

PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL



UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Proyecto de Inversión destinado a la construcción de un complejo de cabañas en la localidad de San Jerónimo provincia de San Luis”.

2008

ALUMNO: RETA CARDINALI JUAN PABLO.

Índice Temático

Capítulo 1: Presentación del Proyecto	1
1.1 Tema de Estudio	1
1.2 Introducción	2
1.3 Objetivo General	4
1.4 Objetivos Específicos	4
1.5 Marco Metodológico	5
1.6 Marco Teórico	6
Proyecto de Inversión	6
Turismo	15
Recursos termales	25
Capítulo 2: Estudio de Perfil de Proyecto	28
2.1 Análisis del sector	28
2.2 Provincia de San Luis	33
• Localización	33
• Geopolítica de la provincia	33
• Zonas turísticas de la provincia	35
• Atractivos turísticos de la provincia	38
2.3 Estudio de la Demanda	57
• Análisis histórico de la demanda turística	57
2.4 Oferta turística	68
2.5 Análisis de Microentorno	71
2.6 Análisis FODA de la Industria Turística	76
3. Conclusión del diagnóstico	78
Propuesta	81
Capítulo 3: Estudio de Prefactibilidad	82
3.1 Viabilidad Comercial	82

• Marketing Mix	82
• Producto	82
• Precio	83
• Plaza	85
• Promoción	86
<i>3.2 Viabilidad Técnica</i>	88
<i>3.3 Viabilidad Legal</i>	90
<i>3.4 Viabilidad Organizacional y Administrativa</i>	92
• Organigrama	93
<i>3.5 Viabilidad Económica y Financiera</i>	94
• Viabilidad Financiera	98
• Flujo de Fondo con financiación	100
• Flujo de Fondo sin financiación	101
Capítulo 4: Conclusión	105
Bibliografía	108
Anexos	110

Índice de tablas y gráficos:

Gráfico N 1: Mapa de la Provincia de San Luis	33
<i>Tabla N 1: Indicadores por Zonas</i>	35
<i>Tabla N 2: Alojamientos en la Ciudad de San Luis</i>	41
<i>Gráfico N 2: Zonas de Afluentes Termales</i>	52
<i>Gráfico N 3: Tasa de Crecimiento de Ocupación</i>	58
<i>Tabla N 3: Ocupación Hotelera y Extra hotelera. 2007</i>	62
<i>Tabla N 4: Procedencia y cantidad de arribos a la provincia desde el país</i>	63
<i>Tabla N 5: Procedencia y cantidad de arribos a la provincia desde el exterior</i>	64
<i>Gráfico N4: Nivel Socioeconómico de los turistas. 2008</i>	65
<i>Gráfico N 5: Procedencia de arribos nacionales 2008</i>	66
<i>Tabla N 6: Procedencia de arribos nacionales</i>	66
<i>Gráfico 6: Procedencia de Turistas extranjeros 2008</i>	67
<i>Tabla N 7: Cantidad de Establecimientos en la Provincia 2007</i>	69
<i>Tabla N 8: Cantidad de Establecimientos Gastronómicos en la Provincia 2007</i>	70
<i>Tabla N 9: Cantidad de Establecimientos en San Jerónimo. 2007</i>	71
<i>Tabla N 10: Cantidad de Establecimientos Gastronómicos en San Jerónimo. 2007</i>	71
<i>Tabla N 11: Tarifas Hotel Los Tamarindos</i>	73
<i>Gráfico N 7: Localización del Complejo</i>	86
<i>Gráfico N 8: Organigrama del Complejo de Cabañas</i>	93
<i>Tabla N 12: Costo Anual Previsto para RRHH</i>	93

Tabla N 13: Costo Unitario de Construcción	95
Tabla N 14: Inversión Inicial en el Complejo de Cabañas	96
Tabla N 15: Costos Fijos Anuales	97
Tabla N 16: Costos Variables Anuales	97
Tabla N 17: Ingresos Anuales	97
Tabla N 18: Niveles de Ocupación anuales	99
Tabla N 19: Flujo de Fondo con Financiación externa	100
Tabla N 20: Flujo de Fondo con Capital Propio	101
Tabla N 21: VAN y TIR del Proyecto	102
Tabla N 22: Analisis de Sensibilidad	103
Grafico N 9: Evolución de la Ocupación	104

Capitulo 1: Presentación del proyecto:

1. 1 Tema de Estudio:

Proyecto de Inversión destinado a la construcción de un complejo de cabañas en la provincia de San Luis.

1.2 Introducción:

En el presente trabajo se analiza la factibilidad de desarrollar un complejo de cabañas en la localidad de San Jerónimo, Provincia de San Luis, en función de lo cual se llevará a cabo un análisis del sector turístico en la Provincia con el objetivo de obtener la información necesaria para la toma de decisiones de inversión turística.

El tema de estudio seleccionado responde a la intención de llevar a la práctica los temas aprendidos a lo largo de la carrera universitaria a fin de acercar los conceptos teóricos a la realidad. Por su parte la elección de la provincia en la que se desea realizar el proyecto se basa en la diversidad de recursos naturales y culturales que presenta la misma, lo cual unido al gran crecimiento del sector turístico y el escaso desarrollo del mismo en la provincia la convierte en una gran oportunidad. Dentro de la provincia se elige como lugar de establecimiento del proyecto, la localidad de San Jerónimo, debido a que se considera que el recurso natural con el que cuenta es de gran importancia turística, si consideramos que en los últimos años ha habido un gran auge de lo que se conoce como el "turismo termal"¹.

El presente estudio se realizó teniendo en cuenta el potencial turístico que tiene la región analizada, en el período 2005-2008. Sin embargo, para entender el comportamiento del sector en este período fue necesario incorporar en el análisis información referida a períodos previos al establecido en la investigación.

Al inicio de la etapa de análisis, se realizó un trabajo de campo con el objeto de recabar información no disponible vinculada a variables consideradas relevantes para el objetivo propuesto, a fin de identificar la demanda y la oferta. El relevamiento de datos primarios se realizó en los meses de enero y junio 2007, utilizando encuestas individuales semi-estructuradas dirigidas a empresarios hoteleros que desarrollan su actividad en la localidad.

Este trabajo no pretende realizar un análisis general y completo del turismo que, por su complejidad, sería inabarcable y seguramente incompleto. Sino que se trata de realizar un estudio exploratorio a fin de determinar el auge del sector y analizar la

¹ <http://www.lexureditorial.com/boe/0610/18276.htm>

factibilidad de desarrollar el proyecto de inversión deseado. De este modo se llega al presente en el que se muestran los aspectos sustantivos y/o elementos estratégicos con el cual se debe estudiar el turismo, con una visión que implica integrar el sector a la estructura económica provincial y/o regional respetando los principios de sustentabilidad.

El mismo se estructura en cuatro capítulos. En la primera parte de este trabajo se presenta el tema de estudio elegido, se esclarecen los objetivos que guiarán al mismo y la metodología empleada. También contiene el marco teórico general en el cual se insertará el tema analizado, subdividiéndose tal marco en tres partes. La primer parte se desarrollan los conceptos referidos a proyectos de inversión, posteriormente se definen aquellos que se relacionan con el turismo, su composición, y su estudio. Por último se realiza una breve descripción de que son los recursos termales y como explotarlos.

En el segundo capítulo se presentan aspectos conceptuales referidos al turismo, los impactos generados por esta actividad, y se exponen distintos indicadores que evidencian la importancia del turismo como actividad económica para el desarrollo de nuestro país. Contiene, además la descripción del sector turístico en San Luis, mostrando las características del mismo a lo largo de esta provincia, los distintos atractivos y servicios que ofrece la misma. Adicionalmente y adentrándonos en la localización seleccionada, se describe la localidad de San Jerónimo y las atracciones que se encuentran en un radio de 50 kilómetros, mostrando la proximidad de la localidad elegida respecto del aeropuerto y la mayoría de los circuitos turísticos más visitados de la provincia, lo cual pone de manifiesto la importancia de la localidad analizada para realizar el proyecto no solo por sus recursos naturales sino también por su ubicación.

Posteriormente, en el capítulo tres se desarrolla el análisis de prefactibilidad, en donde se analiza el proyecto desde las viabilidades comercial, técnica, legal organización y administrativa, y económica financiera.

Finalmente, se desarrolla la conclusión indicando si, en base a la información recolectada, es viable o no

1.3 Objetivo General del Trabajo Final de Graduación:

Realizar un análisis de prefactibilidad de un complejo de cabañas durante el periodo 2008-2010 en San Jerónimo, provincia de San Luis.

1.4 Objetivos Específicos:

1. Realizar un análisis del sector turístico de la provincia
2. Definir la localización del complejo de cabañas.
3. Analizar la demanda y la oferta de alojamiento en la región y en la provincia.
4. Realizar un análisis FODA del desarrollo de la industria turística en la provincia de San Luis.
5. Estudiar la viabilidad del proyecto desde las perspectivas: legal, técnica, organizacional y administrativa, comercial y económica-financiera.

1.5 Metodología:

El presente trabajo de campo sigue un perfil metodológico de carácter exploratorio y descriptivo, a fin de obtener un diagnóstico de la situación que sirva de marco de referencia para tomar decisiones, respecto de la viabilidad del proyecto de inversión analizado. En función de los objetivos se utilizaron diversas fuentes de información. Las mismas se dividen en dos tipos:

Fuentes primarias: que incluyen los datos estadísticos y económicos consultados del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos –INDEC-, de la Secretaría de Turismo de la Nación, de la Fundación para la Integración Federal -Funif-, del Gobierno de la Provincia a través del Ministerio de Hacienda y de la Dirección Provincial de Estadísticas y Censo de San Luis . También se consultó la legislación y reglamentaciones vigentes tanto provinciales como nacionales, el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable Argentina 2016.

Fuentes secundarias: son aquellas donde resaltan conceptualizaciones y teorías sobre inversión y toda aquella bibliografía respecto al tema de análisis. Estas fuentes son muy importantes, en cuanto brindan un sustento teórico para llevar adelante el análisis.

1.6 Marco Teórico:

En la siguiente sección se conceptualiza la terminología utilizada en el presente trabajo. La misma se subdivide en tres partes: en la primera se desarrollan los conceptos referidos a proyectos de inversión, posteriormente se definen aquellos que se relacionan con el turismo, su composición, y su estudio. Por último se realiza una breve descripción del recurso termal y su explotación.

Proyectos de Inversión:

“Un Proyecto de Inversión es la búsqueda de una solución inteligente al planteo de un problema que tiende a resolver una necesidad, que nos permite decidir si conviene o no realizar la inversión que se está analizando y en donde intervienen múltiples disciplinas que ayudarán al investigador a tomar la decisión más acertada”²

A fin de explicitar con mayor precisión el concepto de inversión, a continuación se establecen algunos criterios:

El término inversión se puede definir desde distintas perspectivas:

- Jurídica: Objeto de un derecho de propiedad y de formar parte del patrimonio de una persona física o jurídica.
- Financiera: Colocación en el mercado financiero de los excedentes de ingresos no consumidos. Recordando que
Ingreso = Consumo + Ahorro
- Económica: Consiste en relacionar bienes económicos a tareas productivas.

² Sapag Chain Nassir. “Preparación y Evaluación de proyectos” 2003. 4ta Ed. Mc Graw Hill. Pág. n 1.

Por lo tanto se puede definir un proyecto de inversión como un plan al cual si se le asignan recursos de capital y se le proporcionan insumos podrá generar un bien o servicio que permita satisfacer una necesidad.

El proceso de preparación y evaluación de proyectos:³

Según Sapag Chain Nassir a la hora de realizar un proyecto de inversión, se debe cumplir con tres etapas las cuales se describen a continuación:

A. IDEA:

Las ideas pueden surgir en respuesta a una oportunidad de negocio o a un problema que necesita de una solución eficiente. Ahora bien, las ideas carecen de objetividad, son representaciones que una persona hace en su mente como primer entendimiento de una cosa. Es por esto que representa simplemente el puntapié inicial del estudio y debe estar seguido por:

B. PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE LA IDEA:

En esta etapa el investigador va a decidir si desechar la idea o continuar estudiando el proyecto.

Aquí, quien analiza la idea debe atravesar tres fases⁴ distintas dependiendo de la cantidad y calidad de la información con la que cuente. La primera fase *perfil*, es aquella en donde la calidad y cantidad de información es escasa y se evalúa la idea según la información disponible y la experiencia. La segunda etapa es la de *prefactibilidad*, paso en el que se van profundizando los estudios de las diversas viabilidades. Aquí se cuenta con información de fuente secundaria y se realizan algunas estimaciones de inversiones y costos, lo cual le permite al investigador reducir la incertidumbre para aproximarse a la etapa decisoria. La tercera es la etapa de *factibilidad* donde ya la información es de tipo primaria (es generada por la fuente misma de información) y demostrativa.

³ Op.Cit. Pág. n 15.

⁴ Op.Cit.. Pág. n 17 a 20.

En la factibilidad, ya se cuenta con datos cualitativos y cuantitativos que permite aceptar o rechazar el proyecto fundándose en antecedentes precisos y confiables. Dependiendo de los resultados obtenidos en el perfil, el investigador decidirá si continuar con el estudio o abandonar la idea.

La manera de ordenar estos estudios divididos por etapas, es a través del análisis de viabilidades del proyecto, el cual se presenta a continuación:

Estudio de Viabilidades:⁵

Ya dentro de la etapa de prefactibilidad, el evaluador del proyecto deberá realizar un estudio de viabilidad a los fines de investigar en mayor detalle las dificultades o ventajas que se podrían presentar si se lleva a cabo la inversión. Dentro de estas viabilidades se debe incluir:

- Viabilidad Técnica: Busca determinar si es física y materialmente posible realizar el proyecto. En este caso, se deberá estudiar las características del terreno, los servicios con los que cuenta y los que se deben instalar, la disponibilidad de materiales de construcción así como también de personas capacitadas dentro del rubro y los costos asociados a dicha edificación.
- Viabilidad Legal: Se refiere a la necesidad de determinar tanto la inexistencia de trabas legales para la operación de un proyecto, como la inexistencia de normas internas de la empresa que pudieran comprometer la puesta en marcha del mismo. Es importante también detectar aquí, si existen ventajas o incentivos otorgados por el Estado que puedan beneficiar a la actividad involucrada en el estudio como por ejemplo, ventajas impositivas.

Dentro de esta viabilidad, un aspecto que adquiere relevancia es el desempeño ético de la actividad. Es por esto que el inversor deberá planear el desarrollo del proyecto bajo parámetros sustentables, respetando la comunidad circundante y colaborando con

⁵. Op.Cit. Pág. 20.

la misma, brindándole al público, la sociedad en la cual el emprendimiento esta inserta, aquellos bienes por los cuales el negocio queda legitimado en la sociedad, por cual la actividad adquiere sentido⁶. Es decir brindar el servicio turístico que el cliente solicita ofreciéndole un trato hospitalario al turista y evitando una competencia desleal con el resto de las empresas del rubro.

- Viabilidad Comercial: Se ha demostrado que dentro de la industria hotelera, el marketing ha pasado a ser la herramienta de gestión más importante para el directivo, pues es capaz de causar en el cliente ilusiones, emociones, expectativas, valores y sensaciones únicas⁷.

El concepto de marketing, definido por Kotler se detalla a continuación como “*la capacidad de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes de forma rentable*”. Lo que nos indica que es imposible vender algo que no tenga valor para un cliente y no satisfaga, por ende, ninguna de sus necesidades.

En respuesta a esto, la actividad turística debe hacer un gran esfuerzo creativo y designar parte importante de sus recursos a fines conocer como se comporta la demanda y, en función de ésta, definir la estrategia de comercialización más adecuada. En términos generales, cuando se define una estrategia hay que tener en cuenta que existen dos grandes dimensiones: el marketing estratégico y el marketing operacional.

Cuando se planea estratégicamente, se están tomando decisiones a largo plazo, las cuales van a marcar el camino a seguir de la empresa. Las decisiones que se toman en esta etapa de la planificación son las siguientes:

- Determinación del mercado meta.
- Evaluación de la demanda.
- Posicionamiento de la empresa o producto.

En cambio, las decisiones operativas son aquellas que se toman en plazos de tiempo más cortos y responden a:

- Investigaciones de mercado.
- Análisis del entorno.

⁶ Cortina ,Adela. "Ética de la empresa" 2000. Ed.Trotta Pág. 33.

⁷ Gallego, Felipe Jesús. "Gestión de Hoteles. Una Nueva Visión", 2002.Ed. THOMSOM PARANINFO.

- Establecimiento de los objetivos de venta.
- Desarrollo del MKT MIX o 4 "P": Producto, Precio, Plaza, Promoción.
- Presupuestos.
- Evaluación de resultados.

Indudablemente, con estas herramientas lo que las compañías buscan es lograr fidelidad en sus clientes de tal manera que, al momento de necesitar el producto o servicio que las mismas ofrece, no duden en elegirlos.

- Viabilidad Organizacional y administrativa: Dentro de la misma se evalúa si existen en la empresa personas con capacidad de llevar adelante el proyecto, implementando herramientas de gestión eficientes y administrando los recursos de manera correcta. Si bien muchos de los conceptos de gestión empresarial se pueden aplicar en un negocio independientemente de la industria que se trate, como por ejemplo el desarrollo de un plan de negocios, los estudios financieros y contables, la gestión del personal, la logística de aprovisionamiento, entre otros; hay ciertos aspectos que son propios de la administración del alojamiento, los cuales se deben reflejar en este estudio.

Evidentemente, esta actividad no puede ser gestionada por personas improvisadas, sino que necesita de una importante preparación y un gran esfuerzo operativo para llevar adelante un proyecto que responda a los niveles de calidad que exigen en la actualidad los mercados.

- Viabilidad Económica-Financiera: La **viabilidad Económica**, busca definir mediante la comparación de los costos y los beneficio estimados del proyecto, si la opción es o no rentable. Aquí el investigador intentará calcular los mínimos costos que maximizan los beneficios, el punto de equilibrio donde los egresos son iguales a los ingresos, así como también las variables macroeconómicas que afectan al nuevo negocio.⁸

La **viabilidad Financiera**, en cambio, analiza la mejor manera de capitalizar la empresa, los ciclos de cobro y pago y calcula indicadores que ayudan al inversor a tomar una decisión optimizada al momento de sacrificar sus recursos. Entre los indicadores financieros más utilizados podemos encontrar:⁹

⁸ Ross, Westerfield y Jorban "Fundamentos de las Finanzas Corporativas", 2000. Ed. McGEW-HILL.

⁹ Op. Cit. 8

Criterios de Evaluación de los Proyectos de Inversión:

Para poder determinar si una inversión brinda mayores beneficios que los usos alternativos de esta misma suma de dinero (costo de oportunidad¹⁰), se debe trabajar con valores monetarios equivalentes.

