleados que se conocieron acá y que contrajeron nupcias, los innumerables huéspedes que vinieron por una semana y se quedaron toda una temporada, el crecimiento de la ciudad, las vidas cambiadas. Espero que la información en esta ficha haya sido de su interés y que la idea de ser el dueño de El Diablo Tranquillo lo llene de emoción y deseo, sentimientos que siempre me pertenecieron a mí. Decir adiós resulta agrisulce, pero debo movilizarme hacia la próxima cosa maravillosa que me trae la vida – y acá le dejo la próxima maravilla que podría ser suya.



ΑΡΕΠΙΔΙΣΕ Α - ΠΛΑΠΟΣ



EL DIABLO TRANQUILO
HOSTEL & BAR

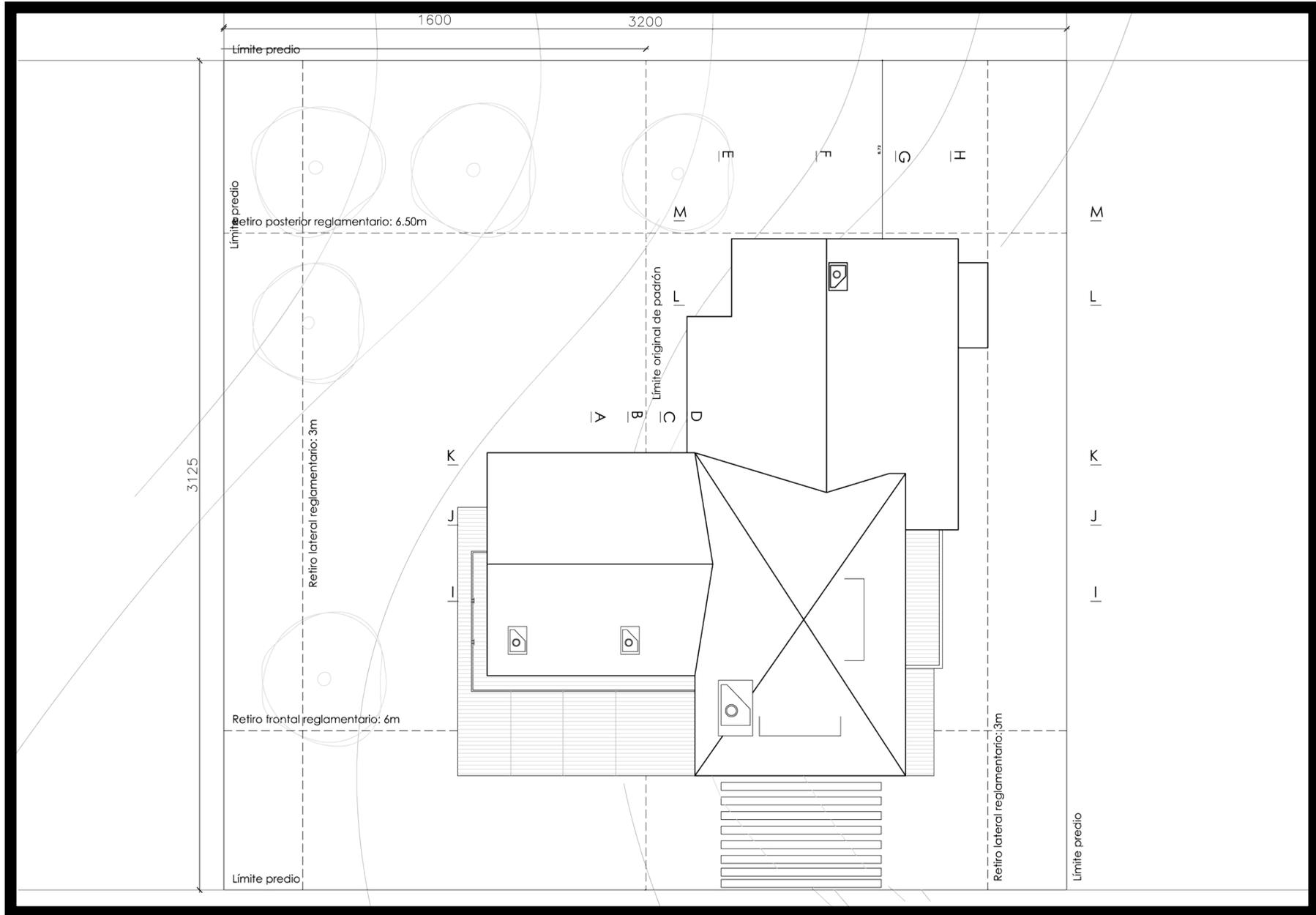
SALES BOOK



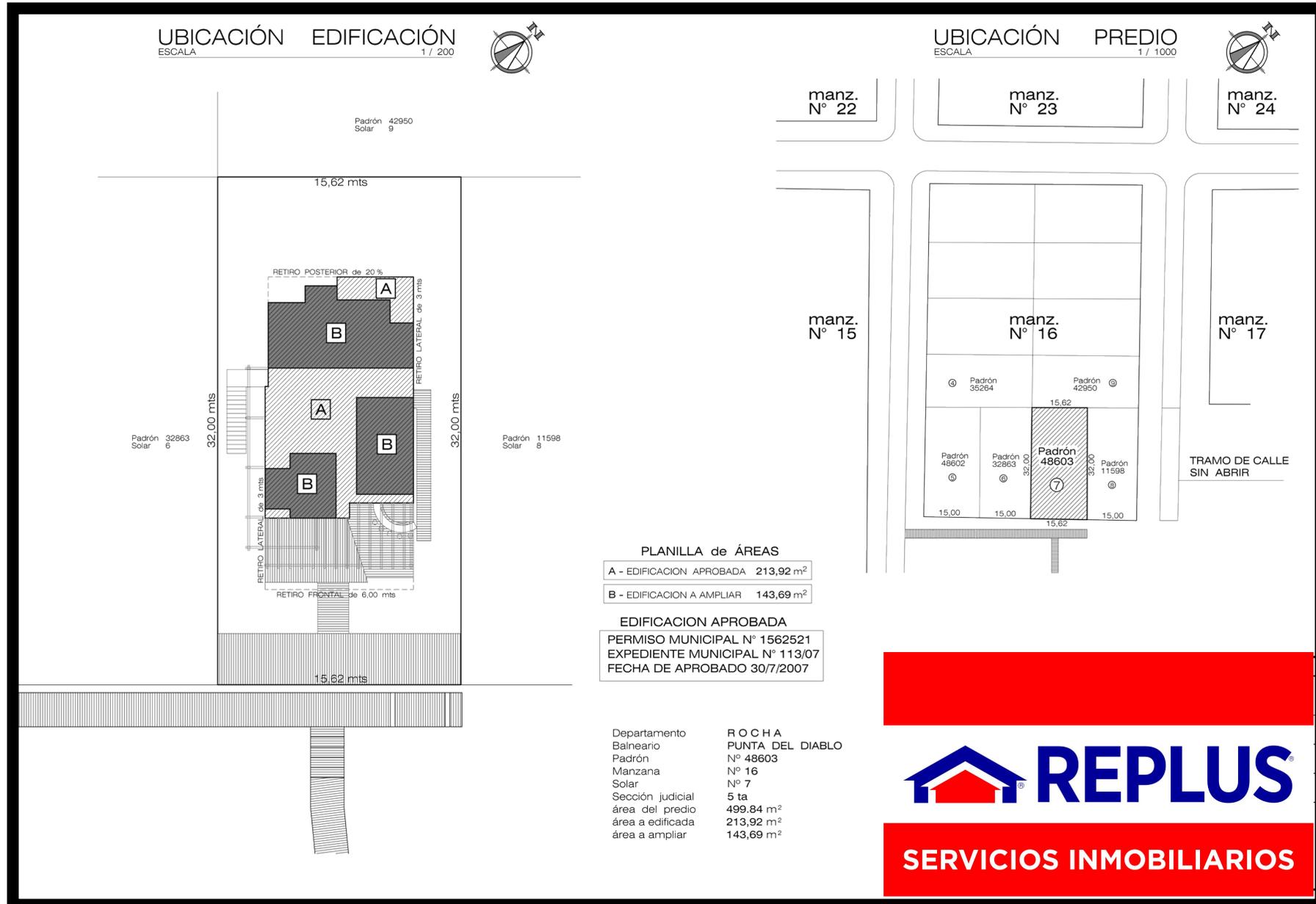
Comercializa:

REPLUS® Servicios Inmobiliarios
Punta del Diablo, Rocha, Uruguay
replus@replus.com.ar
Tel: +54 2355 431222
Cel: +54 9 2355 649552

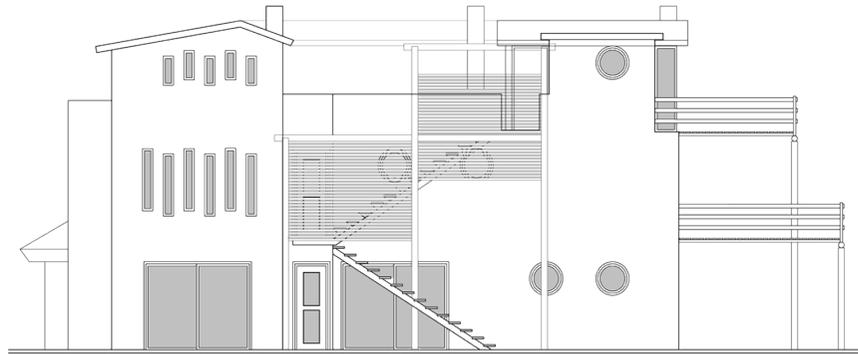
EDT HOSTEL (UBICACIÓN)



EDT PLAYA SUÍTES (UBICACIÓN)