Para saberlo, se debe utilizar el siguiente indicador:

VALOR ACTUAL NETO:

Es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos del proyecto expresados en moneda actual, es decir:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+i)^t} - I_0$$

Donde: **Yt**: flujo de ingresos del proyecto

Et: egresos del proyecto

I0: inversión inicial en el momento cero de la evaluación, la cual se resta porque ya está expresada a valor actual.

Lo que se debe resaltar aquí, es que *el proyecto será viable cuando el producto agrega valor de forma sustancial para los clientes y la suma de todos sus activos, generen más ingresos que cada uno de éstos produciendo por separado.*

El proyecto debe aceptarse si VAN > 0

Ventajas del VAN:

- Toda la información se encuentra expresada en el mismo período de tiempo.
- El Valor Actual Neto es comparable con otros negocios.

¹⁰ Op. Cit 8

Desventajas del VAN:

- Se necesita conocer el costo de oportunidad (i). Es por esto que se busca conocer la TIR.
- Al ser un número expresado en \$ es difícil conocer los valores relativos.¹¹

TASA INTERNA DE RETORNO:

Esta tasa evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por período, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual:

$$\sum_{t=1}^n \frac{Y_t - E_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Donde *r*: tasa interna de retorno (TIR)

La TIR se compara con la tasa de descuento del proyecto (i), también llamado costo de oportunidad:

- Si $r > i$ → el proyecto debe aceptarse
- Si $r < i$ → el proyecto debe rechazarse
- Si $r = i$ → indistinto (equivale a VAN = 0)

Es equivalente a hacer el VAN igual a cero y determinar la tasa que le permite al flujo actualizado ser cero, o lo que es lo mismo, refleja la máxima rentabilidad que soporta el Flujo de Fondos sin arrojar valores negativos.

Ventajas de la TIR:

- La TIR se encuentra expresado en tasa.

Desventajas del TIR:

- En el caso que el Flujo de Fondos arroje resultados positivos y negativos a lo largo de un período, la ecuación arrojará TIR múltiples porque puede

¹¹ Op. Cit. 8

que de cómo resultado una ecuación cuadrática con dos raíces reales. En este caso, ninguna de las TIR calculadas será la correcta, por lo cual se debe decidir utilizando otro criterio¹².

PERÍODO DE RECUPERO DE LA INVERSIÓN SIMPLE:

Determina el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa.

✓ Si los flujos son idénticos y constantes en cada período, se calcula a partir de:

$$PR = \frac{I_0}{BN}$$

Donde, BN= beneficios netos generados por el proyecto

✓ Si el flujo neto difiere entre períodos, el cálculo se realiza determinando, por suma acumulada, el número de períodos que se requiere para recuperar la inversión.

Ventajas del PR:

- Simplicidad de cálculo.

Desventajas del PR:

- *No tiene en cuenta* el valor tiempo del dinero.
- Ignora las ganancias posteriores al período de recupero.¹³

Debido a que es muy difícil estimar con exactitud la tasa de rendimiento de un proyecto, dificultad que se agrava aún más en países con economía inestables como la

¹² Op. Cit. 8

¹³ Op. Cit. 8

Argentina, es conveniente realizar un análisis para sensibilizar las variables y ver cómo respondería el proyecto ante las diferentes tasas de rendimiento exigidas. Este análisis se puede realizar utilizando el programa Cristall Ball que trabaja sobre una base de planillas y funciones del programa Microsoft Excel.

C. INVERSIÓN Y OPERACIÓN:

En caso de que se demuestre la factibilidad del proyecto, se pasará a la etapa de *inversión*, en donde se materializa la misma, y la etapa de *operación* en donde el proyecto se desarrolla efectivamente¹⁴.

Analizando la terminología utilizada se puede afirmar que es de gran relevancia la evaluación de proyectos de inversión ya que permiten determinar todos los factores que pueden influir en la toma de una decisión a la hora de elegir en que proyectos se va a invertir, es decir sobre la base de un análisis riguroso poder determinar la conveniencia o no de su realización efectiva.

Todo esto nos lleva a la conclusión de que todo proyecto de inversión surge de una necesidad humana que uno apunta a satisfacer, razón por la cual se debe de analizar toda aquella información pertinente para tomar la decisión de invertir en un proyecto. Es de suma importancia tener un conocimiento profundo de los conceptos, herramientas e instrumentos a fin de poder planificar el proyecto y reducir el riesgo de fracaso.

Este análisis permite desarrollar una base sólida de lo que se va a realizar y en última instancia obtener resultados óptimos, como maximizar utilidades, minimizar costos y tener un panorama más amplio con relación a los proyectos de inversión, disminuyendo de esta forma la posibilidad de fracasar.

Es relevante buscar todas las alternativas posibles con todas sus ventajas y desventajas para la creación de un proyecto y optimizar la asignación de recursos.

¹⁴ Sapag Chain Nassir. "Preparación y Evaluación de proyectos" 2003. 4ta Ed. Mc Graw Hill. Pág. 17

Sobre la base de un procedimiento bien estructurado y bien planificado de un proyecto para invertir podemos determinar si las alternativas planteadas son todas las que se pueden analizar o si existen otras propuestas y poder elegir entre estas cual es la que más nos conviene.

Todo esto se debe hacer para que no se tome una decisión precipitada y tener en cuenta todos los riesgos posibles que giran entorno del proyecto y así poder tomar una decisión acertada y obtener los mejores resultados.

Turismo:

En la siguiente sección se describen aquellos conceptos teóricos, abordados en el presente trabajo y referidos a la industria que se estudia. De esta manera, se comenzará por definir qué es el turismo y luego se abordarán los aspectos más relevantes del mismo que deben ser tenidos en cuenta por el inversor.

Definición de Turismo:

Los avances tecnológicos de fines del siglo XX permitieron el desarrollo de las comunicaciones y medios de transporte; estos y otros factores socioeconómicos sumados al progreso económico de los individuos trajeron aparejado el incremento del tiempo libre y la consecuente necesidad de conocer, de saber y de status que puede satisfacer el turismo.

Sin embargo, el turismo tiene antecedentes remotos desde el hombre primitivo a nuestros días asociado al instinto de cambio, de movimiento y desplazamiento. Desde siempre el hombre viaja, se traslada, y hoy relacionamos el viaje con el aprovechamiento del tiempo libre, y a éste con el ocio y el turismo.

Pero el concepto de turismo ha ido evolucionando en el transcurso del tiempo adaptándose a los cambios que signaron las últimas décadas del siglo pasado, motivando su estudio desde distintas disciplinas -antropología, sociología, economía,

marketing, urbanismo, ecología, etc-. Razón por la cual, existen una gran variedad de definiciones según sea el enfoque del estudio o el ámbito de trabajo.

Según lo define la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1998:9) el turismo *"comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros"*.

En un sentido más amplio se lo define como *"un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural"* (de la Torre Padilla citado por Gurría Di-Bella, 1999:14).

El turismo en la actualidad, se concibe como una manifestación del comportamiento humano y resultado de la interacción social que implica desplazamiento voluntario y temporal de las personas, creando interrelaciones socioculturales y también económicas. Esta relación servicio-consumidor-beneficio, motiva a los actores económicos involucrados a incrementar las actividades que permitan la permanencia y el crecimiento de esas interrelaciones para generar mayores beneficios.

El viajero-turista-consumidor tiene un motivo o razón para trasladarse hacia un lugar o destino predeterminado -demanda-. Este destino o lugar debe tener ciertas características que lo hagan atractivo -oferta- a fin de ofrecer satisfactores que el turista requiere.

Se constituye así un complejo sistema en cuyo proceso interviene un gran número de factores interrelacionados:

- los recursos, como conjunto de atractivos del territorio, su patrimonio natural y cultural, donde se sitúa la población residente;
- la oferta, conjunto de productos y servicios dirigidos a un público determinado;

- los operadores del mercado, aquellas empresas y organismos cuya función principal es facilitar la interrelación entre la oferta y la demanda.
- la demanda, formada por el conjunto de consumidores actuales y potenciales de un conjunto de bienes y servicios turísticos que se desplazan hacia un destino o espacio geográfico determinado;

Este desplazamiento de personas impacta en la demanda de un sin número de bienes y servicios, favorece la creación de empleo, aumenta los ingresos públicos, fomenta la actividad empresarial, la comercialización de productos locales, afecta a la población local y/o al espacio turístico evitando la emigración de la población local, permitiendo mayores inversiones en la conservación de espacios naturales, entre otros efectos, generando un mayor crecimiento económico, mejorando el nivel sociocultural de la población local, el intercambio de ideas, costumbres y estilos de vida.

Paralelamente, el turismo genera importantes efectos negativos como el mayor consumo de energía y agua, el incremento de la producción de residuos, la alteración de los ecosistemas y la destrucción de sitios naturales asociados a las nuevas infraestructuras, el mayor flujo de población hacia las zonas de concentración turística, la pérdida de valores tradicionales y diversidad cultural, el incremento de precios que afecta a la población residente, entre otros. (OMT, 1998; Schulte, 2003)

Así, la actividad turística se caracteriza por su complejidad, no solo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo. El mismo requiere la complementación entre diferentes actores, recursos de la oferta y procesos que conforman el sistema turístico. Es una actividad en crecimiento, en constante transformación que genera beneficios y provoca impactos negativos en su proceso de desarrollo, que hacen necesaria la participación conjunta del sector público, la iniciativa privada y la comunidad residente.

Localización de los proyectos turísticos:

En materia de proyectos turísticos, el estudio de mercado y la localización son los dos aspectos que requieren mayor atención, pues de ellos depende la rentabilidad futura del proyecto¹⁵.

En el campo turístico, la localización está en función de los atractivos turísticos, y la distancia tiene una reducida influencia dentro de ciertos límites.

Otro punto a tener en cuenta son los medios de transporte disponibles para llegar al sitio turístico. El transporte aéreo, por ejemplo, es hoy un medio que mueve gran parte del turismo extranjero por lo que es importante tener en cuenta la cercanía de los aeropuertos y las frecuencias de vuelo, así como también las tarifas que ofrecen las compañías.

La zona turística por la que optará el evaluador, dependerá de la jerarquización que se le den a los diferentes componentes del inventario turístico, el cual determinará la calidad y la cantidad de atractivos, así como también el tipo de mercado que el mismo puede atraer. Dentro del estudio físico, por ejemplo, el clima es una variable de suma importancia ya que puede condicionar el buen funcionamiento del proyecto.¹⁶ Las condiciones de salubridad es otra variable a tener en cuenta y, por supuesto, la potencialidad estética de la zona, dentro de la cual, a criterio de Petroni y Kenigsbrg se puede incluir:

- **El Paisaje Natural:** Está constituido por el conjunto de caracteres físicos visibles de un lugar que no han sido modificados por el hombre. Aquí se debe tener en cuenta al momento de relevar el recurso las condiciones de flora y fauna, así como también la biodiversidad del ambiente natural y su geografía.

Considerar la existencia y el estado de conservación de estos recursos, es de vital importancia al momento de definir la localización del proyecto, pues el mismo podría dañar o provocar disturbios en el hábitat. En caso de que se ubique la actividad en dentro

¹⁵Cárdenas Tabares, Fabio, "*Proyectos Turísticos: Localización e Inversión*" 2003 Ed. Trillas., 1° Edición.

¹⁶ Hernandez Díaz Edgar Alfonso, "*Proyectos Turísticos*", 2003. Ed. Trillas.

de un área protegida, el proyecto deberá ser acorde con el objetivo de conservación y respetar toda la normativa.

- **El Paisaje Cultural:** Se trata de un paisaje modificado por la presencia y actividad del hombre. Muchas veces, el folklore, las costumbres de los lugareños y los monumentos culturales se pueden ver afectados por la intervención de la actividad turística provocando una desculturización o un rechazo por parte de los habitantes. En este caso, el evaluador del proyecto deberá medir la magnitud y la dirección del impacto. Siendo este negativo, el proyecto se volverá inviable.

- **El Paisaje Urbano:** Lo configura el conjunto de elementos naturales y artificiales que componen la ciudad. Los centros urbanos se transforman aquí en sitios que ofrecen grandes atractivos turísticos.

Son muchos los factores a considerar dentro de la productividad de la localización. Dichos factores pueden dividirse en decisivos, importantes y deseables¹⁷, esta clasificación resulta de gran importancia ya que si falta uno de los factores del primer grupo la productividad del proyecto será nula o casi inexistente, pues representan el 60% de la localización del proyecto turístico, de ahí su nombre. Los factores de importancia, en cambio, constituyen un 30% y los factores deseables el 10% aproximadamente. Los mismos se describen a continuación:

1. Factores Decisivos:

- Existencia de vías de comunicación.
- Intensidad del tránsito.
- Seguridad en las rutas.
- Distancias que separan los grandes centros urbanos de la zona de recreación.
- Disponibilidad de agua.
- Disponibilidad de energía eléctrica.
- Disponibilidad de comunicación telefónica.

¹⁷ Cárdenas Tabares, Fabio, "Proyectos Turísticos: Localización e Inversión" Ed. Trillas., 1° Edición.

- Disponibilidad de terrenos.
- Atractivos turísticos.
- Calidad de los desarrollos turísticos circundantes.
- Condiciones sociales.
- Condiciones de salubridad.

2. *Factores importantes:*

- Costo del terreno.
- Condiciones del subsuelo.
- Topografía

3. *Factores deseables:*

- Disponibilidad de materiales y mano de obra.
- Condiciones meteorológicas.
- Disponibilidad y funcionamiento de los desagües.

Otro de los aspectos a tener en cuenta cuando se incorpora un proyecto turístico a una región, es que el mismo asuma un compromiso social con los habitantes del lugar, colaborando en el desarrollo de la zona, considerando las ventajas y desventajas de instalar el emprendimiento turístico en función a los costos y beneficios que éste genera, y buscando siempre compatibilidad con el desarrollo económico-social del territorio. Esto expresa entonces, que el proyecto no debe ser una unidad aislada de acción, pues el turismo se relaciona con la economía total del área de influencia.

Estudio del mercado turístico:

Estudio de la demanda:

El objetivo aquí es estudiar las características del turista que visita la zona para así poder determinar el tipo de producto a ofrecer de acuerdo a las necesidades que los mismos presenten. Dicho de otra manera, lo que se busca conocer es:

- Cuáles son los factores que influyen en la demanda.
- Qué tipo de turistas se pueden encontrar en el mercado.
- Qué necesidades presentan cuando realizan sus visitas.
- Cuáles son sus motivaciones, es decir, aquello que los mueve a hacer turismo en un lugar determinado.

De acuerdo con estos puntos, el turista puede demandar diferentes servicios según cuál sea su necesidad. Entre ellos podemos encontrar¹⁸:

- Turismo de Salud.
- Turismo Rural.
- Turismo de negocios y congresos.
- Turismo Grupal.
- Turismo estudiantil.
- Turismo de ocio y recreación.
- Otro

Existen diversas técnicas y métodos utilizados para predecir el comportamiento de la demanda, desde la simple recolección de información del sector de ventas y su posterior análisis y extrapolación, hasta métodos complejos basados en modelos econométricos y estadísticos.

¹⁸ Milio Balanza, Isabel, “*Diseño y comercialización de Productos Turísticos Regionales y Locales*” 2004. Ed. Thomson.

Lo primero que debe decidir una empresa se refiere al horizonte de tiempo en que se realizará el estudio: mensual, trimestral o anual, con independencia del grado de actualizaciones a realizar (cada 3 días, semanalmente, etcétera).

A continuación se presentan algunos de los métodos más utilizados describiendo brevemente cada uno de ellos:

- Información del sector de ventas: Solicitar opiniones a la fuerza de ventas, por su proximidad al cliente final y facilidad para estimar sus necesidades¹⁹.
- Investigaciones de mercado: Estudios y recogida de información en mercados reales²⁰.
- Paneles Delphi: Interrogación de un panel de expertos a través de cuestionarios²¹.
- Consenso de panel de expertos: Esta técnica está basada en la elevación de que varios expertos pueden llegar a elaborar mejores planes que un solo individuo. No obstante, los planes pueden estar influenciados por factores sociales y pueden no reflejar la realidad²².
- Analogía histórica: Consiste en un análisis comparativo basado en patrones similares²³.
- Medias móviles: Cada punto de una media móvil de una serie temporal es la media aritmética de un número de puntos consecutivos de la serie, donde el número de puntos es elegido de tal manera que los efectos estacionales y / o irregulares son eliminados²⁴.

¹⁹ Kotler, Philip "Dirección de Marketing". Ed. Person Education. 2001 Edición Milenio.

²⁰ Op. Cit. 23.

²¹ Op. Cit. 23.

²² Op. Cit. 23.

²³ Ballou, "Logística empresarial" 2002. Ed Diaz de Santos.

²⁴ Op. Cit. 27.

- Modelo de regresión simple: Relaciona la demanda con otras variables que causan o explican su nivel. La disponibilidad de programas informáticos de regresión hace esta técnica bastante popular²⁵.
- Modelos econométricos: Es un sistema de ecuaciones de regresión interdependientes. Los parámetros de las ecuaciones de regresión normalmente se estiman simultáneamente. Son modelos caros de desarrollar e implantar, pero describen de manera más precisa los resultados que un sistema de regresión simple²⁶.

Ahora bien, si el objetivo aquí es conocer que demandan los turistas y cuáles son sus principales rasgos o características, es importante conocer:

- Tasa de crecimiento del turismo en el área.
- La estacionalidad de la demanda, es decir, la cantidad de visitantes que concurren teniendo en cuenta la estacionalidad de la demanda.
- La nacionalidad del turista y la residencia.
- El medio de transporte en el que arribaron al lugar.
- Cuáles son sus expectativas.

Una vez que se cuenta con estos datos, quien desarrolla el proyecto podrá comenzar a diseñar las estrategias de marketing que más se amolden a las necesidades y demandas del turista.

Además de considerar estas variables, una correcta investigación de mercado no se pueden descuidar aquellos componentes referentes a la oferta. Es por esto, que se expondrán aquí los conceptos básicos que se deben tener en cuenta al momento de invertir en un complejo de alojamiento.

A la hora de analizar la oferta cabe destacar las indicaciones que propone el Instituto Nacional de Estadísticas y censos donde se requiere analizarlas unidades de producción de bienes y servicios turísticos. Dentro de los bienes y servicios que se

²⁵ Op. Cit. 27

²⁶ Op. Cit. 27

pueden considerar específicos del turismo, se destacan como tales las agencias de viajes y el alojamiento, ya que, en ausencia del turismo, dejarían de existir. También hay productos anexos que han sido identificados por algunos países como específicos del turismo, pero no han recibido el mismo reconocimiento a nivel internacional. Es necesario pues, indagar las diferentes actividades que componen la oferta, ya sea que estén dedicadas al turismo exclusivamente (como las agencias de viajes o la hotelería), o parcialmente, como el transporte y los restaurantes.

Como actividades características del turismo, podemos mencionar:

- Hoteles
- Restaurantes
- Transportes
- Agencias de viajes y tour operadores
- Servicios culturales
- Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento²⁷.

²⁷ www.indec.gov.ar

Recurso Termal:

En esta última parte se describen aquellos conceptos que son de particular importancia en el presente trabajo. En función, de la característica más relevante que presenta la localización elegida para el proyecto, se define a continuación que son las aguas termales, sus propiedades y características de explotación.

Definición de aguas termales:

Se consideran aguas termales o mineromedicinales a aquéllas que, formadas en el seno de la tierra, que emergen espontáneamente o mediante captado, a través de perforaciones, y que por sus características físicas y/o químicas, pueden ejercer efectos terapéuticos.

La mineralización de las aguas termales depende siempre de la composición del terreno por el que circulan o se acumulan. En general contienen flúor, hierro, bromo, boro, yodo, cromo, sodio, fósforo, arsénico y silicio carbónico entre los minerales más destacados.

Características físicas de las aguas termales

Existen dos tipos de aguas termales de acuerdo a su origen geológico, las magmáticas y las telúricas. El tipo de terreno del que aparecen es una de las principales diferencias entre ambas. Las primeras nacen de filones metálicos o eruptivos, mientras que las telúricas pueden aparecer en cualquier lugar²⁸

La temperatura de las aguas magmáticas es más elevada que la de la telúrica. La primera tiene por lo general temperaturas mayores a los 50° C, mientras que las de origen telúrico pocas veces lo hacen. Por otro lado, gracias a que las aguas telúricas son filtradas, estas poseen menor cantidad de mineralización que las magmáticas. Los elementos más comúnmente encontrados en las aguas magmáticas son arsénico,

²⁸ Gilbert, Agustín. Propiedades y efectos terapéuticos de las aguas termales. www.termasalud.com

boro, bromo, cobre, fósforo y nitrógeno. Las aguas telúricas tienen por lo general bicarbonatos, cloruros, sales de cal y otros.

Clasificación de las aguas de acuerdo a su temperatura

- Aguas Hipertermales, su temperatura supera los 45° C.
- Aguas Meso termales o calientes, la temperatura de las mismas oscila entre los 35 ° a 45° C.
- Aguas Hipotermas o poco frías, que varían entre 21 ° a 35 ° C.
- Aguas frías, que poseen temperaturas menores a 20 ° C.

Efectos de las aguas termales en el cuerpo humano

El agua mineralizada y caliente de las “termas” tiene diferentes efectos en el cuerpo humano. Al aumentar la temperatura del cuerpo, mueren gérmenes, entre ellos virus, y además aumenta la circulación sanguínea y la oxigenación. Este aumento en la temperatura ayuda a disolver y eliminar las toxinas del cuerpo.

Al aumentar la oxigenación, el baño en aguas termales hace que mejore la alimentación de los tejidos del cuerpo en general, motivo por el cual aumenta el metabolismo, estimulando al mismo tiempo las secreciones del tracto digestivo y del hígado, ayudando así a la digestión.

El baño repetido (especialmente en periodos de 3 a 4 semanas) puede ayudar a normalizar las funciones de las glándulas endocrinas, así como el funcionamiento en general del sistema nervioso autonómico del cuerpo. También existe un mejoramiento y estímulo del sistema inmune, relajación mental, producción de endorfinas y regulación de las funciones glandulares. Muchos de estos efectos se deben al consumo del cuerpo de minerales como dióxido de carbono, azufre, calcio y magnesio.

Hay enfermedades de la piel que pueden tener una marcada mejoría por baños en aguas termales (en especial si estas contienen azufre). Las enfermedades que más se benefician son la psoriasis, la dermatitis y las enfermedades por hongos. En algunas ocasiones también ayudan en la cura de heridas y de otras lesiones de la piel.

En forma de resumen, las enfermedades crónicas que se ven beneficiadas con el uso de la balneoterapia, de acuerdo a investigaciones, son²⁹:

Enfermedades reumáticas crónicas

La recuperación funcional de la neuroparálisis central y periférica

Algunas enfermedades metabólicas como la diabetes, la obesidad y la gota

Problemas gastrointestinales crónicos

Enfermedades respiratorias leves

Problemas de la circulación

Enfermedades crónicas de la piel

Enfermedades relacionadas con el estrés y otras de tipo psicosomático

Secuelas de trauma

Enfermedades ginecológicas crónicas.

Factibilidad de explotación del recurso termal³⁰.

Un emprendimiento de esta naturaleza tiene costos muy elevados, teniendo en cuenta la necesidad de realizar perforaciones de más de 700 metros, por lo cual es imperativa la ejecución de una etapa de estudios previos que justifiquen tamaña inversión. En estos proyectos deben tenerse además de la lógica obtención de aguas termales, los correspondientes estudios de impacto ambiental y disposición final del agua termal en desuso sin causar daños a los ecosistemas.

²⁹ Altman, Nathaniel. Balneotherapy - Healing with Water junio 17.htm. <http://www.care2.com>. Tomado de Healing Springs, The Ultimate Guide to Taking the Waters, por Nathaniel Altman. 2001.

³⁰ En esta parte del trabajo se utilizan los conceptos y propuestas brindados por Gilbert, Agustín. Propiedades y efectos terapéuticos de las aguas termales. www.termasalud.com

Capítulo 2: Estudio de Perfil de Proyecto

2.1 Análisis del sector.

El turismo es una actividad productiva compleja que posee dinámica propia y que en los últimos años ha demostrado un gran crecimiento tanto a nivel mundial como en nuestro país, generando ingresos genuinos por pagos de servicios directos alojamientos, paquetes turísticos, restaurantes, industrias culturales, espacios de recreación, comercios de artesanías, servicios personales, transportes, comunicaciones, etc.- e indirectos, ya que el gasto turístico genera sucesivas cadenas de pagos a proveedores y personal ocupado, así como inversiones en infraestructura.

Según estadísticas de la Organización Mundial del Turismo, la actividad creció 4,6% en el año 2004 con 740 millones de turistas; 5,5% en 2005 respecto del año anterior con 808 millones de turistas internacionales, a pesar de las catástrofes naturales que afectaron al sector. Esto hace que el turismo sea una de las principales actividades económicas a nivel mundial que ocupa millones de trabajadores (1 de cada 5 ocupados en todo el mundo). Según datos de la OMT, el turismo representa el 11% del producto bruto mundial dando empleo a casi 240 millones de personas³¹.

Este gran crecimiento, también ha sido documentado por el Concejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council -WTTC-), que sería el equivalente privado de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Según las estadísticas de esta entidad, el turismo genera más del 15% del PBI mundial y en el transcurso del año pasado (2007), la actividad produjo 7.060,3 billones de dólares, lo cual significó 10.4% del PBI mundial, generando 231.222.000 puestos de trabajo o el 8.3% del empleo total³²

En función de estos datos puede afirmarse que el crecimiento del turismo globalizado ha sido constante, pese a todas las crisis del precio del petróleo, la Guerra del Golfo, el atentado al World Trade Center, la guerra de Irak, aumentando desde menos de 500 millones de pasajeros anuales en 1970 a más de cuatro mil millones en 2006. Y todo indica que seguirá esa tendencia.

³¹ www.world-tourism.org

³² www.wttc.org

Dentro de este contexto, nuestro país no es una excepción, si tenemos en cuenta que la industria del turismo emplea más de un millón de personas en forma directa e indirecta y contribuye en un 10.2% al PBI nacional³³. Diversos factores han contribuido al efecto expansivo de esta actividad. Según el Secretario de Turismo de la Nación, Carlos Meyer *“La diversidad de los productos turísticos que conforman la propuesta nacional, la excelente relación entre la calidad de los servicios ofrecidos y los precios consolidan a la Argentina como un destino turístico de primer nivel”*³⁴. Por otro lado el economista argentino Esteban Fernández Medrano considera que el crecimiento en el turismo ha sido resultado de varios factores entre los que destaca *“el tipo de cambio competitivo -aunque el peso se apreció en términos reales frente al dólar, se mantiene casi igual de devaluado frente al euro o al real- y la estabilidad macroeconómica que no sólo atrae turistas sino también inversiones en hoteles o servicios para los extranjeros”*³⁵. Otro factor de gran importancia ha sido la gran promoción turística y los incentivos que la Secretaría de Turismo de la Nación, le ha otorgado a este sector. El Secretario de Turismo Carlos Meyer ha afirmado, en este sentido que *“en lo que atañe a la capacitación y con el objeto de generar instrumentos destinados a atender las demandas de calificación de recursos humanos y vinculados al sector; se han capacitado hasta el momento a más de 5 mil personas, tanto con el Programa Federal de Capacitación, como con el Programa Regional de Formación Continua en Hotelería y Gastronomía”*

Como se ha venido sosteniendo, en los últimos años el sector turístico en nuestro país ha ido consolidándose, razón por la cual se hará un breve resumen que mostrará esta tendencia. Si bien la década del noventa atrajo turistas a la Argentina, el tipo de cambio imperante en ese momento-la convertibilidad- facilitaba que muchos argentinos fueran al extranjero, lo que resultaba en un saldo de divisas negativo para el país. Esta situación cambió radicalmente después de la devaluación del año 2002, que disminuyó las salidas locales al exterior. Esta tendencia fue acompañada por un crecimiento gradual de turistas extranjeros a nuestro país, la cual se ve reflejada en el crecimiento sostenido del sector turístico en los últimos años.

³³ www.indec.mecon.gov.ar

³⁴ Diario Clarín *“Argentina destino preferido”* 19 de enero de 2007.

³⁵ Diario La Nación *“Por primera vez se logra superávit en turismo”* 24 de marzo de 2007.

Según las cifras oficiales publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC) el turismo generó un ingreso de divisas de 3.254,5 millones de dólares en 2005, ubicando la actividad en el tercer puesto en el ranking de exportaciones de bienes y servicios que realiza esta institución³⁶, superando las exportaciones de cereales, petróleo y carne. Según la fuente citada el crecimiento de esta industria se mantuvo en el orden del 12 % durante el transcurso de dicho año.

La Secretaría de Turismo de la Nación, afirmó que durante el año 2005 vinieron 3.895.396 turistas, es decir 439.000 personas más que en el 2004. La composición de los turistas extranjeros, estuvo encabezada por Brasil, seguido de Estados Unidos y en tercer lugar Chile.

Durante el año 2006, el turismo continuó con la tendencia de crecimiento tal como lo demuestran las siguientes cifras: se registraron durante este periodo el ingreso al país de 4 millones de extranjeros. La mayor cantidad de turistas que llegaron al país procedían de los Estados Unidos, de acuerdo con el ranking de la Secretaría de Turismo, superando incluso a los visitantes de la misma región, como Brasil y Chile³⁷.

En tanto, la relación entre estas llegadas y la salida de argentinos al exterior arroja un balance positivo desde el punto de vista económico: llegaron 52.711 turistas más que los argentinos que se fueron. Varios analistas se atrevieron a decir que, por primera vez en la historia, en el año 2006 la balanza entre los ingresos que llegan por los turistas extranjeros y los que salen por los argentinos que viajan al exterior arrojó un superávit: 176 millones de dólares.³⁸

Los ingresos por el turismo totalizaron en 2006 unos 3.309 millones de dólares. En tanto, la salida de divisas por los argentinos que viajaron afuera alcanzaron los 3.133 millones de dólares.

En tanto que durante el año 2007 se superaron los 4,5 millones de visitantes extranjeros, el 11% más respecto del 2006, de acuerdo con la Dirección Nacional de Cuentas Internacionales del Ministerio de Economía y Producción. Fue el segundo aumento más importante de la región, detrás de Chile (12%). En cuanto a los ingresos que esto representó, en los últimos cuatro años aumentaron el 120%, según Enrique

³⁶ <http://www.indec.mecon.ar/>

³⁷ <http://www.indec.mecon.ar/>

³⁸ Diario La Nación "Por primera vez se logró un superavit en turismo" 24 de marzo del 2007.

Meyer, secretario de Turismo de la Nación, pasaron de 1.900 millones de dólares en el 2003 al record histórico de 4.173,2 millones en el 2007. Por distintos factores, el año pasado fue el mejor de las dos últimas décadas para la Asociación Argentina de Agencias de Viajes y Turismo (Aaavyt), siendo el principal *“la difusión del destino Argentina en el mundo”*. Influyeron, asimismo, la construcción de más de 300 hoteles y de infraestructura por una cifra cercana a los 1.900 millones de pesos. Esto significa un crecimiento de la oferta del 3 %³⁹. Asimismo se sigue considerando en cierta medida, como factor importante, el tipo de cambio favorable para los extranjeros.

Datos de la Dirección Nacional de Migraciones citados por la Sector indicaron que por el aeropuerto de Ezeiza el año pasado ingresaron 2.227.849 personas, el 15% más que en el 2006. Los mayores arribos fueron los de Brasil (489.481), Estados Unidos (286.240), Chile (253.926), España (167.397) e Italia (104.389). En este caso, el balance de las entradas de extranjeros y las salidas de argentinos fue positivo para el país: 731.865 viajeros.

Con respecto al año en curso (2008) los datos siguen siendo alentadores, aun a pesar de las crisis aéreas. El primer trimestre del año 2008 mostró una desaceleración en las visitas del exterior. Según el Barómetro de Turismo Mundial, realizado por la Organización Mundial de Turismo (OMT)⁴⁰, los arribos al país crecieron 5,4% de enero a marzo, contra igual lapso de 2007. Sin embargo, Argentina se ubicó en sintonía con el promedio mundial, que cerró con un alza de 5% en el cuatrimestre, al sumar 266 millones de arribos. La OMT destaca nuestro país no sólo se beneficia de un tipo de cambio favorable, sino también del *“éxito de un amplio rango de productos turísticos, como cruceros, deportes de invierno, polo y equitación y rutas temáticas (bodegas y gastronomía)”*. Y agrega que la Argentina y Chile empezarán a *“beneficiarse de una extra atención mediática por el Rally Dakar 2009”*.

³⁹ <http://www.indec.mecon.ar/>

⁴⁰ el cronista <http://www.totalnews.com.ar/turismo/se-desacelera-el-arribo-de-turistas-creci-casi-la-mitad-que-en-2007.html>

Por su parte el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (wttc) pronostica que el impacto económico directo e indirecto del turismo será alrededor del 7.6% del PBI y un 4.4% anual entre los años 2008 y 2017⁴¹.

En función de estos datos se puede afirmar que el turismo se ha convertido en uno de los sectores industriales que más desarrollo tuvieron desde la devaluación. A partir de entonces, el ingreso de visitantes extranjeros no deja de crecer. La actividad turística se encuentra en un buen momento, con un crecimiento sostenido durante los últimos años. La coyuntura económica beneficia este desarrollo con un cambio favorable para el extranjero, que, sumado a los atractivos culturales y naturales hacen del país un destino muy elegido.

⁴¹ www.wttc.org

2.2 Provincia de San Luis:

El proyecto de inversión que se desea analizar se ubica en San Jerónimo, provincia de San Luis, razón por la cual se realizará una descripción de la provincia, para posteriormente adentrarse en el área específica del proyecto.

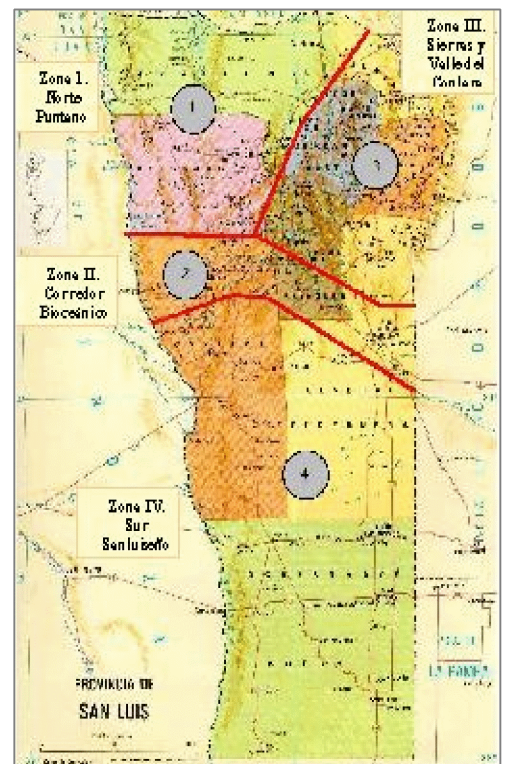
Localización:

San Luis se encuentra en el centro oeste de la República Argentina, tiene una superficie total de 76.748 kilómetros cuadrados y se extiende en una longitud media de 460 kilómetros, en el sentido norte-sur y 200 kilómetros, en el sentido este-oeste. La misma posee un clima templado seco, con precipitaciones que varían entre los 300 milímetros en la zona oeste y 600 milímetros medio anuales en el este, con variantes en la zona serrana, que en algunos casos superan dichas estimaciones.

Su relieve en general está determinado por un gran cordón montañoso denominado sierra de comechigones que la separa de la provincia de Córdoba al este y la sierra central de San Luis, que se extiende de nor-este y sur-oeste en su extremo centro-norte. El resto que abarca aproximadamente un 70% de la superficie provincial, presenta características de llanura fito-geográficamente denominada Monte del Caldén, nombre que proviene de la antigua predominancia de esta especie vegetal en el área.

Geopolítica:

La geopolítica de la Provincia de San Luis ha ido evolucionando desde la década del ochenta, en la que se distinguían tres grandes zonas o regiones –Sur Sanluisense; Noroeste Puntano y Zona Serrana; y Valle del Conlara-. El auge del proceso de radicación de empresas promovidas generó, en todo el territorio provincial, cambios socioeconómicos que permitieron el tránsito de una sociedad preindustrial a una sociedad industrial. En la actualidad, la provincia ha visto modificada su estructura económica por lo que a las



Mapa de la provincia de San Luis. Gráfico N 1.

zonas tradicionales se puede agregar una cuarta zona denominada Corredor Bioceánico.

Actualmente se pueden distinguir cuatro zonas o regiones claramente diferenciadas, producto de las características físicas, climáticas, económicas, históricas y culturales (Abalo; 1999:29):

a) el Noroeste Puntano, limitado por la estribación occidental de la Sierra de San Luís, ruta nacional N° 7, el río Desaguadero, Mendoza, La Rioja y Córdoba.

b) el Corredor Bioceánico que se extiende de este a oeste a lo largo de la ruta nacional N° 7, caracterizada principalmente por el desarrollo industrial de la década '85-'95.

c) la Zona Serrana y Valle del Conlara que abarca desde la Sierra de San Luis hasta la Sierra de Comechingones, dedicada principalmente a la actividad turística, minería y actividades agrícola – ganaderas.

d) el Sur Sanluiseño, definido desde la ruta nacional N° 7 al sur hasta el límite con La Pampa, cuyas actividades principales son la ganadería y cultivos extensivos.