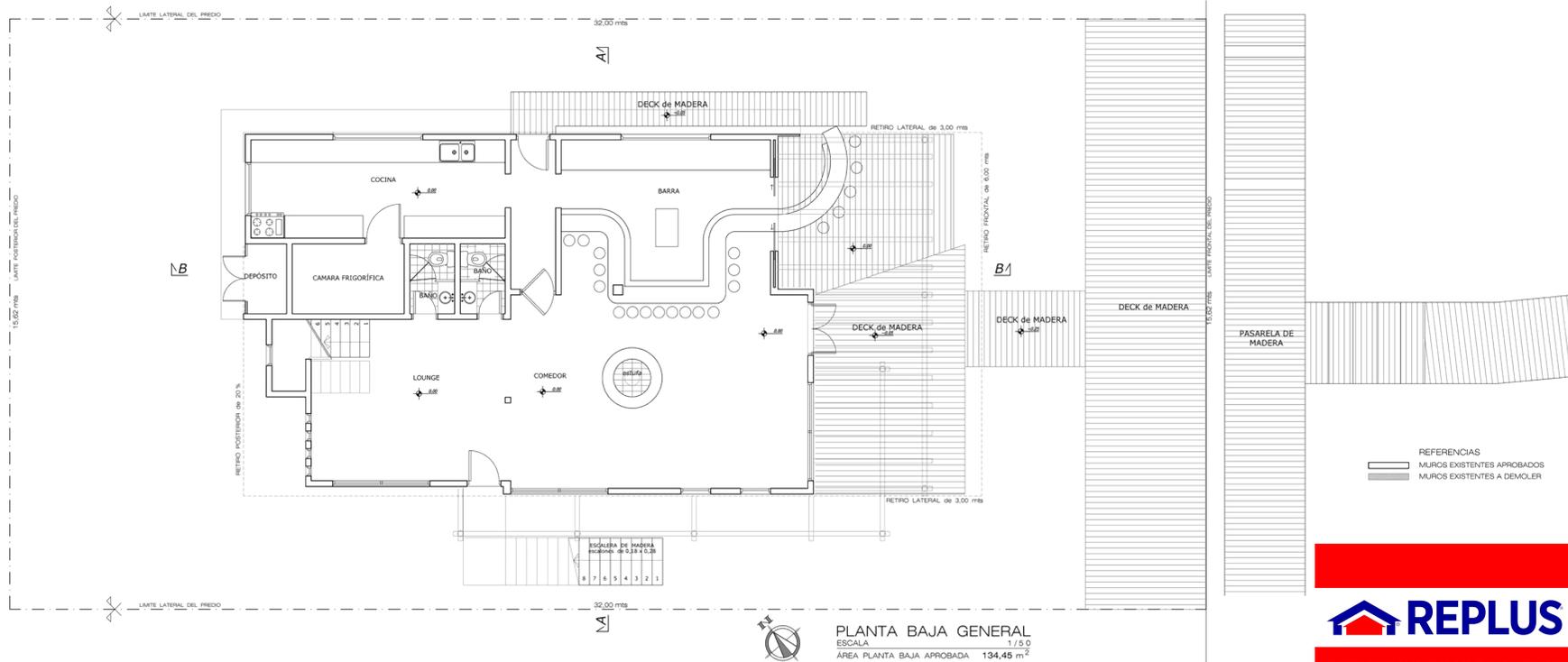
EDT PLAYA SUÍTES (PLANTA BAJA)



FACHADA SUR OESTE
ESCALA 1/5.0



FACHADA SUR ESTE
ESCALA 1/5.0



PLANTA BAJA GENERAL
ESCALA 1/5.0
ÁREA PLANTA BAJA APROBADA 134,45 m²



EDT PLAYA SUÍTES (PLANTA ALTA)



APÉNDICE B

- ESTADO DE RESULTADOS DE 5 AÑOS EN CARÁCTER ANUAL.
- ESTADO DE RESULTADOS DE 5 AÑOS EN CARÁCTER MENSUAL.
- DECLARACIÓN PRO FORMA DE 5 AÑOS, CON OBSERVACIÓN EN MEJORAS.



EL DIABLO TRANQUILO
HOSTEL & BAR

SALES BOOK



BComercializa:
REPLUS® Servicios Inmobiliarios
Punta del Diablo, Rocha, Uruguay
replus@replus.com.ar
Tel: +54 2355 431222
Cel: +54 9 2355 649552

ESTADO DE RESULTADOS

DE 5 AÑOS EN CARÁCTER ANUAL.