El Corredor Bioceánico se constituyó en el eje de la promoción y radicación industrial, concentrando alrededor del 75% de los establecimientos fabriles de la Provincia beneficiados por este régimen promocional⁴². El mayor impacto poblacional recae también en esta zona que concentra el 74,79 por ciento de la población provincial. El desarrollo de la misma impulsó otras actividades, tales como centros de salud, actividades profesionales, mayor oferta educativa, servicios recreativos, culturales, artísticos y deportivos.⁴³

⁴² www.sanluis.gov.ar

⁴³ www.sanluis.gov.ar

Indicadores por zonas. Tabla N 1

ZONA	POBLACIÓN ESTIMADA	DENSIDAD HAB/KM2	ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL
I. Norte Puntano	22.463	1,34	Cultivos varios
II. Corredor Bioceánico	275.176	61,82	Industria manufacturera Turismo
III. De las Sierras y Valle del Conlara	54.879	4,02	Minería / Turismo
IV. Sur Sanluisenseño	15.415	0,37	Cultivos y ganadería extensiva

Fuente: Desarrollo local y realidad económica. Presente y futuro de Villa Mercedes – San Luis. (Ocampo et al; 2004:87)

El incremento de la demanda de mano de obra calificada y no calificada originó migraciones internas en la provincia desde las zonas rurales a las principales ciudades donde se radicaron las industrias promovidas, siendo también importante el aporte de las migraciones desde otras provincias del país. Se produjo entonces un fuerte incremento poblacional, mostrado por la tasa ínter censal de crecimiento anual (INDEC), la cual, a partir de la década del '80 se acerca a la media nacional, duplicándola en los años '90 (27,8% contra la media nacional de 14%).

Zonas turísticas:

El Corredor Bioceánico y la Zona de las Sierras y Valle del Conlara concentran los principales atractivos turísticos de la provincia, aunque merece destacarse también el Parque Nacional Sierras de las Quijadas en el Norte Puntano.

La provincia de San Luis se caracteriza por sus paisajes serranos y su clima, con recursos turísticos constituidos principalmente por ríos, espejos de agua, aguas termales, flora y fauna. Asimismo su clima continental genera las condiciones ideales para disfrutar de esta provincia todo el año.

El impulso otorgado a fines del siglo XX por el estado provincial a la construcción de caminos pavimentados ha permitido incorporar nuevos atractivos a la oferta tradicional. No solamente se dispone de ríos y lagos sino que se pueden ofrecer productos relacionados con la arqueología y la paleontología, el turismo aventura, y propuestas culturales, históricas y religiosas.

Entre los espacios turísticos con mayor potencial de desarrollo sostenido se pueden mencionar:

- **Villa Turística de Merlo:** principal centro turístico de la provincia con reconocimiento a nivel nacional. Esta Villa se encuentra enclavada en la ladera occidental de la Sierra de Comechigones y ha experimentado en los últimos años un gran crecimiento poblacional motivado por un importante flujo de turistas. Este crecimiento, producido por el excelente microclima de la zona, ha estado apoyado por una fuerte inversión privada en centros de esparcimiento, restaurantes y demás infraestructura destinada al turismo. Existe una creciente demanda de servicios relacionados con la atención al turista, especialmente vinculados con la gastronomía y hotelería en la zona.
- **Villa turística de Potrero de los Funes, El Volcán, Las Chacras y alrededores:** es una amplia área cercana a la capital de provincia que se destaca como circuito apto para el desarrollo del turismo recreativo, deportivo y de convenciones. En la misma se puede disfrutar de lagos, ríos y embalses. Asimismo en estas zonas se pueden observar las sierras puntanas y realizar actividades en la misma.
- **Zona serrana comprendida por la Villa turística de La Florida, El Trapiche y Río Grande:** en esta zona se encuentran espejos de agua como La Florida, San Felipe, La Huertita, que generan un ambiente de gran potencial turístico pero con escaso desarrollo, atención esporádica y escasamente especializada.
- **Parque Nacional Sierra de las Quijadas,** recurso turístico natural paleontológico donde se ha comprobado la existencia de pterosaurios o reptiles voladores, huellas de pisadas de dinosaurios de más de 100 millones de años, entre otros atractivos naturales y culturales. El Plan Federal Estratégico de

Turismo Sustentable incorpora a esta “área con vocación turística” en una “travesía potencial” denominada Ruta de los Dinosaurios, con escala interregional junto con atractivos geológicos de San Juan y La Rioja, que ofrecen oportunidades de inversión futura, especialmente en equipamiento e infraestructura que otorguen mejores servicios al turista. Esta área concentra recursos turísticos de jerarquía como para atraer la demanda turística pero presenta problemas de accesibilidad, conectividad y servicios mínimos

- **Recursos arqueológicos e históricos:** la Provincia cuenta con importantes manifestaciones arqueológicas que muestran la historia de los primitivos habitantes de la región en la zona de Casa de Piedra Pintada, Inti Huasi (casa del sol) y Cañada Honda. Existen también atractivos históricos y culturales desde la colonización en distintas localidades como San Francisco del Monte de Oro, La Estanzuela, Paso del Rey, Carolina, El Morro, Luján, etc.
- **Área de fuentes termales:** En esta área encontramos las localidades de Balde y San Jerónimo, próximos a la ciudad capital, que representan un potencial desarrollo del turismo termal y de salud, debido a las características que presenta este tipo de agua.

En este marco, el Gobierno de la Provincia de San Luis ha encarado en la última década diferentes programas y acciones con el objeto de impulsar el desarrollo del sector turístico a través de la concreción de inversiones públicas y la sanción de normas jurídicas con el objetivo de promover y estimular acciones de la actividad privada, con disímiles resultados.

Atractivos turísticos de la provincia:

Debido a las características que presenta esta provincia, son variados los atractivos turísticos. Sin embargo, dada la localización del proyecto de inversión a

analizar, la descripción del mismo se acotará a aquellos que se consideren más relevantes, considerando el atractivo y la distancia de la localidad de San Jerónimo.

Centros Turísticos:

Ciudad de San Luis: Ubicada a 27 kilómetros de San Jerónimo fue fundada el 25 de agosto de 1594 al margen de las Sierras del mismo nombre, en el extremo llamado "Punta de los Venados", de ahí la denominación de puntanos a sus habitantes. En el centro de la misma se sitúa la Plaza Pringles en honor al máximo héroe puntano, es el inicio de un paseo que permite apreciar la arquitectura de muchos edificios de gran valor estético. Completa este itinerario el casco histórico cuyo centro es la Plaza Independencia agrupando otro conjunto arquitectónico que combina pasado y arte al mismo tiempo.

El centro comercial y la tradicional Av. Illia que concentra los principales púbs y los grandes hoteles de la ciudad.

Museos: En la ciudad de San Luis se encuentran varios museos entre los que se puede destacar:

1. ***Museo Privado de Ciencias Naturales e Investigaciones Ornitológicas Guillermo Hudson:*** El mismo se encuentra especializado en avifauna de la provincia. Se exponen en él, quinientas especies de vertebrados autóctonos, junto a numerosos ejemplares de vertebrados e invertebrados del centro de la Argentina, también nos ofrece la posibilidad de salida para el avistaje de aves en su hábitat. Aquí encontramos 250 especies de aves, 50 mamíferos, 410 reptiles y 350 insectos.
2. ***Museo de Historia Natural:*** Este museo depende de la Universidad Nacional de San Luis, y en el se exhibe de forma didáctica el patrimonio geológico y paleontológico, con la finalidad de concienciar al público para que valore y administre racionalmente los recursos naturales. Entre todas las piezas se destacan dos réplicas de importantes fósiles hallados en San Luis: una araña gigante (la única en el mundo) y un reptil volador además de otros fósiles y rocas que caracterizan a nuestra provincia.

En su muestra llamada "San Luis Antes del Presente" ofrece una introducción a los principales capítulos de la historia geológica de San Luis desde hace unos 600 millones de años, permitiendo que el público en general conozca el estado del conocimiento del pasado remoto y como se fue construyendo el mismo.

3. **Museo Provincial Dora Ochoa de Masramón:** Creado en 1955 es un museo multidisciplinario que presenta diversa facetas del pasado de San Luis, su fauna, artesanías regionales, artes plásticas, paleontología, antropología, además cuenta con obras de artistas nacionales. **La Sección de Bellas Artes**, se destaca por el valor de las piezas que posee, entre ellas, la obra plástica de maestros nacionales como Quinquela Martín, Raúl Soldi, Castagnino, Raúl Alonso, Musso Carpani, Libero Badi, Sibellino, Oscar Capristo, entre otros. **En la sección de arqueología se puede incursionar en el pasado aborigen de San Luis y de América a través de restos prehistóricos hallados en la gruta de Inti Huasi (casa del sol).** Mientras que en la sección de paleontología se exponen restos fósiles hallados en pizarras extraídas de yacimiento de Bajo de Veliz, siluetas fosilizadas de helechos guayacanes, libélulas y la araña gigante fosilizada de 0.35 cm. de longitud, exhibida en un calco constituyendo un testimonio de arácnido fósil más grande del mundo.

Excursiones:

Desde la ciudad de San Luis se pueden realizar varias excursiones, dentro de las cuales se destaca, la denominada "Circuito Centro", debido a que en la misma se recorren muchos centros turísticos de la provincia.

El punto de partida de este importante circuito es la ciudad capital de San Luis desde donde se dirige a **Juana Koslay**, donde se puede desviar para visitar el Monumento al Pueblo Puntano de La Independencia; lugar en el cual San Martín se alojó mientras reclutaba a los voluntarios para la Gesta Libertadora de América y que fuera declarado Monumento Histórico Nacional. De allí se va al **Potrero de los Funes** con su lago, las sierras y el Hotel Internacional entre los principales atractivos, si seguimos nos encontramos con El Volcán, más tarde con El Trapiche; que cuenta con

alojamientos diversos y demás servicios turísticos, aquí puede ser recorrida por distintos caminos ya que el trazado vial tiene forma de ocho, el próximo atractivo es la reserva Floro Faunística que en su trayecto bordea el sector Norte, el lago La Florida un municipio rodeado por un circuito de 5 Km. para disfrutar de la pesca y de camping. Continuando el paseo por Ruta Provincial N° 9 nos encontraremos con Carolina; un pueblo minero perdido en el tiempo con atractivos importantes acompañados por una infraestructura ideal en la cual muchos aprovechan para ingresar a la mina de oro a unos 200 metros, el circuito continúa pasando por la Gruta de Inti Huasi; pocos kilómetros más adelante Paso del Rey, para visitar las ruinas de la antigua Capilla, así pasar por La Angostura; importante por las pinturas rupestres más de 1200 pinturas, Pampa de Tamboreo llegando al dique La Florida donde culmina el circuito.

El total del recorrido es 110 Km. aproximadamente. Este circuito se encuentra costado por las Sierras de San Luis

Infraestructura:

1. *Alojamiento:* La ciudad de San Luis cuenta con gran cantidad de alojamientos de categorías diversas. En el siguiente cuadro se muestra todos los lugares donde se puede alojar en esta ciudad

Alojamientos en la ciudad de San Luis. Tabla N 2

Categoría	Establecimiento
****	Hotel Dos Venados
***	Gran Hotel San Luis
***	Hotel Aiello
***	Hotel Regidor
***	Hotel España
***	Comesa Hotel
**	Gran Palace Hotel
**	Huarpes Hotel
**	Inca Hotel
*	Hotel Belgrano
*	Hotel Cesar 1º
*	Hotel Castelmonte
*	Hotel Mitre
*	Establecimiento Roca
*	Hotel Iguazú
*	Hostería Montes Nuevos
s/c	Residenc. Rivadavia
R.A.	Hotel Independencia
R.A.	Residencial Bs. Aires
R.A.	Residenc. Los Andes
R.A.	Residenc. M.Eugenia
R.A.	Resid. Casa Blanca
R.A.	Residencial Nani
R.A.	Hotel Inti-Huasi
R.A.	Residencial 17
R.B.	Hospedaje Estudiantes

Referencias:

RA: Residencia con baño privado

RB: Hospedaje, residencia con baño compartido.

S/C: sin categoría

Fuente: *Gobierno de San Luis.*

2. *Restaurantes*: La ciudad de San Luis ofrece numerosas alternativas gastronómicas, las cuales van desde pizzerías, parrillas, comidas típicas de argentinas hasta restaurantes internacionales.

3. *Cómo llegar*. Se puede acceder desde distintas vías:

Aéreo: El aeropuerto de San Luis se encuentra solo a quince minutos de la ciudad. Por este medio solo es posible volar desde y para Buenos Aires, todos los días de la semana, excepto los domingos y llega una sola aerolínea. Cabe destacar que el mismo se encuentra a 8 kilómetros de la localidad de San Jerónimo.

Automóvil: Es posible llegar a la ciudad desde los distintos destinos. Actualmente San Luis ha desarrollado una de las autopistas más importantes del país, que se atraviesa la provincia, a lo largo de la Ruta Nacional N° 7. Las rutas de esta provincia se encuentran todas pavimentadas, y en muy buen estado. En el anexo se muestran las rutas por las cuales acceder a la ciudad desde diferentes destinos (ver anexo página 111).

Transporte de Larga distancia: Otra opción para llegar a la ciudad de San Luis es el transporte de larga distancia. Actualmente un gran número de empresas arriban a la Terminal de San Luis, ubicada a escasas cuadras del centro de la ciudad. Durante el 2006 la Terminal de la provincia fue remodelada y ampliada, brindando a los turistas mayor comodidad. Algunas de las empresas que arriban a la ciudad son: San Juan Mar del Plata, El Rápido, Autotransporte San Juan Transporte T.A.C, Chevallier, Andesmar, Del Sur y Media Agua, 20 de Junio, S.A. CATA, Dumas, S.R.L, Expreso Uspallata, Transporte Automotores La Estrella S. A, Merco bus Plus ultra. En el anexo se incorpora una tabla en la cual se especifican las distancias a San Luis desde las distintas provincias. (Ver anexo página 112), asimismo se encuentran especificadas las rutas de acceso a la misma. (Anexo pagina 111)

Potrero de los Funes:

Esta localidad se encuentra a 40 kilómetros de San Jerónimo y se puede acceder por la ruta provincial N° 20 y 18. Ambas se encuentran pavimentadas, en excelentes condiciones e iluminadas. Este centro Turístico se caracteriza por su espejo de agua que se halla a 1000 metros de altura sobre el nivel del mar, rodeado por sierras que alcanzan entre 1800 a 2000 metros de altura, conformando alrededor del lago un valle.

La capacidad del espejo de agua sobre su cota máxima es de 9,1 Hm cúbico y la superficie total del valle comprendiendo el espejo de agua es de 360 hectáreas, aproximadamente. Aquí se puede apreciar quebradas, arroyos y saltos, es uno de los lugares de veraneo más tradicionales de San Luis, lleva su nombre en memoria a una familia que residió en ese paraje. Este centro ofrece toda la gama de actividades que pueden desarrollarse: treeking, mountain bike, cabalgatas, escaladas y por supuesto, pesca, natación y deportes náuticos.

También se puede apreciar por el circuito carretero que circunda al lago teniendo una extensión de 6.000 metros, aquí también encontraremos el imponente Hotel Internacional Potrero de los Funes, con excelentes vistas panorámicas de todo el valle.

Atractivos Turísticos

Capilla de San Antonio: Esta capilla se construyó en 1957 y en 1978 se levantó la casa parroquial y se remodeló la Iglesia. Actualmente residen aquí las hermanas de nuestra Señora del Carmen. En la parte superior de la capilla encontramos un pesebre electrónico construido en piezas de yeso donado por Virgilio Fioretto.

Salto de la Moneda: Ubicado en el medio de la sierra, solo se accede caminando. Durante el recorrido, se puede apreciar toda la belleza de especies vegetales autóctonas, hasta llegar al magnífico salto de agua que tiene una altura aproximada de 12 a 15 metros, y posee dos piletos en medio de la exuberante vegetación serrana.

Cerros

Valle de Piedra: Este es uno de los cerros más altos de Potrero de los Funes. Cuenta con una tupida vegetación de molles, talas, y espinillos. Camino a su cumbre uno se encuentra con el arroyo Los Molles, con su agua cristalina que recorre las sierras formando diversos piletos aptos para la natación. También se atraviesan diversas quebradas que poseen una vegetación exuberante que luego ascendiendo por arriba de los 1.400 metros sobre el nivel del mar se va perdiendo para dar lugar a un estrato herbáceo acompañado de piso rocoso, de allí el nombre del cerro.

Cerro Retana: Se puede acceder a él por dos lugares: Potrero de los Funes, o por El Suyuque. Es uno de los cerros de mayor altura de las Sierras de San Luis, con 2152 metros sobre el nivel del mar. Se puede ascender en forma pedestre o a caballo, atravesando montes de hierbas duras y arroyos, para finalmente llegar a la cima y admirar las espectaculares vistas y formaciones serranas. Es un cerro apto para la práctica de trekking. La excursión de la ascensión al Cerro Retana tiene una duración de un día completo.

Cerro San Ignacio: Se eleva a 1.328 metros sobre el nivel del mar. Al mismo se accede a caballo o a pie a través de senderos de cabras o huellas atravesando el nacimiento de vertientes y una vegetación con abundante monte serrano.

Cerro El Moro o Cruz de Madera: Este cerro se eleva al oeste de Potrero de Los Funes, su manifestación geológica es muy característica, presenta una pendiente tanto oriental como occidental bastante pronunciada, el acceso al mismo se realiza atravesando huellas de cabras y un monte muy espinoso. Desde la cima es muy posible observar los Dique Potrero de Los Funes y Cruz de Piedra.

Quebradas

Quebrada de Los Cóndores: Esta situada entre grandes paredones graníticos, por donde pasa el camino que nos lleva al dique Potrero de los Funes con una altura de 350 metros. Atraviesa dicha quebrada el río Potrero de Los Funes a la salida del dique homónimo.

Quebrada del León Colgado: Podemos llegar al lugar caminando o a caballo en un tiempo aproximado de 2 horas. Esta quebrada se abre en el interior serrano y debido que se encuentra al abrigo de los vientos, la vegetación es variada, desarrollándose un bosque abundante de hierbas. Es un lugar ideal para la práctica del turismo aventura y sus paredes son aptas para escalar. Lo emocionante y entretenido es que para llegar a este lugar se debe cruzar arroyos alrededor de 21 veces. En este lugar podemos encontrar a los monjes ermitaños.

Embalse

Dique Potrero de los Funes: Emplazado en la cuenca del río Chorrillo, sobre el río Potrero. Esta cuenca comprende una pequeña área, surcada por los arroyos que descienden de la falda sureste de la Sierra de San Luis. El río Potrero surge de la unión de los arroyos de La Balsa y Los Molles. En este último se realizó un desvío que lo une con el arroyo Las Águilas, de la cuenca del río Quinto con la finalidad de aumentar el caudal en esta cuenca. El dique se construyó en 1860 y fue destruido por una creciente. Se reconstruyó en 1876 y luego fue remplazado en 1927 por el dique actual. Es uno de los diques más antiguos de Sudamérica. La superficie del embalse es de 91 hectáreas y con una capacidad máxima de 6,8 hm³. Esto lo convierte conjuntamente con el dique Cruz de Piedra, Villa Gral. Roca y Luján en uno de los embalses que

poseen menor capacidad de agua. Actualmente sus aguas templadas son ideales para la práctica de deportes náuticos y pesca deportiva (carpas, percas y pejerrey), sus costas son bastante regulares en general sus márgenes ofrecen poca pendiente, con una costa baja y pequeñas playas sobre la margen norte del mismo con una vegetación compuesta por molles, talas, piquillines y algarrobos, entre otros.