Estado de Resultados de 5 años

Año Fiscal: Abril - Marzo

	2007-'08		2008-'09		2009-'10		2010-'11		2011-'12	
CAMAS DISPONIBLES	4.823		19.345		21.070		29.930		30.012	
CAMAS OCUPADAS	3.885		9.149		9.947		12.775		13.251	
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	80,6%		47,3%		47,2%		42,7%		44,2%	
PRECIO PROMEDIO POR HABITACIÓN	\$20,25		\$21,63		\$27,46		\$35,17		\$34,79	
REVPAR	\$16,31		\$10,23		\$12,96		\$15,01		\$15,36	
	Año		Año		Año		Año		Año	
	2007-'08		2008-'09		2009-'10		2010-'11		2011-'12	
GANANCIAS										
CAMAS	\$ 78.658	43,0%	\$ 197.922	48,0%	\$ 273.106	61,2%	\$ 449.355	83,9%	\$ 460.944	78,0%
COMIDAS Y BEBIDAS	\$ 97.241	53,2%	\$ 199.152	48,3%	\$ 164.700	36,9%	\$ 61.936	11,6%	\$ 112.801	19,1%
OTROS INGRESOS	\$ 7.024	3,8%	\$ 15.221	3,7%	\$ 8.667	1,9%	\$ 24.360	4,5%	\$ 17.414	2,9%
GANANCIAS TOTALES OPERACIONALES	\$ 182.923	100,0%	\$ 412.295	100,0%	\$ 446.473	100,0%	\$ 535.651	100,0%	\$ 591.160	100,0%
GASTOS										
CAMAS	\$ 14.416	18,3%	\$ 45.802	23,1%	\$ 70.108	25,7%	\$ 138.079	30,7%	\$ 126.524	27,4%
CONSUMIBLES	\$ 4.453	30,9%	\$ 22.162	48,4%	\$ 22.381	31,9%	\$ 32.114	23,3%	\$ 28.644	22,6%
PERSONAL	\$ 6.716	46,6%	\$ 18.793	41,0%	\$ 44.332	63,2%	\$ 70.401	51,0%	\$ 75.902	60,0%
OTROS	\$ 3.247	22,5%	\$ 4.847	10,6%	\$ 3.395	4,8%	\$ 35.564	25,8%	\$ 21.978	17,4%
COMIDAS Y BEBIDAS	\$ 85.116	87,5%	\$ 167.125	83,9%	\$ 162.189	98,5%	\$ 20.450	33,0%	\$ 133.565	118,4%
CONSUMIBLES	\$ 53.626	63,0%	\$ 115.658	69,2%	\$ 95.763	59,0%	\$ 12.021	58,8%	\$ 75.886	56,8%
PERSONAL	\$ 10.746	12,6%	\$ 45.122	27,0%	\$ 48.836	30,1%	\$ 7.305	35,7%	\$ 46.674	34,9%
OTROS	\$ 20.744	24,4%	\$ 6.345	3,8%	\$ 17.590	10,8%	\$ 1.124	5,5%	\$ 11.005	8,2%
OTROS INGRESOS	\$ 4.460	63,5%	\$ 10.678	70,2%	\$ 4.087	47,2%	\$ 10.150	41,7%	\$ 9.749	56,0%
GASTOS TOTALES OPERACIONALES	\$ 103.992	56,9%	\$ 223.605	54,2%	\$ 236.384	52,9%	\$ 168.679	31,5%	\$ 269.838	45,6%
INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	\$ 78.931	43,1%	\$ 188.690	45,8%	\$ 210.089	47,1%	\$ 366.972	68,5%	\$ 321.322	54,4%
OTROS GASTOS										
ADMINISTRATIVO Y GENERAL	\$ -	0,0%	\$ 5.000	1,2%	\$ 6.750	1,5%	\$ 14.500	2,7%	\$ 18.465	3,1%
GASTOS FIJOS DE LA PROPIEDAD	\$ 4.200	2,3%	\$ 4.840	1,2%	\$ 5.160	1,2%	\$ 5.800	1,1%	\$ 6.350	1,1%
VENTAS Y MARKETING	\$ 2.250	1,2%	\$ 3.000	0,7%	\$ 1.800	0,4%	\$ 1.600	0,3%	\$ 2.897	0,5%
REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO	\$ 8.000	4,4%	\$ 20.000	4,9%	\$ 9.800	2,2%	\$ 36.000	6,7%	\$ 19.691	3,3%
UTILIDADES	\$ 11.603	6,3%	\$ 23.654	5,7%	\$ 30.400	6,8%	\$ 33.160	6,2%	\$ 46.363	7,8%
TOTALIDAD DE 'OTROS GASTOS'	\$ 26.053	14,2%	\$ 56.494	13,7%	\$ 53.910	12,1%	\$ 91.060	17,0%	\$ 93.766	15,9%
INGRESOS OPERACIONALES NETOS	\$ 52.878	28,9%	\$ 132.196	32,1%	\$ 144.179	32,3%	\$ 275.912	51,5%	\$ 227.556	38,5%
INVERSIONES DE CAPITAL	\$ 744.000		\$ 17.500		\$ 256.000		\$ 19.000		\$ 19.500	

ESTADO DE RESULTADOS

DE 5 AÑOS EN CARÁCTER MENSUAL.

OTROS DETALLES

- El año pasado, Uruguay recibió casi 3 millones de turistas - un número que equivale a un 80% de su población. Los países latinoamericanos que le siguen en relación de turistas a habitantes son Panamá, con 45% y la República Dominicana con 44%.

- La llegada de turistas a Sudamérica aumentó un 11% en el año 2010. Uruguay particularmente recibió un aumento del 16%.

- Visas extranjeras emitidas en Uruguay por año desde 2007 al corriente año: (2007) 1.815.281; (2008) 1.997.884; (2009) 2.098.780; (2010) 2.407.676; (2011) 2.960.155.

- Gastos de turistas extranjeros en Uruguay, desde el 2007 al corriente año: (2007) 795.222.106; (2008) 1.028.687.497; (2009) 1.297.444.507; (2010) 1.478.245.642; (2011) 2.171.949.769

- Porcentaje de procedencia de nuestros huéspedes, por continente: Europe - 40% ; South America - 30.8% ; North America - 18.7%; Australia/Oceania - 8% ; Africa - 2.3% ; Asia - 0.2%

- Casi el 70% de nuestros huéspedes, proceden de 8 países particulares: Argentina - 14.2% ; USA - 13.6% ; UK - 10.8 % ; Uruguay - 9.2% ; Germany - 6.5% ; Australia - 6.2% ; Brazil - 4.6% ; Canada - 4.6%

- Punta del Diablo fue mencionada en la lista de Lonely Planet “Best in Travel” como un destino que no debe de perderse visitar – a continuación, la lista en su totalidad: Apia (Samoa), Bologna (Italy), Cordoba (Argentina), Miami (USA), Matsuyama (Japan), Chengdu (China), Fes (Morocco), Mumbai (India), Thessaloniki (Greece), Punta Del Diablo (Uruguay), Damascus (Syria), Vienna (Austria)

- Por segundo año consecutivo, Uruguay ha sido el país latinoamericano número 1 en el índice de calidad de vida de ‘International Living’. Las mejores métricas se atribuyeron a “Riesgo y Seguridad”, “Libertad”, “Clima” y “Salud”.