En la costa sur se ubica el hotel Potrero de los Funes. Al sureste el Parque Nativo. Además bordeando el embalse encontramos diferentes opciones para disfrutar de un día de campo como por ejemplo camping con todos los servicios, bungaloes y lugares para saborear ricos platos típicos.

Cuenta con un pintoresco camino asfaltado de circunvalación.

Ríos

Río Potrero: El río Potrero nace en la sierra de San Luis como otros de los ríos de la provincia, ya que las aguas de las lluvias se infiltran y se instalan en los acuíferos, a donde reaparecen formando vertientes de los que nacen los ríos que dan vida al Potrero. En su sinuoso trayecto el potrero y sus afluentes van conformando pozones aptos para el baño y la pesca. Las características de estas corrientes es que son casi exclusivamente pluvial, el caudal y hasta la mayor o menor duración de sus aguas, están sujeto al régimen de las lluvias locales. Cuando estas son abundantes los ríos y arroyos crecen con rapidez, corren torrencialmente y se desbordan, pero unos días después vuelven a su nivel normal, continuando el manso curso de sus aguas e infiltrándose en el espeso arenal de su cauce.

Río Los Molles: Es otro de los afluentes del río Potrero nace a las 1300 metros sobre el nivel del mar, a través de vertientes que le dan el origen. Se une al río La Balsa y conforma el río Potrero de los Funes que confluyen en el Dique homónimo. En su trayecto forma pozones y saltos de agua, atravesando quebradas muy pintorescas.

En los grandes niveles de altura, se encuentran los cerros tupidos de Molles, dando magnificencia al monte serrano por su verdor, responde a una humedad más alta y alcanza mejor desarrollo en las quebradas por las cuales ascienden notablemente, siendo los que llegan a mayor altura. En las márgenes del río encontramos cortaderas.

Río Las Balsas: Situado en el Municipio de Potrero de los Funes, distante a 19 kilómetros al noreste de la ciudad de San Luis Capital.

Es uno de los afluentes del río Potrero nace en la sierra a través de un manantial para luego reunirse con pequeños arroyos tributarios en el fondo de las quebradas.

Tiene un caudal magro definido por las lluvias, corre entre las sierras y al precipitarse por fuertes pendientes va formando distintos saltos como el de la Moneda.

Se encuentra dentro del clima templado subhúmedo serrano, la altura modifica las temperaturas y determina las variaciones de humedad; como consecuencia, las partes más altas son las que registran mayores precipitaciones pluviales y nivales.

Las quebradas de las sierras poseen una vegetación exuberante, comparada con la de los valles; en la montaña se observa un escalonamiento de las distintas formaciones vegetales, comenzando por arbustos espinosos del monte xerófilo, seguido de una vegetación herbácea compuesta de pastos duros.

Balneario

En el pueblo del potrero podemos encontrar al margen del río asadores para disfrutar de un día de campo, en el mismo lugar tenemos todos los servicios indispensables sanitarios y proveeduría. Aquí también tenemos una pileta que es llenada con agua del río.

Actividades:

En este centro turístico se pueden realizar varias actividades, entre las cuales vale la pena destacar:

Trekking con guías especializados al C° Valle de Piedra y al C° Cruz de Madera; escaladas en la Quebrada de los Cóndores; visita al Parque Nativo; pesca en el Dique Potrero; deportes acuáticos como Windsurf, jet ski, canotaje.

Infraestructura:

Alojamiento:

Las opciones de alojamiento son variadas. En este lugar al pie del Dique Potrero de los Funes, se encuentra el Hotel Internacional del mismo nombre. El mismo es un hotel de cuatro estrellas y se encuentra acondicionado para recibir turistas de alto nivel.

En el mismo se realizó la “Cumbre del MERCOSUR” en 1994 y allí se hospedaron los presidentes.

También este centro turístico cuenta con cabañas, bungaloes y camping, ofreciendo de esta forma uno de los lugares mas visitados en la provincia.

Juana Koslay-Las Chacras-Cruz de Piedra-San Roque:

La ciudad de Juana Koslay es un gran atractivo de la provincia, casi pegada a la ciudad capital y ubicada a 35 kilómetros de la localidad de San Jerónimo, comprende la antigua villa del Chorrillo, poblada en principio por artesanales fabricantes de ladrillos que proveyeron el material necesario para la construcción de casi la totalidad de los muros que levantaron los habitantes de la nueva ciudad de La Punta.

Allí también se encuentra la localidad de San Roque, una villa recostada sobre la serranía que sirve de embalse al Dique Cruz de Piedra. A la izquierda u con rumbo al Noreste, se encuentra la localidad de Las Chacras.

Campamento Las Chacras

Localizada a 13 kilómetros de la ciudad de San Luís y a 40 kilómetros de la localidad de San Jerónimo dicho campamento fue el centro de convocatoria para reunir a los reclutas puntanos dispuestos a participar en la gesta patriótica del General José de San Martín. Este paraje fue testigo de la organización del regimiento de granaderos a caballo preparado para las campañas libertadoras de Chile y Perú. En el centro de la misma se ha construido el “Monumento al Pueblo Puntano de la Independencia” cuyo fin es perpetuar la memoria de los combatientes y fue construido en su mayoría con materiales autóctonos de la provincia. Los restos de los tres héroes de la localidad de Renca, Juanario Luna, José Gregorio Franco y Basilio Bustos, descansan en una de las criptas del monumento.

Se encuentra también una replica del estandarte de los dragones de Chile, donado por San Martín como contribución al esfuerzo que realizo San Luis por la libertad americana. Este monumento es uno de los más grandes del país.

Monumento al Pueblo Puntano de la Independencia

La figura más representativa es la imagen que se eleva con los brazos firmes transmitiendo valentía y el coraje que caracterizó a los puntanos.

Tanto su cercanía de la ciudad de San Luis, como su imponente paisajista, las distintas comodidades y entretenimientos que ofrece el monumento es uno de los parajes obligados para los turistas.

Cerro de la Cruz o Punta de los Venados

Es cerro alcanza 1415 metros sobre el nivel del mar, destacándose 700 metros sobre la planicie que lo circunda. Desde su cima, donde se halla una gran cruz de madera, es posible observar al oeste, un increíble panorama de la Ciudad de San Luis y a lo lejos la recientemente fundada Ciudad de La Punta. Al este se alcanzan a divisar los cerros volcánicos de la zona de Carolina y El Morro.

Sierras de las Quijadas:

Ofrece un imponente paisaje de muros estratificados en varios tonos rojizos, donde es posible transitar por farallones, acantilados, cornisas y terrazas, observando los distintos perfiles labrados por los siglos.

Declarado Parque Nacional en 1991, en él se observan no sólo muestras representativas de vegetación sino también testimonios del pasado a través de restos arqueológicos de cultura Huarpe y valiosos yacimientos paleontológicos, ya que hace 100 millones de años fue hábitat natural de pterosaurios y varias especies de dinosaurios.

Sus tierras fueron erosionadas a través de los siglos por el agua y el viento, conformando caprichosas formas como por ejemplo el Potrero de la Aguada: un impactante anfiteatro natural recorrido por un pequeño arroyo rodeado de cerros de 1200 metros de altura.

Localización:

Ubicada en el noroeste de la Provincia de San Luís, a 120 km. de la ciudad capital, y a 90 kilómetros de la localidad de San Jerónimo. El acceso principal se realiza a través de la localidad de Hualtar n, ubicada sobre la Ruta Nacional N  147, que bordea los faldeos orientales y septentrionales de la Sierra de las Quijadas. Esta ruta pavimentada comunica a la ciudad de San Luís con la de San Juan. Desde Hualtar n, donde está ubicada la casa del guarda parque, se transitan 6 Kilómetros de camino de tierra en muy buen estado de conservación hasta el Potrero de la Aguada, permitiendo el acceso de automóviles y colectivos.

Este Parque Nacional abarca unas 150.000 hectáreas de las cuales 84.000 has corresponden a la Reserva Nacional Sierra de las Quijadas. La sierra de las quijadas se extiende por 15 Kilómetros de norte a sur y de 10 Kilómetros de este a oeste. Las mismas se formaron por plegamientos ocurridos hace 5 o 6 millones de años, formando parte de una región de especiales características geológicas.

Según estudios realizados por la Universidad Nacional de San Luis, el Lic. David Rivarola establece que *“Se especula que el relleno de la cuenca de Quijadas pudo haber durado unos 20 millones de años aproximadamente, y en base a los datos que se disponen, es posible estimar que sucedió entre los 120 y 100 millones de años atrás, durante el período Cretácico de la era Mesozoica. Durante ese tiempo se acumularon más de mil metros de sedimentos con características y fósiles particulares en cada etapa. Las características de cada una de ellas, por ejemplo su composición, color, entre otras, permitió dividir al conjunto de capas en varias formaciones geológicas, que son las que hoy se observan transitando las quebradas y valles de las Quijadas”*.⁴⁴

⁴⁴ Citado en www.gobiernodesanluis.gov.ar

Actividades

Recorrido interpretativo hasta los Miradores superiores desde los cuales se obtiene una amplia visual de cornisas, farallones y acantilados.

Excursión a los majestuosos Farallones de unos de 100 metros de altura.

Visita a los hornillos, recorrido interpretativo de la flora típica del lugar.

Excursión a la huella de dinosaurios.

Salinas

Localizada a 40 kilómetros de la localidad de San Jerónimo y unos 20 kilómetros aproximadamente de la ciudad capital, se encuentra la Laguna del Bebedero la misma cuenta con una superficie de 700 hectáreas en un 90% cubierta de sal. Hace millones de años las grandes lluvias llevaron sus aguas a una gran depresión dando forma a una inmensa laguna de aguas salubres. Al disminuir la lluvia esta laguna se fue reduciendo y transformando en una gran salina.

Actualmente la Salina del Bebedero cuenta con una superficie de 5 kilómetros de ancho por 15 de largo, con un metro de sal acumulado sobre la superficie.

En este lugar también es posible observar el proceso de producción de sal comestible, que se inicia con una etapa de estacionamiento y depuración natural en gigantescas parvas para luego pasar a la etapa de lavado y centrifugado, y finalmente ingresar al circuito de secado y almacenamiento en grandes silos.

La visita generalmente se realiza en auto debido a que actualmente no se cuenta con transporte que realice dicho recorrido. Se llega a través de la ruta nacional N° 7, la cual une a San Luis con la provincia de Mendoza o a través de la ruta provincial N° 15 la cual une a las localidades de San Jerónimo, Balde y Salinas del Bebedero. La misma esta actualmente, escasamente poblada y no cuenta con infraestructura propicia para el turismo aunque diariamente es un paraje muy visitado no solo por turistas de provincias vecinas sino también por turistas extranjeros del país vecino Chile.

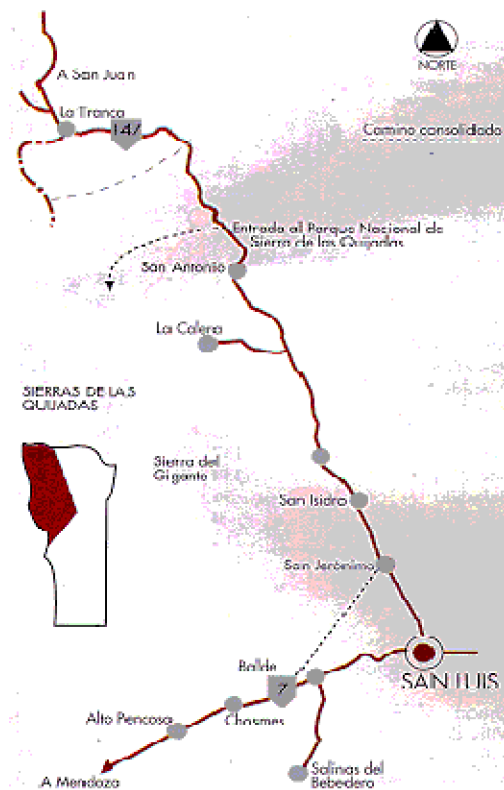
Este circuito turístico es una gran oportunidad a explotar no solo por su ubicación geográfica sino también por sus recursos y la escasa competencia.

Área de fuentes termales.

Esta área está conformada por localidades de San Jerónimo y Balde, que se encuentran localizadas a pocos kilómetros de la ciudad capital. La primera se ubica

sobre la Ruta Provincial N° 3 y Nacional N° 147 que conduce a San Juan, a 27 kilómetros de San Luis Capital. Balde por su parte se encuentra situada a 32 Km. al oeste de la ciudad capital y se llega por Ruta Nacional N° 7. La misma nació alrededor de la estación del ferrocarril que le diera su nombre.

Zona de Afluentes termales. Gráfico N 2.



El entorno paisajístico es árido, propio de la planicie serrana, de características semi-desérticas, con vegetación escasa y de baja altura. Su clima es templado semi-seco, con veranos muy cálidos e inviernos fríos.

Ambas localidades se caracterizan por encontrarse escasamente pobladas y basan su principal sustento en la actividad turística acompañada por la cría de ganado

vacuno, caprino y porcino. Un factor esencial a ambas es que poseen aguas termales, únicas en la Provincia, las cuales son de una excelente calidad y únicas en su tipo en la zona.

Termas de Balde

Ubicada a unos 30 kilómetros al oeste de la provincia con una población de 500 habitantes nacida alrededor de la estación del ferrocarril, hoy desactivado, que le diera nombre. El pozo termal está en funcionamiento desde 1938 y sus aguas emergen de una amplia meseta subterránea. Las condiciones climáticas caracterizadas por un clima cálido y seco, brindan la posibilidad de aprovechar las termas durante todo el año. La Cañada de Balde, en cuyo centro está ubicada la población del mismo nombre, a 550 metros sobre el nivel del mar, presenta un terreno con características de llanura recubierta de la típica vegetación del monte (plantas y arbustos espinosos), el rasgo árido de la región determina la presencia de salares y salinas.

Cuenta con dos complejos termales, uno municipal y otro privado con servicio de camping, cabañas y boxes, para disfrutar de las fuentes de aguas minerales surgentes de altas propiedades terapéuticas. En los últimos años la localidad ha mostrado un crecimiento notorio debido a la instalación del hotel los Tamarindos, emprendimiento de tres estrellas con participación estatal, el cual actualmente es el principal atractivo de la localidad.

Las aguas termales presentan características propias son alcalinas, cloruradas, bicarbonatadas, sulfatadas y su temperatura es de 44,5 grados centígrados (hiper termales).

Uso terapéutico

Dentro de sus usos terapéuticos, publicados por la Secretaria de Turismo de la Nación⁴⁵ se mencionan el Reumatismo crónico, enfermedades de la nutrición, diabetes, gota, cálculos hepáticos, dermatitis.

Termas de San Jerónimo

Localidad ubicada en Ruta Prov. N° 3 y Nacional N° 147 que conducen a San Juan y una distancia de 27 Kilómetros de la ciudad de San Luís. Es conocida por los beneficios de sus aguas termo-minerales que surgen de 451 metros de profundidad y tienen una temperatura de 39° Centígrados (hipo termal).

Según datos publicados por la secretaria de turismo de la provincia dichas aguas se caracterizan por sus acciones terapéuticas tónicas, reconstituyentes y virilizantes⁴⁶.

Atractivos:

El pueblo cuenta con tres centros de reunión, dos privados y otro municipal, los que cuentan con los servicios fundamentales para permitir que los visitantes tengan una buena atención. En el centro municipal los visitantes pueden utilizar las distintas instalaciones del predio, el cual posee asadores, mesas y sillas de cemento, baños, una proveeduría y el balneario municipal que cuenta con tres piletas, de las cuales la principal mide 15 metros por 35 metros, una segunda pileta para los más chicos que tiene una superficie de 3 metros por cinco y la última para gente de la tercera edad es de 3 metros por ocho. Algo para destacar es la sombra natural que hay en todo el predio, la que se ha ido formando con el tiempo por los árboles centenarios que se encuentran en el lugar.

Existe también con un emprendimiento privado, hostería "la Perseverancia", el cual fue la única oferta turística de la provincia con aguas termales por más de 20 años.

⁴⁵ <http://www.turismo.gov.ar/>

⁴⁶ www.gobiernodesanluis.gov.ar

Dicha hostería de una estrella, en sus comienzos ofrecía únicamente baños individuales con piletas termales y habitaciones con baños termales .En el año 1999/2000 toman la iniciativa de crear una pileta al aire libre de 9 metros por 22 metros, la cual ha repercutido favorablemente en los niveles de ocupación, que en la actualidad alcanza niveles cercanos al 80 % de ocupación anual .

La hostería brinda además servicio gastronómico de comidas típicas, y distintos menues en los que se destacan el chivo, asado con cuero, puchero, locro, mazamorra, charque, charquicán, cazuela de gallina, humita, guisos, sopaipillas, quirquinchos entre otros.

En San Jerónimo las cualidades del clima y de sus aguas termales, lo convierten en un lugar ideal para descansar y desde el cual se pueden observar las hermosas sierras de San Luís. La escasa vegetación, típica del monte, es característica de esta zona.

Cabe destacar la cercanía de la localidad no solo con la ciudad de San Luís sino con la mayoría de los centros turísticos mas importantes de la provincia, las distancias no superan los 50 kilómetros en los cuales se pueden recorrer paisajes serranos, ríos, la ciudad capital, el parque nacional Sierra de las Quijadas, salinas, etc.

Otra característica relevante es que el pueblo se encuentra sobre la ruta nacional N° 147 y la ruta provincial N° 3 las cuales conectan a la provincia de San Luís con las provincias de San Juan y Mendoza.

Clima

Cálido y seco, con temperaturas medias que oscilan entre 30° C en verano a 9° C en invierno.

Características de las aguas.

Las aguas de dichas termas se caracterizan por su temperatura, la cual es de 34/37° C. Dicha característica llamada hipo termal la destacan de los demás afluentes termales del país donde las temperaturas son generalmente hipertermal además de ser

aguas de origen telúrico, de acuerdo a la clasificación brindada por Agustín Francisco Gibert⁴⁷, el cual las divide respecto a su origen geológico en:

- a) Magmáticas
- b) Telúricas

Las primeras se caracterizan por ser primitivas. Surgen de una directa relación con filones metálicos o eruptivos. Sus temperaturas son elevadas, siempre superiores a 50° C. Tienen un caudal periódico, rítmico y constante, siendo asimismo constantes, su temperatura y su composición. En este tipo de aguas, son comunes los elementos característicos de emanaciones metálicas, como boro, fósforo, arsénico, bromo, cobre, nitrógeno. Por su parte, las aguas telúricas, denominadas también aguas de “infiltración”, pueden surgir de cualquier terreno. Su caudal es variable, según los regímenes de lluvia y estaciones del año.