2012													
Meses	Ocupación %	Hab / Camas Ocupadas	Hab / Camas Disponibles	Alojamiento EDT	Alojamiento PS	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ganancias del Restaurante	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ventas Internas	Servicios Externos	Ganancia Total
January	95.7%	2433	2542	\$79,409	\$54,378	\$11,536	\$5,689	\$23,612	\$15,433	\$20,382	\$2,449	\$420	\$213,308
February	83.4%	1984	2378	\$44,056	\$30,438	\$9,814	\$2,197	\$16,955	\$10,104	\$12,349	\$2,393	\$564	\$128,869
March	96.1%	1425	2542	\$24,782	\$19,284	\$8,576	\$2,734	\$12,512	\$8,263	\$6,534	\$2,912	\$2,440	\$88,037
2011													
Meses	Ocupación %	Hab / Camas Ocupadas	Hab / Camas Disponibles	Alojamiento EDT	Alojamiento PS	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ganancias del Restaurante	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ventas Internas	Servicios Externos	Ganancia Total
January	93.4%	2373	2542	\$76,310	\$45,127	\$12,140	\$3,846	\$4,216	\$0	\$0	\$2,580	\$123	\$144,342
February	92.5%	2123	2,296	\$53,310	\$30,354	\$11,492	\$4,272	\$3,332	\$0	\$0	\$5,169	\$226	\$108,155
March	74.6%	1896	2,542	\$40,532	\$25,415	\$9,410	\$4,817	\$3,162	\$0	\$0	\$1,570	\$75	\$87,080
April	53.5%	1317	2,460	\$21,406	\$18,599	\$8,592	\$2,511	\$1,658	\$0	\$0	\$2,458	\$2	\$55,225
May	16.3%	425	2,542	\$1,424	\$9,009	\$5,598	\$9,97	\$1,054	\$0	\$0	\$532	\$56	\$18,270
June	11.3%	277	2,460	\$5,432	\$1,273	\$800	\$336	\$0	\$201	\$280	\$25	\$25	\$9,077
July	9.9%	251	2,542	\$777	\$4,332	\$2,881	\$769	\$244	\$0	\$185	\$30	\$11	\$9,229
August	7.5%	190	2,542	\$1,731	\$3,509	\$3,012	\$1,684	\$317	\$0	\$217	\$8	\$64	\$10,543
September	17.0%	419	2,460	\$5,206	\$3,051	\$3,079	\$2,564	\$1,669	\$844	\$3,449	\$348	\$98	\$20,248
October	25.3%	642	2,542	\$6,777	\$7,419	\$4,272	\$1,097	\$6,356	\$1,617	\$4,223	\$1,141	\$210	\$33,112
November	40.7%	1481	2,460	\$23,256	\$19,458	\$8,833	\$3,868	\$19,484	\$2,639	\$10,128	\$2,763	\$142	\$87,701
December	73.7%	1924	2,542	\$41,203	\$33,382	\$11,496	\$4,134	\$25,108	\$7,774	\$19,218	\$3,161	\$160	\$144,637
YTD Actual	44.5%	13,330	29,930	\$272,623	\$200,088	\$110,998	\$36,945	\$166,945	\$56,494	\$220,040	\$11,392	\$727,559	
2010													
Meses	Ocupación %	Hab / Camas Ocupadas	Hab / Camas Disponibles	Alojamiento EDT	Alojamiento PS	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ganancias del Restaurante	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ventas Internas	Servicios Externos	Ganancia Total
January	95.6%	1732	1,811	\$60,593	\$5,847	\$8,458	\$5,125	\$42,168	\$10,645	\$25,384	\$579	\$68	\$158,866
February	89.7%	1921	2,142	\$32,546	\$23,181	\$7,955	\$2,314	\$40,452	\$10,480	\$22,547	\$857	\$77	\$140,409
March	71.2%	1811	2,542	\$24,437	\$21,136	\$7,854	\$1,794	\$30,485	\$6,685	\$17,338	\$2,185	\$143	\$112,057
April	35.1%	863	2,460	\$9,787	\$16,632	\$4,891	\$1,845	\$18,169	\$2,298	\$10,131	\$1,049	\$23	\$64,485
May	12.8%	326	2,542	\$556	\$7,538	\$2,240	\$1,067	\$3,154	\$4,407	\$1,890	\$929	\$26	\$23,707
June	10.8%	266	2,460	\$588	\$6,403	\$1,273	\$1,458	\$0	\$0	\$232	\$18	\$18	\$9,972
July	11.0%	279	2,542	\$422	\$4,562	\$1,854	\$1,895	\$0	\$0	\$0	\$373	\$6	\$9,312
August	9.5%	242	2,542	\$42	\$4,692	\$2,678	\$1,784	\$0	\$0	\$0	\$320	\$6	\$9,521
September	15.3%	377	2,460	\$96	\$7,183	\$3,152	\$2,368	\$0	\$0	\$0	\$952	\$33	\$13,784
October	28.5%	725	2,542	\$4,473	\$11,331	\$4,540	\$1,994	\$12,372	\$3,395	\$0	\$1,417	\$46	\$36,172
November	55.1%	1355	2,460	\$14,889	\$15,203	\$6,784	\$2,984	\$33,395	\$3,395	\$0	\$3,801	\$62	\$46,338
December	76.7%	1990	2,542	\$44,867	\$30,744	\$19,867	\$3,784	\$44,216	\$0	\$0	\$3,148	\$78	\$106,625
YTD Actual	40.8%	11,847	29,045	\$192,095	\$153,452	\$75,470	\$164,331	\$164,331	\$15,740	\$686	\$17,940	\$686	\$729,247
2009													
Meses	Ocupación %	Hab / Camas Ocupadas	Hab / Camas Disponibles	Alojamiento EDT	Alojamiento PS	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ganancias del Restaurante	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ventas Internas	Servicios Externos	Ganancia Total
January	94.5%	1953	1,643	\$43,377	\$0	\$2,913	\$3,531	\$61,419	\$9,724	\$33,481	\$2,647	\$1,640	\$158,732
February	92.5%	1372	1,484	\$22,582	\$0	\$2,022	\$3,031	\$34,578	\$6,942	\$19,174	\$1,394	\$1,478	\$101,577
March	73.1%	1201	1,643	\$25,606	\$0	\$2,482	\$2,683	\$27,467	\$13,047	\$8,728	\$1,341	\$874	\$82,228
April	56.0%	874	1,990	\$17,338	\$0	\$1,860	\$748	\$12,871	\$3,871	\$6,941	\$16	\$90	\$40,447
May	22.0%	362	1,643	\$7,491	\$0	\$1,689	\$1,178	\$860	\$642	\$411	\$227	\$400	\$19,993
June	9.8%	156	1,990	\$2,735	\$0	\$600	\$841	\$0	\$0	\$0	\$168	\$0	\$4,344
July	9.1%	150	1,643	\$2,813	\$0	\$600	\$990	\$0	\$0	\$0	\$186	\$0	\$4,589
August	6.2%	102	1,643	\$1,721	\$0	\$600	\$1,477	\$0	\$0	\$0	\$150	\$0	\$3,948
September	14.7%	233	1,990	\$4,196	\$0	\$980	\$974	\$0	\$0	\$0	\$321	\$0	\$6,351
October	28.8%	474	1,643	\$7,774	\$1,680	\$1,895	\$0	\$1,645	\$3,154	\$356	\$240	\$16,684	
November	48.9%	778	1,990	\$20,562	\$15,203	\$4,216	\$2,54	\$19,348	\$6,878	\$6,142	\$423	\$86	\$85,119
December	82.4%	1354	1,643	\$40,202	\$0	\$7,846	\$2,894	\$8,990	\$0,990	\$13,846	\$628	\$357	\$103,770
YTD Actual	44.5%	8,609	19,345	\$207,908	\$0	\$18,092	\$17,370	\$172,929	\$26,185	\$101,901	\$11,071	\$1,800	\$529,956
2008													
Meses	Ocupación %	Hab / Camas Ocupadas	Hab / Camas Disponibles	Alojamiento EDT	Alojamiento PS	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ganancias del Restaurante	Costos de Personal	Costos de Consumibles	Ventas Internas	Servicios Externos	Ganancia Total
January	90.9%	1493	1,643	\$33,445	\$0	\$2,694	\$2,008	\$49,518	\$4,329	\$28,274	\$3,247	\$0	\$122,514
February	85.9%	1321	1,537	\$25,633	\$0	\$2,414	\$1,513	\$28,714	\$4,397	\$15,198	\$1,649	\$0	\$79,518
March	65.2%	1071	1,643	\$16,608	\$0	\$1,608	\$932	\$19,009	\$2,020	\$10,154	\$2,128	\$0	\$55,432
April	35.0%	557	1,990	\$8,234	\$0	\$439	\$1,406	\$7,541	\$568	\$3,598	\$854	\$0	\$22,639
May	19.9%	327	1,643	\$5,388	\$0	\$426	\$1,630	\$944	\$286	\$1,995	\$98	\$0	\$10,736
June	9.7%	110	1,990	\$2,493	\$0	\$273	\$1,130	\$713	\$377	\$4	\$21	\$94	\$4,275
July	18.6%	305	1,643	\$4,294	\$0	\$272	\$2,144	\$1,870	\$633	\$1,767	\$141	\$0	\$11,111
August	18.7%	307	1,643	\$5,902	\$0	\$684	\$746	\$3,136	\$398	\$3,465	\$172	\$0	\$14,503
September	17.9%	284	1,990	\$4,671	\$0	\$392	\$1,232	\$2,889	\$1,118	\$3,556	\$571	\$0	\$14,428
October	35.0%	575	1,643	\$11,870	\$6,40	\$993	\$6,954	\$2,180	\$2,748	\$687	\$687	\$0	\$26,072
November	73.7%	1172	1,990	\$22,589	\$0	\$2,634	\$1,431	\$19,654	\$4,745	\$11,566	\$152	\$0	\$62,771
December	83.1%	1366	1,643	\$30,541	\$0	\$5,476	\$2,762	\$5,476	\$25,270	\$1,308	\$1,800	\$0	\$104,956
YTD Actual	45.9%	8,908	19,388	\$174,638	\$0	\$18,092	\$17,370	\$172,929	\$26,185	\$101,901	\$11,071	\$1,800	\$529,956