Las temperaturas rara vez llegan a los 50° C. El grado de mineralización es de mediano a bajo y la concentración de minerales está en inversa proporción con su caudal. En las aguas “telúricas” existen sales de cal y de magnesio, cloruros, bicarbonatos, etc. Debido a lo cual, el uso de las mismas tienen menos contraindicaciones médicas.

Características químicas de las aguas de la localidad.

Clorurada, bicarbonatada, ligeramente sulfatada, sódica, bicálcica.

Uso terapéutico

Son numerosos los usos terapéuticos de esta agua y reconocidas sus bondades. Las mismas son reconstituyentes, reconfortables, viriles, tónicas, antirreumáticas. Estas son recomendadas a personas que sufran algunas de las siguientes enfermedades: Ginecopatías, neuropatías, dermatosis, artritis crónica, ciática, neuritis, polineuritis, cardiopatías funcionales y orgánicas, herpetismo, catarros crónicos de las mucosas, anemia, desarreglos menstruales, enfermedades en los niños linfáticos, diatésicos y endeble de constitución, convalecencia de enfermedades en general, diátesis exudativa en diferentes manifestaciones cutáneas, eczemas impétigos, soriasis, sabañones y en los niños con desequilibrios neuroendocrino.

⁴⁷ www.termasalud.com

Contraindicaciones de los baños

Se recomienda en todos los casos efectuar la consulta médica, con el fin de que el tratamiento sea efectivo.

2.3 Estudio de la Demanda en la provincia y la región:

En la siguiente sección se analiza el comportamiento de la demanda, en el periodo 2005- 2008. En términos generales se mencionan datos referidos a la década anterior, de acuerdo a la información brindada por distintas fuentes oficiales nacionales y provinciales. Con el objetivo de determinar la cantidad de personas que visitan esta ciudad y su evolución.

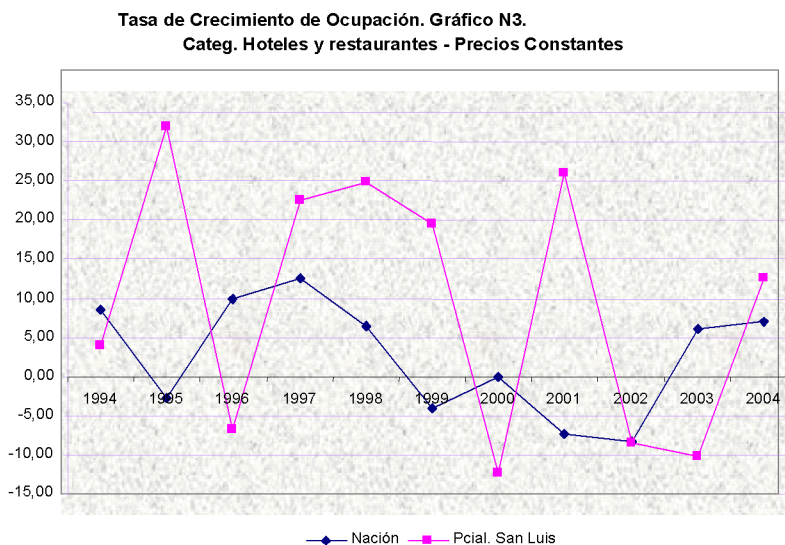
Análisis histórico de la demanda:

La producción de bienes y servicios turísticos se caracteriza por su heterogeneidad, constituyendo éste un problema al intentar explicar la importancia de la actividad turística a través de su participación en la economía provincial. En la actualidad no se construye una medición específica que permita estimar la contribución del sector a la economía provincial o nacional.

El abordaje estadístico del turismo, según lo sugerido por la OMT, debiera hacerse a través de la investigación del mercado (demanda de los turistas y oferta de productos y servicios) y del estudio sobre el impacto económico que el turismo produce en la economía del país. En nuestro país no se realizan estimaciones oficiales acerca del peso del turismo en la economía y tampoco se realizan a nivel provincial. Por este motivo, las cuantificaciones sobre el turismo son escasas, lo que dificulta la exposición sobre la real dimensión que esta actividad tiene. Las cifras disponibles a nivel nacional se derivan de estadísticas históricas de la Secretaría de Turismo de la Nación, generalmente provisorias, y no del desarrollo de una Cuenta Satélite de Turismo (CST)⁴⁸, tal como se recomienda internacionalmente.

⁴⁸ El objetivo de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), es medir la contribución de las actividades turísticas en la economía de país, y lograr en el mismo un sistema de estadísticas de turismo propio, que permita su comparación con otros sectores económicos. La metodología para la implementación de la Cuenta Satélite de Turismo fue elaborada por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y luego aprobada por la Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas. En nuestro país se le está dando

En Argentina las condiciones de recesión de la economía nacional afectaron la actividad turística observándose una tendencia negativa a partir de 1998 que se explica por la pérdida de competitividad asociada con la política de convertibilidad, alcanzando su peor momento en los años 2000 y 2002 (Ver Gráfico N 3). Si bien a partir de los atentados del 11 de septiembre de 2001 se produce una caída de los flujos a nivel mundial, sobre todo en los viajes de larga distancia, en la Argentina este efecto se vio agravado por los acontecimientos políticos y sociales de diciembre de ese mismo año. Esto pone en evidencia la sensibilidad de la demanda de turismo que no duda en alternar turismo internacional con turismo interno según los vaivenes de la realidad nacional, y no siempre como respuesta a políticas de desarrollo turístico.



Fuente: Secretaría de Estadística y Censos, Gobierno de la provincia de San Luis.

La disminución en la ocupación hotelera fue producto de los altos precios relativos para el turismo internacional y la sustitución de destinos nacionales por parte de los argentinos a quienes les resultaba más barato viajar al exterior; para los turistas extranjeros nuestro país era un destino lejano, exótico, pero “muy caro”. No obstante, los principales centros turísticos de nuestro país llevaron adelante acciones con una visión de mediano y largo plazo cuyos resultados se manifiestan actualmente; las

nuevo impulso y trabajando estrechamente con los responsables de las cuentas nacionales del INDEC, con el fin de lograr las desagregaciones entre actividades turísticas y no turísticas en las cuentas.

estrategias impulsadas desde los '90 explican el crecimiento alcanzado en destinos como Salta, Córdoba y Ciudad de Buenos Aires, entre otros.

La salida de la convertibilidad, con la devaluación del peso en 2002, produjo una recuperación de la actividad turística del país. La evolución favorable está dada no sólo por el incremento de llegadas de turistas extranjeros y por los cambios en sus hábitos de consumo, sino también por la retención de residentes que optaron por tomar sus vacaciones en el país.

Las variaciones producidas en la tasa de crecimiento de ocupación hotelera a nivel nacional, coincidente con períodos de profundas crisis económicas y sociales, se evidencian a nivel provincial en el período siguiente; se explica porque los impactos de las crisis se evidencian primero en los mayores centros urbanos, donde las variables económicas tienen mayor incidencia.

La Provincia cuenta con un potencial de crecimiento importante pudiendo mejorar su participación en la economía provincial e impactando positivamente en los sectores: comercio minorista, hotelería y restaurantes, transporte y actividades de agencias de viajes. La recesión económica y la disminución del poder adquisitivo luego de la crisis de finales de 2001, sumado a la falta de objetivos claros e institucionalidad para su desarrollo, afectaron el comportamiento del sector en la provincia.

Análisis de la demanda en San Luis

San Luis no contaba con un sistema estadístico del sector, ni registro sistemático de turistas, recién a comienzos del año 2008 se creó la Dirección Provincial de estadísticas y censos; razón por lo cual muchos datos se han obtenido a partir de encuestas que se realizan a los turistas que se acercan a las oficinas de informes de la Subsecretaría de Turismo provincial relevando datos referidos a procedencia, tipo de alojamiento y medios de transporte utilizados por los turistas; también existen datos no sistemáticos relevados en los puestos camineros, encuestas realizadas eventualmente por algún municipio u organismo nacional. Esta información insuficiente constituye una fuerte limitante para evaluar el fenómeno turístico en la Provincia, el cual si bien

incipientemente se pretende superar con la creación del Organismo Provincial de Estadísticas y Censos.

En los últimos años se percibe una lenta pero persistente expansión de la demanda y un incremento en la oferta a través de la incorporación de nuevos servicios turísticos. Posterior a la crisis del año 2001 la demanda turística en la provincia fue creciendo conforme a lo que también sucedía a nivel nacional.

Los datos disponibles para el año el 2005 muestran la tendencia de crecimiento del sector que se observa desde el 2002, sin embargo los mismos son relevamientos limitados ya que corresponden únicamente al mes de enero. Durante este año también existen divergencias entre los datos suministrados por los organismos oficiales y el sector privado, razón por la cual he optado por hacer referencias a los datos brindados por los primeros.

Según la información recolectada por el Subprograma de Fomento a las Inversiones Turísticas, Planificación y Difusión la ocupación hotelera durante el mes de enero del 2005 alcanzó casi al 70%. La localidad que más turistas recibió fue la Villa de Merlo, que registró un 87% de ocupación, seguida de cerca por Potrero de los Funes, que mantuvo un 86% de sus plazas ocupadas. Otras localidades que tuvieron una gran ocupación El Volcán (84%) y El Trapiche (85%); mientras que el noroeste de la provincia (Lujan y San Francisco del Monte de Oro, entre otras) alcanzó un 61% de ocupación.

Las cifras oficiales afirman que durante la misma época, se ocuparon el 58% de las habitaciones disponibles. En lo que respecta a la procedencia de los viajeros, los relevamientos oficiales señalan que el 55% de las personas que arribaron a San Luis lo hicieron desde Buenos Aires. También hubo turistas de Mendoza, Córdoba y Santa Fe. Por su parte la estadía promedio alcanzó los 6.5 días.

El año 2006 registró la mayor alza. Durante la temporada estival la ocupación rondó alrededor del 75 % según los datos proporcionados por la Secretaria de Turismo de la Nación ⁴⁹. La ciudad de Merlo, provincia de San Luis, fue la que

⁴⁹ <http://www.turismo.gov.ar/esp/prensa/gacetillas/g05012006fin.htm>

alcanzó el mayor nivel de ocupación recibiendo en los primeros días de enero 7.340 turistas que ocuparon el 96% de las 1.913 plazas disponibles diarias. La procedencia de los turistas fue principalmente de la provincia de Buenos Aires. Las localidades más elegidas por los turistas, después de Merlo, fueron Potrero de los Funes, El Volcán, Sierra de las Quijadas y el centro puntano.

Durante este año se registró un importante aumento del turismo en invierno. Según los datos publicados en el Diario "La República" de San Luis, durante la temporada invernal la ocupación hotelera y extrahotelera alcanzó un promedio del 60 %. Sin embargo la estadía promedio fue de 2.5 días ⁵⁰, lo que pone de manifiesto que la provincia todavía sigue siendo un lugar de paso hacia otras localidades que tienen una fuerte demanda turística como es el caso de Mendoza y Córdoba.

Durante el año 2007 los datos revelados por el coordinador del Ministerio de Turismo Cultura y Deporte del Gobierno de San Luis, Juan José Dasso, muestran un nivel de ocupación en el 1er mes del año de 84,30%

Para la primera quincena de enero el promedio general de ocupación hotelera y extrahotelera fue del 72,51%. Durante los tres primeros días de la segunda quincena se observó un incremento ya que el nivel de ocupación rondó el 86,17%. En lo que respecta a la estadía promedio, la misma fue de 5 días para dicho mes, registrando la menor estadía en la capital, mientras que en los centros de mayor afluencia turística se produjo un promedio de estadías de 4,5 y 6 días. A partir de la segunda quincena de enero, se registró un marcado crecimiento en cuanto a ocupación turística, puesto que el promedio general de ocupación durante los tres primeros días de la segunda quincena de enero fue del 86,17%.

⁵⁰ <http://www.grupopayne.com.ar/archivo/06/0607/060723/2-lp.php>

Ocupación hotelera y extrahotelera
Primera quincena de enero 2007. Tabla N 3

Destinos Turísticos	Ocupación	Estadía Promedio
Ciudad de San Luis	48,67 %	2 a 3 días
Villa de Merlo	94 %	5 a 7 días
Potrero de los Funes	90,35 %	5 a 7 días
El Volcán	95,30 %	4 a 5 días
Las Chacras	70 %	4 a 5 días
El Trapiche	94 %	5 a 7 días
Afluentes termales	90 %	4 a 5 días
Lujan	90 %	6 a 7 días
Quines	90 %	6 a 7 días
Villa Elena	85 %	5 a 7 días
Papagayos	68 %	4 a 5 días
Villa Mercedes	37 %	

Fuente: Secretaria de Estado de Turismo y Deporte de la Provincia de San Luis.

En la tabla expuesta arriba se observa un importante crecimiento del sector que superó los 10 puntos porcentuales entre la primera y segunda quincena en la ciudad de San Luis. Lo siguiente puede ser explicado por la incidencia que tuvo el 1er tour de San Luis, acontecimiento que trajo a ciclistas y visitantes de todo el mundo, el cual se realizó durante el periodo del 18 al 28 de enero de dicho año.

Según comentó el funcionario Dasso el mes de febrero continuó con la tendencia ascendente donde se informaron niveles de ocupación cercana al 84%⁵¹.

Durante el año en curso (2008) según los datos brindados por la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos en el periodo relevado de enero- abril, la provincia contabilizó alrededor de 66.591 arribos de turistas, de los cuales 62.874 corresponden a arribos nacionales mientras que 3657 son turistas internacionales, de los cuales existe un claro predominio de personas procedentes de Chile, seguido por Brasil,

⁵¹ <http://www.sanluis.gov.ar/res/7322/media/febrero/12351.pdf>

Norteamérica y Canadá y países Europeos, de los cuales España ocupa el primer lugar.

Procedencia y cantidad de arribos a la Provincia desde el país. Tabla N 4.

Provincia	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Total	Porcentaje
Ciudad de Bs As	7378	6300	5477	3777	22932	36%
24 partidos de Gran Bs As	4477	2436	2445	1914	11272	18%
Retiro de Bs as	1665	1767	1110	802	5344	8%
Catamarca	41	56	28	6	131	0%
Córdoba	1785	1492	1228	978	5483	9%
Corrientes	88	49	64	35	236	0%
Chaco	195	26	14	71	306	0%
Chubut	102	101	73	40	316	1%
Entre Ríos	184	125	81	99	489	1%
Formosa	39	14	12	7	72	0%
Jujuy	38	38	20	26	122	0%
La Pampa	272	256	222	134	884	1%
La Rioja	133	86	35	39	293	0%
Mendoza	1888	1703	1351	1267	6209	10%
Misiones	102	16	42	21	181	0%
Neuquén	136	126	110	80	452	1%
Rio Negro	85	78	77	45	285	0%
Salta	43	49	36	17	145	0%
San Juan	355	437	258	238	1288	2%
San Luis	634	489	474	406	2003	3%
Santa Cruz	83	102	16	17	218	0%
Santa Fe	1176	866	886	583	3511	6%
Santiago del Estero	80	141	30	16	267	0%
Tierra del Fuego	51	36	19	4	110	0%
Tucumán	137	46	121	21	325	1%
Total	21167	16835	14229	10643	62874	100%

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos. 2008.

Procedencia y cantidad de arribos a la provincia desde el exterior. Tabla N 5.

País	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Total	Porcentaje
Bolivia	6	2	5	7	20	1%
Brasil	203	239	82	55	579	16%
Chile	281	534	177	66	1058	29%
Paraguay	7	8	0	4	19	1%
Uruguay	18	28	29	10	85	2%
Resto de América Latina	65	79	43	36	223	6%
EEUU y Canadá	80	68	80	26	254	7%
Alemania	61	20	21	7	109	3%
España	79	7	32	8	126	3%
Francia	29	16	7	6	58	2%
Gran Bretaña	7	7	10	1	25	1%
Italia	58	3	11	4	76	2%
Resto de Europa	157	22	44	20	243	7%
Asia	13	24	3	2	42	1%
Resto del Mundo	22	685	13	20	740	20%
Total	1086	1742	557	272	3657	100%

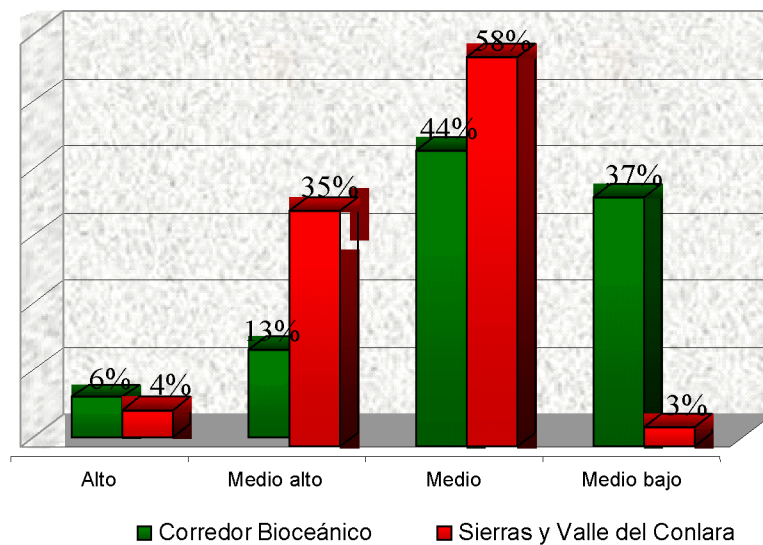
Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos. 2008.

En cuanto a la tasa de ocupación registrada en la provincia de San Luis se observa que durante los primeros tres meses del año en curso, la misma alcanzó un 41% incluyendo todas las categorías de establecimiento. Siendo los establecimientos de mayor categoría los que lograren la mayor tasa para el trimestre, alcanzo el 65%. Con respecto a los días de permanencia promedio de turistas en la provincia para el primer trimestre del año, la Dirección Provincial de Estadísticas y Censos estimó una permanencia de 2.5 días

Motivos que atraen a los turistas.

Las vacaciones son el principal motivo que atraen a los turistas que se trasladan a los distintos centros turísticos de la provincia en los períodos ordinarios de vacaciones y fines de semana largos; los requerimientos de servicios se orientan a alojamientos de precios medios y servicios de recreación, coincidentes con el nivel socioeconómico predominante de los visitantes a la provincia.