DECLARACIÓN PRO FORMA

DE 5 AÑOS, CON OBSERVACIÓN EN MEJORAS.

Declaración Pro Forma

CAMAS DISPONIBLES	30.012	31.772	30.012	31.812	30.012	34.152	31.392	35.722	30.012	34.152	30.012	34.152
HABITACIONES OCUPADAS	13.251	14.677	13.251	14.781	13.251	16.770	13.803	17.541	13.251	16.770	13.251	16.770
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	44,2%	46,2%	44,2%	46,5%	44,2%	49,1%	44,0%	49,1%	44,2%	49,1%	44,2%	49,1%
PRECIO PROMEDIO POR HABITACIÓN	\$34,79	\$31,41	\$36,52	\$36,87	\$40,27	\$42,94	\$43,64	\$46,34	\$51,31	\$54,71	\$57,91	\$61,76
REVPAR	\$15,36	\$14,51	\$16,13	\$17,13	\$17,78	\$21,09	\$19,19	\$22,75	\$22,65	\$26,87	\$25,57	\$30,32
	Año		Año		Año		Año		Año		Año	
	Base: '11-'12		2012-'13		2013-'14		2014-'15		2015-'16		2016-'17	

GANANCIAS

HABITACIONES	\$ 460.944	78,0%	\$ 483.992	81,9%	\$ 533.601	85,8%	\$ 602.302	87,4%	\$ 679.848	87,0%	\$ 767.379	86,5%
c/ utilización de habitaciones del personal	\$ -	0,0%	\$ 544.979	66,8%	\$ 600.839	59,0%	\$ 678.197	59,0%	\$ 765.515	59,0%	\$ 864.075	59,0%
y adición de acomodaciones de calidad	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ 720.139	70,7%	\$ 812.857	70,7%	\$ 917.512	70,7%	\$ 1.035.642	70,7%
COMIDAS Y BEBIDAS	\$ 112.801	19,1%	\$ 118.441	20,0%	\$ 130.581	21,0%	\$ 147.394	21,4%	\$ 166.370	21,3%	\$ 187.791	21,2%
Restaurant abierto al público		0,0%	\$ 270.818	33,2%	\$ 298.577	29,3%	\$ 337.019	29,3%	\$ 380.410	29,3%	\$ 429.388	29,3%
OTROS INGRESOS	\$ 17.414	2,9%	\$ 19.382	3,1%	\$ 24.895	3,6%	\$ 31.976	4,1%	\$ 41.072	4,6%	\$ 52.755	5,2%
Ganancias Operativas	\$ 591.160	100,0%	\$ 621.814	100,0%	\$ 689.077	100,0%	\$ 781.672	100,0%	\$ 887.291	100,0%	\$ 1.007.925	100,0%
Ganancias Operativas Con Mejoras	\$ -	0,0%	\$ 815.797	100,0%	\$ 1.018.716	100,0%	\$ 1.149.876	100,0%	\$ 1.297.922	100,0%	\$ 1.465.029	100,0%