Nivel Socioeconómico de los Turistas 2008. Grafico N

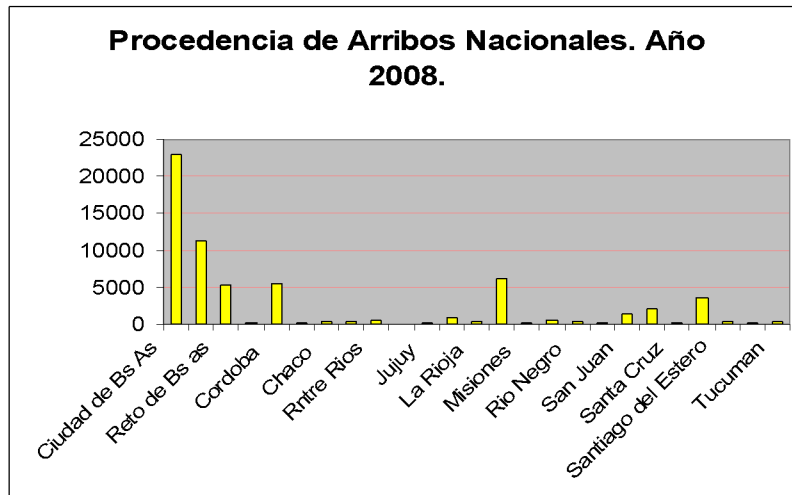


4.

Fuente: Dirección Nacional de Estadísticas y Censos

Las visitas por razones de negocios y convenciones constituyen un importante flujo de visitantes durante todo el año debido a su relación con las actividades económicas y educativas desarrolladas en la Provincia; este tipo de visitantes, principalmente provenientes de Buenos Aires y Mendoza, demandan servicios diferentes del turista, con mayor capacidad de alojamiento y servicios, por lo tanto se localizan en las ciudades de San Luis, Villa Mercedes y Merlo. Otros destinos elegidos son Potrero de los Funes, El Volcán, El Trapiche, San Francisco del Monte de Oro, Villa Elena y Afluentes termales.

Gráfico N 5.



Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos

Tabla N 6.

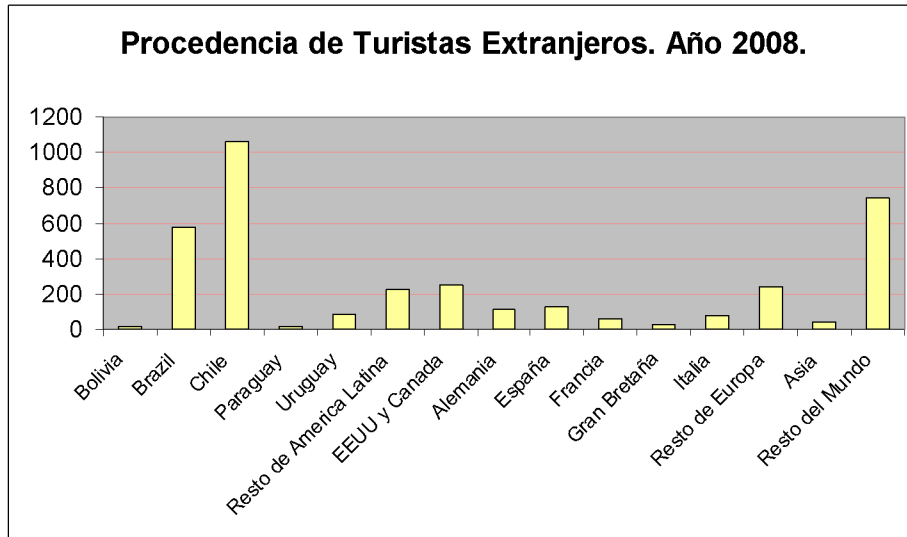
Procedencia		Transporte		Permanencia Promedio	
Buenos Aires	62%	Autos	84%	3 a 4 días	35%
Mendoza	10%	Colectivos	14%	5 a 7 días	44%
Santa Fe	6%	Avión	2%	8 a 15 días	1%
La Pampa	1%				
Córdoba	9%				
Resto del País	10%				
San Juan	2%				

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos. 2008.

La procedencia de los turistas es variada, y la mayor parte de los mismos son oriundos de la provincia de Buenos Aires. En San Luis se observa una mayor afluencia de turistas nacionales, los cuales llegan a la provincia utilizando como medio de transporte principalmente automóviles. Aunque en los últimos tiempos ha ido aumentando el turismo extranjero, según los datos brindados por la Dirección Provincial

de Estadísticas y Censos en el primer trimestre del año en curso el 5.49 % de los arribos a la provincia son turistas extranjeros, donde el 29% proviene de Chile, seguido por turistas brasileros que representan un 16%.

Gráfico N 6.



Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y Censos. 2008.

2.4 Análisis de la oferta turística en San Luis

Los productos turísticos provinciales son de carácter tradicional, basados en atractivos serranos con predominio de elementos como el clima y el paisaje, características de un turismo pasivo, de descanso y contemplativo. Tradicionalmente la estructura comercial fue escasa y débil con una marcada tendencia a esperar la llegada de los turistas, con muy poca promoción por parte del sector privado y gubernamental, ya que la provincia dependía de un turismo espontáneo que impedía la consolidación de una estructura comercial. En cuanto a los servicios, los mismos eran de disímil calidad y estaban concentrados principalmente en la ciudad de San Luis, sus alrededores y Merlo.

En los últimos años se ha visto un crecimiento importante del turismo en la provincia (tal como se demostró en el estudio de demanda), lo cual ha ido de la mano de un gran crecimiento de la oferta, como consecuencia del fomento turístico gubernamental, a través de la Ley N° VIII-514, "Programa San Luis Turismo", el desarrollo de autopistas y la gran cantidad de eventos tanto deportivos, como culturales de gran relevancia que se están llevando a cabo.

De acuerdo a los datos disponibles sobre infraestructura, se puede observar una evolución de la misma en los últimos años. De acuerdo a la Dirección Provincial de Turismo en el año 2003, la provincia contaba con tan solo 233 establecimientos de alojamiento, que en su totalidad representaban 11.503 plazas. (Ver anexo pagina 114-115).

Cantidad de establecimientos en la provincia 2007. Tabla N 7.

Departamentos	Hoteles/Residencias/ Cabañas/Hosterías	Camping	Totales	Porcentajes
Ayacucho	19	5	24	3,98%
Belgrano	4	3	7	1,16%
Pringles	45	10	55	9,12%
Chacabuco	31	5	36	5,97%
Pedernera	24	4	28	4,64%
Gral. Dupuy	10	0	10	1,66%
Junín	322	6	328	54,39%
Capital	103	7	110	18,24%
Gral. San Martín	4	1	5	0,83%
Total	562	41	603	100,00%

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y censos 2007.

De acuerdo con la información tabulada se observa que con respecto al año 2003 hay un fuerte incremento de establecimientos, la provincia pasa de contar con 233 a 603 para el año 2007. La mayor concentración se encuentra en el departamento Junín con un 54% de los establecimientos, seguido por el departamento Capital con un 18% del total. Cabe destacar que en dichos departamentos se encuentran los principales atractivos turísticos de la provincia como son la ciudad de Merlo y la localidad de Potrero de los Funes. Esta situación fue producto de las inversiones que se registraron bajo beneficios promocionales y la sanción de leyes provinciales destinadas al sector turístico con el objeto de incentivar las inversiones privadas.

La infraestructura gastronómica y la calidad de los servicios existentes han mejorado sustancialmente en los principales centros turísticos de la Provincia, principalmente en la capital y las localidades de Merlo y Potrero de los Funes. Se pasa

a detallar el relevamiento de establecimientos gastronómicos según categoría brindado por la Dirección Provincial de Estadísticas y censos.

Cantidad de establecimientos gastronómicos en la provincia 2007. Tabla N 8.

Departamentos	Restoranes/comedores	Confitería/Bar	Totales	Porcentajes
Ayacucho	15	4	19	6,44%
Belgrano	2	1	3	1,02%
Pringles	12	6	18	6,10%
Chacabuco	26	0	26	8,81%
Pedernera	26	0	26	8,81%
Gral. Dupuy	17	0	17	5,76%
Junín	53	18	71	24,07%
Capital	61	27	110	37,29%
Gral. San Martín	5	0	5	1,69%
Total	217	56	295	100,00%

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y censos 2007.

El crecimiento de la oferta turística fue notorio en los últimos años si se tiene en cuenta que la disponibilidad de alojamiento creció en un 258% respecto al año 2003. Lo cual puede explicarse ya que la concreción de planes de infraestructura vial le permitió al recurso turístico sanluiseño mejorar las condiciones para atraer inversiones privadas en hotelería y restaurantes, conectar distintos circuitos turísticos provinciales y, en consecuencia, impactar positivamente en su posicionamiento en el mercado.

Análisis de Microentorno: San Jerónimo

Demanda y Oferta en zona de afluentes termales

Esta área esta conformada por las localidades de San Jerónimo y Balde, ambas localizadas a pocos kilómetros de la ciudad capital. Estas localidades se encuentran escasamente pobladas y su principal recurso lo constituye el recurso termal. Actualmente según datos relevados por la Dirección provincial de estadísticas y censos la zona cuenta con 10 establecimientos hoteleros y 6 comedores, los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente forma:

Cantidad de establecimientos gastronómicos en San Jerónimo 2007. Tabla N 9.

Departamentos	Restaurantes/comedores	Confitería/Bar		
			Totales	Porcentajes
San Jerónimo	3	0	3	50,00%
Balde	3	0	3	50,00%
Total	6	0	6	100,00%

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y censos 2007.

Cantidad de establecimientos en San Jerónimo 2007. Tabla N 10.

Departamentos	Hoteles/Cabañas	Camping		
	Residencias/Hosterías		Totales	Porcentajes
San Jerónimo	3	1	4	33,33%
Balde	7	1	8	66,67%
Total	10	2	12	100,00%

Fuente: Dirección Provincial de Estadísticas y censos 2007.

De acuerdo a esta información, se observa que ambas localidades disponen de la misma cantidad de Restaurantes pero si tenemos en cuenta los alojamientos, Balde

posee un desarrollo mayor, tanto en número como en la calidad de los servicios prestados por los mismos.

Termas de Balde:

Cuenta con dos complejos termales, uno municipal y otro privado con servicio de camping, cabañas y boxes, en su gran mayoría estos responden a emprendimientos privados precarios. En los últimos años la localidad ha mostrado un crecimiento notorio debido a la instalación del hotel los Tamarindos, emprendimiento de tres estrellas con participación estatal, el cual actualmente es el principal atractivo de la localidad. El hotel cuenta con 30 habitaciones con capacidad máxima de 100 huéspedes. De acuerdo a los datos brindados por personal del hotel, el porcentaje de ocupación anual alcanza el 70 %.

Dentro de los servicios que ofrece para el turista se encuentran:

- Gimnasia acuática.
- Baño Termal Individual.
- Baños Termales Grupales.
- Fango terapia en boxes.
- Pileta Externa.
- Ambiente Climatizado
- Bar
- Estacionamiento Exclusivo
- Hidromasaje
- Parrillas
- Restaurante
- Sauna
- Servicio de Lavandería
- Servicio de mucama
- Servicios de Emergencias Médicas

- Spa
- Televisión Satelital
- Wi Fi

En cuanto a las tarifas, las mismas son:

Tarifas Hotel Los Tamarindos. Tabla N 11.

Tarifas	Alta/Media/Baja
Suite	\$ 180
Departamentos	\$ 160
Cabañas	\$ 95
Habitaciones	\$ 75

Fuente: Hotel los Tamarindos

Estas incluyen el alojamiento y desayuno.

Si se quiere pasar el día, los precios son:

- . Baño Individual \$ 15 la hora.
- Masajes \$25 los 20 minutos.
- Baño Grupal Pileta \$ 10 una hora

Termas de San Jerónimo

La demanda turística en esta localidad se caracteriza por ser una demanda constante, con aumentos en la temporada estival e invernal. El turismo es primordialmente nacional y con un alto porcentaje de turistas procedentes de las provincias vecinas de San Juan y Mendoza, así como también de la ciudad capital de San Luis. La estadía promedio de los mismos es de dos a tres días, con un nivel socio-económico medio, constituidos por parejas jóvenes con hijos pequeños y parejas de personas mayores que elijen la tranquilidad del lugar.

Durante la época estival la ocupación de los establecimientos es total. También se observa una gran cantidad de personas que concurren a pasar el día en las piletas. La composición de los turistas es variada, tanto gente joven como mayores. Mientras que en la época invernal hay un predominio de personas mayores, impulsadas por el turismo salud.

Esta localidad dispone de 3 complejos de alojamiento y un camping, los comedores disponibles son 3 que se encuentran dentro de los complejos mencionados. Dichos establecimientos son de carácter privado y muy precario con excepción de la hostería que se describe a continuación:

Hostería la Perseverancia:

En funcionamiento desde comienzos de los años setenta, fue la única oferta turística de la provincia con aguas termales por más de 20 años. Dicha hostería de una estrella, en sus comienzos ofrecía únicamente baños individuales con piletas termales y habitaciones con baños termales. En el año 1999/2000 toman la iniciativa de crear una pileta al aire libre de 9 metros por 22 metros, la cual ha repercutido favorablemente en los niveles de ocupación, que en la actualidad alcanza el 80 % de ocupación anual.

La misma cuenta con 26 habitaciones cuya capacidad máxima es de 110 plazas.

La hostería brinda además del alojamiento, el servicio gastronómico que incluye comidas típicas, en los que se destacan el chivo, asado con cuero, locro, mazamorra, charque, charquicán, cazuela de gallina, humita, guisos, sopaipillas, quirquinchos entre otros.

Servicios:

- Pileta de natación termal externa.
- TV satelital.
- Bar
- Parrillas
- Solárium
- Reposeras
- Habitaciones con pileta individual termal.
- Estacionamiento.
- Alquiler de cuadríciclos.

Tarifas:

La hostería posee habitaciones para dos y cuatro personas, y la tarifa es de \$92 por persona e incluye desayuno, almuerzo y cena. Así como también el acceso a la pileta externa y la utilización de todos los servicios detallados anteriormente, a excepción de los cuadríciclos, cuya tarifa es de \$50 la media hora.

En caso de ir a pasar el día los precios son:

- Baño individual \$6.
- Pileta de natación externa \$8 por persona, \$5 menores.

2.5 Análisis FODA del desarrollo de la industria turística en la provincia de San Luis y la región.

Fortalezas:

1. La localización del circuito de recursos termales en relación a la capital de la Provincia de San Luis, el aeropuerto provincial y el circuito turístico de la provincia.
2. Escasez de restricciones legales provinciales y municipales para el acceso a la explotación del recurso termal.
3. Escasez de restricciones técnicas para la obtención del recurso termal, ya que actualmente en la localidad existen dos perforaciones ,lo cual según lo manifestado por la Intendente de la comuna no es necesaria otra perforación
4. La región cuenta con gran diversidad de recursos naturales y culturales, lo que lleva a que el turista pueda optar por una gran diversidad de actividades.
5. El recurso natural disponible y la infraestructura de base existente en el territorio provincial, sumado a una imagen propia orientada al turismo natural.
6. La ocupación anual de la localidad de San Jerónimo de acuerdo al sondeo realizado es sumamente prometedora en comparación con otros puntos turísticos del país.
7. El rol del sector público en la inversión en infraestructura es un factor determinante para el incipiente crecimiento manifestado a través del periodo analizado. El sector público provincial generó la plataforma adecuada a través de inversiones en infraestructura de base y equipamiento.
8. En el período en análisis, 2002 – 2008, el Gobierno de la Provincia de San Luis implementó diferentes programas y acciones

Oportunidades

1. Algunos indicadores económicos tales como, la evolución del PBI, ingreso de divisas, empleo, y otros entre los que se destacan la llegada de turistas, establecimientos y plazas hoteleras, estadía promedio, han demostrado la dinámica creciente del sector y su contribución a la economía argentina.
2. El turismo se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes del mundo y es fuente generadora de puestos de trabajo y divisas, por lo que se espera fomento a las inversiones en el rubro.
3. La devaluación de la moneda nacional, transforma al país en un destino turístico altamente accesible al turista extranjero.
4. El crecimiento de la demanda nacional e internacional del llamado turismo natural-rural-sustentable.
5. Los turistas de los países industrializados buscan cada vez más, vacacionar en lugares donde puedan experimentar un contacto directo naturaleza y el patrimonio cultural.

con el objeto de impulsar el desarrollo del sector turístico a través de la concreción de inversiones -orientadas a ampliar y fortalecer la infraestructura económica y social de la provincia.

9. La realización de eventos deportivos y espectáculos de importancia nacional e internacional que estimulan el turismo.

Debilidades

1. La provincia carece de imagen para el turismo nacional e internacional a excepción de la Villa de Merlo localidad que normalmente es confundida como la capital de la Provincia.
2. Parte del empresariado del sector considera al turismo como una actividad secundaria, accesoria de otras actividades principales, por lo cual no le concede la dedicación necesaria y ello provoca una caída del nivel de servicio prestado al turista.
3. Aún no se ha logrado la plena profesionalización del sector turístico.
4. Falta de armonización de la política de turismo con la política de transporte para la integración provincial, vital para la escala económica de la Provincia.
5. El crecimiento turístico espontáneo, característico de la provincia de San Luis, producto de una falta de planificación integral, puede generar impactos ambientales, sociales y culturales costosos y difíciles de corregir.

Amenazas

1. Crecimiento competitivo: En nuestro país se observa una amplia heterogeneidad en la oferta turística, con una marcada estacionalidad de la demanda, corta duración de la estadia media, y fuerte concentración de la demanda en pocos centros turísticos ya desarrollados. En esta realidad nacional altamente competitiva y concentrada, San Luis no es ajena a esta problemática y se encuentra compitiendo directamente con Córdoba y Mendoza, provincias mejor preparadas que opacan la oferta turística de la provincia, donde el turismo muestra signos de incipiente crecimiento.
2. El crecimiento de los precios del boleto aéreo y el combustible pueden elevar mucho los costos de traslado haciendo disminuir el flujo de turistas.
3. Las huelgas de los trabajadores aéreos retrasan los vuelos y provocan incertidumbre en los turistas, lo cual desalienta, en particular al turismo internacional, a planear viajes a los países que en la actualidad sufren esta crisis social y política.
4. Las huelgas y cortes de rutas que se realizan en el país desalientan el turismo nacional.
5. La gran inflación que está sufriendo el país puede redundar en una disminución del turismo nacional, en caso de persistir la situación

3. Conclusión del diagnóstico:

A partir de la información disponible y en base al análisis realizado se pudieron obtener ciertas conclusiones, que serán de importancia a la hora de evaluar la prefactibilidad del proyecto de inversión.

En primer lugar se puede afirmar que el turismo, como actividad económica productiva, ha ido mostrando una evolución ascendente, que se profundizó en los últimos años, tal como se ve reflejado en el periodo analizado. Los factores que pueden explicar este crecimiento son múltiples, pero cabe resaltar la importancia de los indicadores de oferta y demanda. Entre ellos, se puede mencionar las altas tasas de ocupación que se observan, tanto a nivel internacional, donde en varias publicaciones enfatizan este crecimiento, como también a nivel nacional, provincial e incluso en la localidad de San Jerónimo.

Otros indicadores sustanciales son el crecimiento de la estadía promedio y el incremento de la inversión en el sector, tanto privada como estatal. Desde el plano gubernamental también ha ido aumentando el impulso que se le da a esta actividad, a través de líneas de financiamiento, reducciones impositivas, capacitación. Adicionalmente ha habido un gran crecimiento en los servicios que se ofrecen a los turistas, así como también en la gama de actividades y excursiones que pueden realizarse. Por último, resulta necesario mencionar que la devaluación de la moneda unida a la gran publicidad que ha tenido el país han convertido a la Argentina en un gran atractivo a nivel internacional y nacional.