GASTOS

	Año Base		Período Copa del Mundo				Período Juegos Olímpicos					
HABITACIONES	\$ 126.524	27,4%	\$ 139.176	28,8%	\$ 153.094	28,7%	\$ 168.403	28,0%	\$ 185.244	27,2%	\$ 203.768	26,6%
COMIDAS Y BEBIDAS	\$ 133.565	107,8%	\$ 100.675	85,0%	\$ 110.994	85,0%	\$ 125.284	85,0%	\$ 141.415	85,0%	\$ 159.622	85,0%
OTROS INGRESOS	\$ 9.749	56,0%	\$ 9.691	50,0%	\$ 12.447	50,0%	\$ 15.988	50,0%	\$ 20.536	50,0%	\$ 26.378	0,0%
Gastos Operativos Totales	\$ 269.838	43,6%	\$ 249.542	40,1%	\$ 276.535	40,1%	\$ 309.676	39,6%	\$ 347.195	39,1%	\$ 389.768	38,7%
Gastos Operativos Totales Con Mejoras	\$ -	0,0%	\$ 392.458	100,0%	\$ 447.474	100,0%	\$ 501.384	100,0%	\$ 562.223	100,0%	\$ 630.983	100,0%
INGRESOS OPERACIONALES BRUTOS	\$ 321.322	56,4%	\$ 372.272	59,9%	\$ 412.541	59,9%	\$ 471.996	60,4%	\$ 540.096	60,9%	\$ 618.157	61,3%
GOI Con Mejoras	\$ -	0,0%	\$ 423.339	51,9%	\$ 571.242	56,1%	\$ 648.491	56,4%	\$ 735.699	56,7%	\$ 834.046	56,9%
OTROS GASTOS												
ADMINISTRATIVOS Y GENERALES	\$ 18.465	3,1%	\$ 20.312	3,3%	\$ 22.343	3,6%	\$ 24.577	4,0%	\$ 27.035	4,3%	\$ 29.738	4,8%
GASTOS FIJOS DE LA PROPIEDAD	\$ 6.350	1,1%	\$ 6.985	1,1%	\$ 7.684	1,1%	\$ 8.452	1,1%	\$ 9.297	1,0%	\$ 10.227	1,0%
VENTAS Y MARKETING	\$ 2.897	0,5%	\$ 3.187	0,5%	\$ 3.505	0,6%	\$ 3.856	0,6%	\$ 4.241	0,7%	\$ 4.666	0,8%
REPARACIONES Y MANTENIMIENTO	\$ 19.691	3,3%	\$ 21.660	3,5%	\$ 23.826	3,8%	\$ 26.209	4,2%	\$ 28.830	4,6%	\$ 31.713	5,1%
UTILIDADES	\$ 46.363	7,8%	\$ 50.999	8,2%	\$ 56.099	9,0%	\$ 61.709	9,9%	\$ 67.880	10,9%	\$ 74.668	12,0%
OTROS GASTOS TOTALES	\$ 93.766	15,9%	\$ 103.143	16,6%	\$ 113.457	18,2%	\$ 124.803	20,1%	\$ 137.283	22,1%	\$ 151.011	24,3%
OTROS GASTOS TOTALES CON MEJORAS	\$ -	0,0%	\$ 110.304	13,5%	\$ 121.334	11,9%	\$ 133.468	11,6%	\$ 146.814	11,3%	\$ 161.496	11,0%
INGRESOS OPERATIVOS NETOS	\$ 227.556	38,5%	\$ 269.130	43,3%	\$ 299.085	43,4%	\$ 347.193	44,4%	\$ 402.813	45,4%	\$ 467.146	46,3%
NOI Con Mejoras			\$ 313.035	38,4%	\$ 449.908	44,2%	\$ 515.024	44,8%	\$ 588.884	45,4%	\$ 672.551	45,9%

Inversiones de Capital Requeridas	-	\$ 24.000	\$ 135.000	\$ -	\$ -	\$ -
-----------------------------------	---	-----------	------------	------	------	------

Supuestos: Uruguay recibirá un aumento de turismo del 5% dado que Brazil será anfitrión de los dos mayores eventos deportivos del mundo, un tercio del 15% que Brazil estima.

Los cuartos del personal consisten en 28 dormitorios y 6 habitaciones privadas, a alquilar a un 20% de descuento de los costos dentro del hostel, sólo durante los 45 días de pico de temporada.

Una nueva construcción agregaría 40 dormitorios y 6 habitaciones privadas, también a un 20% de descuento por esos 45 días.

Los ingresos del Restaurante se mantuvieron estables en un 85% de ingresos siendo abierto sólo para los huéspedes y en 80% estando abierto al público.