No obstante este crecimiento, todavía existen elementos relevantes que requieren de una solución desde el ámbito nacional. La inestabilidad social, que se manifiesta en los cortes de ruta, piquetes, huelgas en el transporte aéreo son

elementos que de no solucionarse pueden repercutir negativamente en el crecimiento del sector, debido a la imagen muchas veces perjudicial que se muestra del país.

A nivel provincial se observa la tendencia de crecimiento de los indicadores de oferta y demanda, aunque en menor escala.

Los datos estadísticos que se manejan a nivel nacional sobre la provincia se unifican en lo que denominan región Cuyo, donde se combinan los datos de varias provincias y cuando se muestran datos exclusivos de San Luis, los mismos se refieren casi exclusivamente a la Villa de Merlo, lo cual puede ser explicado por que posee una dinámica propia de crecimiento, donde los actores (sector público, sector privado, comunidad) generan permanentemente acciones tendientes a la consolidación del sistema turístico local que conforman. Es por esta razón que se han diversificado las fuentes para la obtención de datos a fin de obtener un análisis más realista.

En los últimos años, el gobierno provincial ha comenzado a implementar planes de promoción del turismo en la provincia, a través del otorgamiento de créditos y el fomento a la inversión. En el período en análisis, 2005-2008, el Gobierno de la Provincia de San Luis implementó diferentes programas y acciones con el objeto de impulsar el desarrollo del sector turístico a través de la concreción de inversiones (orientadas a ampliar y fortalecer la infraestructura económica y social de la provincia) y la promulgación de normas jurídicas tendientes a promover y estimular acciones en la actividad privada.

Las tasas de ocupación, estadía promedio de la provincia acompañan a la tendencia nacional de crecimiento, aumentando sustancialmente en el período analizado. Es importante recalcar que, San Luis se encuentra compitiendo directamente con Córdoba y Mendoza, provincias mejor preparadas que opacan la oferta turística de nuestra provincia, donde el turismo muestra signos de incipiente crecimiento, lo cual puede explicarse, entre otros factores, por el escaso desarrollo provincial en materia de turismo y porque recientemente se ha ido impulsando el sector si lo comparamos con la gran promoción que hace tiempo han realizado las provincias mencionadas.

Yendo hacia lo particular, la localidad de San Jerónimo no se mantiene ajena a esta tendencia creciente del sector turístico. A partir de datos secundarios y aquellos obtenidos a través de encuestas y visitas de campo, la misma ha dado un gran salto, teniendo en cuenta que en los últimos cinco años, los niveles de ocupación alcanzan casi al 100%, sin presentar estacionalidad a lo largo del año, y concentrándose principalmente durante los fines de semana, feriados y vacaciones, reduciéndose la misma en el transcurso de la semana. Esto puede explicarse en aspectos tales como la localización que presenta, cercana a la ciudad de San Luis, al aeropuerto y a los principales circuitos turísticos de la provincia. Sin embargo el mayor atractivo del lugar, lo constituye su recurso natural. San Jerónimo cuenta con afluentes termales de apreciable calidad debido a la temperatura del agua y los minerales que presenta, que posee un alto potencial beneficioso para la salud. En la actualidad, la tendencia cada vez más frecuente de cuidado personal, tanto estético como a nivel de la salud, ha convertido a los lugares que cuentan con estos recursos en un gran atractivo que se ha denominado "turismo salud". Una gran cantidad de spa se han generado en estos lugares, que atraen a turistas diversos; desde aquellos que solo buscan relajarse hasta otros que recurren por problemas de salud. Algo muy importante en este sentido, es la escasez de restricciones legales y técnicas para la obtención del recurso termal, lo que facilitaría la explotación del mismo.

En síntesis, se considera que el recurso natural disponible y la infraestructura de base existente en el territorio provincial, sumado a una imagen propia orientada al turismo natural, le permitirían a San Jerónimo constituirse en una verdadera oportunidad para la inversión turística con gran posibilidad para el desarrollo del sector.

Propuesta:

En base al diagnóstico efectuado, se propone realizar un análisis de prefactibilidad para la construcción de un complejo de cabañas durante el periodo 2008-2010 en dicho lugar. Se considera en principio que la industria elegida y el mercado resultan atractivos para realizar el proyecto pero es necesario complementar este análisis a fin de determinar de la manera más certera posible la factibilidad de realizarlo. Esto requiere profundizar la investigación, es decir, siguiendo las pautas propuestas por el autor Sapag Chain Nassir⁵² sería necesario abordar el estudio de las distintas viabilidades. Al finalizar la misma se contará con la información necesaria para concluir finalmente si el proyecto es viable o no.

⁵² Sapag Chain Nassir. *“Preparación y Evaluación de proyectos”* 2003. 4ta Ed. Mc Graw Hill.

Capítulo 3: Estudio de Prefactibilidad

En la siguiente sección se realiza el estudio de prefactibilidad para lo cual se analizan las distintas viabilidades desarrolladas por Sapag y Chain en su libro “Preparación y Evaluación de Proyectos”, las cuales permitirán tener un conocimiento profundo del proyecto, a fin de determinar si el mismo es viable como alternativa de inversión.

3.1 Viabilidad comercial.

Antes de comenzar a analizar el proyecto desde esta viabilidad, se definirá el mercado meta y el tipo de clientes al que apunta el complejo. El público establecido son clientes con un nivel socioeconómico medio/alto.

La clasificación según tipo de actividad:

- Se define turismo descanso.
- Según conformación de los grupos:
Parejas, familias, grupos de amigos en pareja.

Marketing Mix:.

En este apartado se define el producto, en este caso particular se hace referencia al paquete de servicios que ofrece el complejo turístico.

➤ Producto:

Se define un complejo turístico con 10 cabañas, para 2 y 4 personas con superficie de 35 y 55m² respectivamente. Además contará con dos construcciones más, una destinada a Spa y relax, en donde estará ubicada la pileta semicubierta y un salón de usos múltiples compuesto por la sala de juegos, el restaurante, la videoteca y la recepción.

- Cabañas:

Cuatro cabañas con capacidad para dos personas y seis para cuatro personas.

- Cabañas para dos personas:

Constan de 2 plantas, la planta alta donde está ubicado el dormitorio matrimonial.

La planta baja: donde se encuentra el living comedor, tv, kitchenette y baño con bañera doble con agua termal.

- Cabañas para cuatro personas:

Al igual que la cabaña para dos personas, posee dos plantas, en planta alta se encuentra un dormitorio con dos camas twin. En planta baja un dormitorio con cama matrimonial, baño con bañera doble con agua termal, living comedor con kitchenette y TV.

Todas las unidades contarán con reproductor de dvd.

- **Spa:**

En la sala spa se podrá hacer uso de los siguientes servicios:

Piscina interna-externa climatizada.

Sauna

Sala de relax

Sala de masajes.

Barra de jugos naturales.

- **Salón de usos múltiples:**

Contará con:

Restaurante

Sala de Juegos

Un living room con TV donde se proyectarán películas

Videoteca.

Exposición de artesanías regionales.

➤ **Precio**

Se utilizará una tarifa única de \$180 por persona, dentro de la cual se incluirán los siguientes servicios:

- Servicio de Spa (Sauna, Sala de Relax y Sala de masajes).
- Servicio de mucama diario
- Desayuno
- Piscina climatizada in/out door (todo el año)
- Sala de Juegos
- Parrilla y asador
- Internet wi fi

- Cocheras
- Servicio de cuidado de mascotas.

- **Servicios de recreación:**

Adicionalmente se ofrecerán una serie de servicios de recreación, que no se encuentran contemplados en el precio, y que los visitantes podrán optar por realizar:

Servicio de masajes linfáticos y de relajación realizados por un profesional, que tendrá un precio de \$30, del cual se obtendrán ingresos por comisiones (30%)

Alquiler de bicicletas: \$20 por hora. Inversión contemplada en cuadro inversión inicial.

Alquiler de caballos: Este servicio será tercerizado y el precio será de \$40 la hora, la comisión será del 30%.

Alquiler de DVD: \$5.

Venta de Excursiones: Se harán convenios con las principales compañías turísticas de la provincia, de las cuales se obtendrán ingresos por comisiones del 15%.

Restaurante:

En el mismo se ofrecerá además del desayuno que se incluye en el precio, meriendas con pan de campo, mermeladas y dulces artesanales con infusiones que de acuerdo a los precios de mercado de los insumos, se estima tendrá un costo unitario de \$7 por lo cual se fijara el precio en \$12.

Se ofrecerá menú fijo de comidas típicas tanto para el almuerzo como para la cena el que implica, entrada (escabeches, fiambres) ,plato principal (chivo) y postre y minutas. Se cobrará un precio promedio de \$35, siendo el costo unitario de \$ 14, el mismo incluye una bebida no alcohólica.

A su vez se ofrecerán licuados, jugos, y variedad de sándwiches en los horarios de mayor concentración de gente en la sala spa.

Los turistas podrán optar entre asistir al restaurante o pedir el servicio a su cabaña.

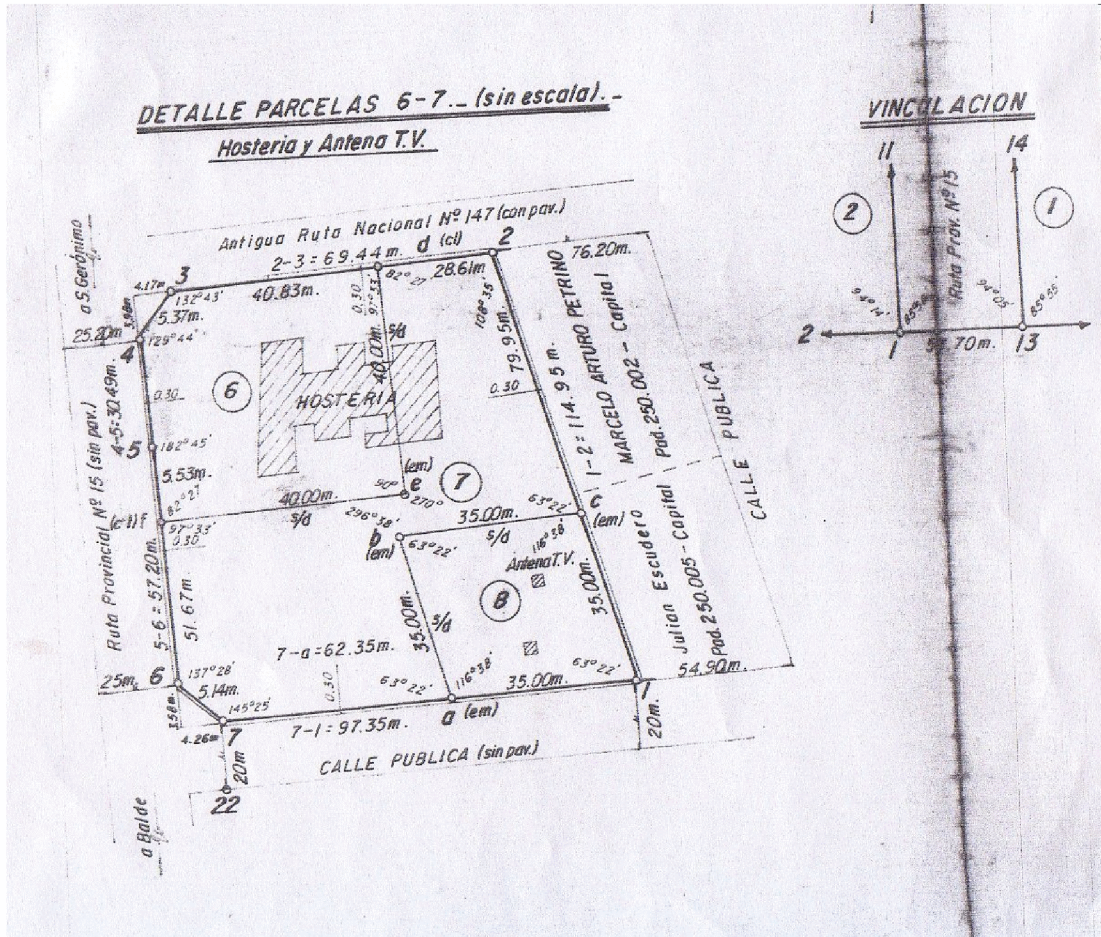
➤ **Plaza :**

El complejo se ubicará en la llamada zona de afluentes termales área en la que encontramos las localidades de Balde y San Jerónimo, zona que además de contar con el recurso termal se encuentra sumamente favorecida por su ubicación geográfica .Está ubicada a 27 km de la ciudad capital, a 15 del aeropuerto a 40 Km. de la Villa turística de Potrero de los Funes, El Volcán, Las Chacras y alrededores donde se puede disfrutar de lagos, ríos y embalses.

Así mismo desde esta localidad se puede visitar el Parque Nacional Sierra de las Quijadas, recurso turístico natural paleontológico donde se ha comprobado la existencia de pterosaurios o reptiles voladores, huellas de pisadas de dinosaurios de más de 100 millones de años, entre otros atractivos naturales y culturales.

El complejo se establecerá en la localidad de San Jerónimo, en terreno que se detalla en siguiente grafico, cabe destacar que uno de los pozos de agua termal se encuentra a metros del terreno lo que beneficia notoriamente el emprendimiento.

Localización del complejo. Gráfico N 7.



➤ **Promoción:**

Uno de los beneficios que se obtiene por el Programa de Turismo de la provincia es la promoción que obtiene cualquier inversión turística que cumpla los requisitos establecidos por el mismo. Los beneficios obtenidos implican la ventaja de la publicación del establecimiento en la página de internet oficial del gobierno, en forma de banner. Adicionalmente se accede a publicar en la pagina del gobierno nacional, www.sectur.gov.ar.

Se realizará también una página web donde se podrá tener información del complejo, con fotos y los servicios que ofrece. Adicionalmente se podrán realizar consultas y reservas por este medio. El costo del diseño de la misma se estima en \$ 1200.

Se prevé también la participación en páginas dedicadas al turismo, como www.turismosalud.com y www.argentinaturistica.com.ar a través de colocación de banners, el costo será de \$800 anuales.

Se colocará folletería informativa en los municipios de los principales centros de turismo y en la Secretaría de turismo de la provincia.

Por último, se participará en el evento "Expo Salud 2009", evento que se realiza anualmente en Capital Federal, donde participan empresarios del sector turístico, profesionales de la salud, y público en general. El mismo tiene un costo de \$5000 por dos días.

3.2 Viabilidad Técnica:

Analizando el proyecto desde esta viabilidad el evaluador puede verificar si es física y materialmente posible realizar el proyecto. Para ello una de las particularidades a tener en cuenta son las características del terreno, su localización, la infraestructura disponible en la zona, es decir, verificar qué servicios se encuentran disponibles y cual es el costo asociado. Otra de las condiciones a tener en cuenta para analizar el proyecto desde esta viabilidad es la disponibilidad de los materiales necesarios para la construcción del complejo.

Para comenzar el análisis, se detalla el costo del terreno en la localidad. Si bien el proyecto no considera dicha inversión ya que se supone como propio, en la actualidad según datos brindados por el municipio, el costo unitario ronda los \$60. Costo sumamente inferior a terrenos para explotar el turismo en toda la provincia.

El terreno elegido para el desarrollo del emprendimiento se encuentra en la localidad de San Jerónimo, localidad ubicada a 27km de la ciudad capital San Luis. Dicha zona si bien no presenta ríos, lagos o montañas, cuenta con un recurso sumamente atractivo y escasamente explotado como lo es el recurso termal. La ubicación de la localidad favorece notoriamente al complejo debido a que el turista que visite el complejo, tiene en un radio de 50 km los principales atractivos de la provincia, a excepción de Merlo cuya distancia supera 150 km. Cabe destacar también la cercanía del aeropuerto de la provincia, que se encuentra a solo 15km.

A la hora de seleccionar el lote el cual se observa en el grafico, se tuvo en cuenta la localización del pozo termal del cual se obtiene dicho recurso, el cual se encuentra a 15 metros del lote lo que implica una inversión de instalación de red de agua mínima.

Con respecto a los materiales para la construcción no existen restricciones para la utilización materiales, esto favorece al inversor ya que en el cuadro de inversión inicial se presupuesta un costo de construcción unitario que supera los \$2400 por metro cuadrado, lo que le da la alternativa al inversor de utilizar otros materiales y reducir notoriamente los costos fijos viéndose favorecido con mayores retornos a los proyectados en el flujo de caja.

Con respecto a los servicios de gas y luz, la instalación de dichos servicios implica una inversión de \$13800. Y para la obtención de agua potable el desembolso es mínimo

ya que la instalación ya fue realizada, y por lo tanto no se necesitaría incurrir en costos de perforación para obtener dicho recurso.

Con respecto al tratamiento de efluentes, el municipio exige a todo establecimiento a radicarse en el área en cuestión contar con las instalaciones adecuadas para tratar los desechos. Por lo que se prevé un desembolso en la construcción de una cámara séptica de \$4200, la cual cumple con la normalización vigente.

3.3 Viabilidad Legal.

La legislación vigente a tener en cuenta para la explotación de la actividad turística, se encuentra regulada por la ley nacional de turismo N 25997 del año 2005 (ver anexo página 121), así mismo las legislaturas provinciales regulan la actividad, clasificando los establecimientos por ubicación, tipo de servicio y cantidad de plazas. En la provincia de San Luis, esta actividad se regía por ley N 5507, decreto N 3505, la cual actualmente esta siendo modificada ya que no contaba con criterios que permitieran clasificar a complejos de cabañas. Actualmente para clasificar dichos establecimientos, se deben cumplir con una serie de requisitos de registro y categorización (ver anexo, pagina 116), que incluyen la presentación de los planos, completar la documentación solicitada por el gobierno, estar inscriptos en la AFIP, tarifas y servicios que se brindaran, entre otros. En función de los mismos, la Secretaria de Turismo de la Provincia, clasifica al establecimiento. Por último las municipalidades otorgan las habilitaciones específicas.

Un factor a tomar en cuenta para el análisis del proyecto desde esta viabilidad, son las obligaciones impositivas y los beneficios que se presentan en las diferentes regiones cuyo fin es fomentar las distintas actividades económicas. En la provincia, en el año 2006 se crea el programa San Luis Turismo, Ley N VIII 0514-2006 (ver anexo, pagina 136), dicho programa implica beneficios sumamente atractivos para el inversor, que incluyen entre otros, subsidio en la tasa de interés para créditos destinados a dicha actividad, el cual se prevé en el flujo de caja proyectado. Así como también beneficios impositivos, que se detallaran a continuación.

El programa como se menciona anteriormente con vigencia en la actualidad a partir del 2006 y por el lapso de 10 años busca incentivar las inversiones en el sector a través de un sistema de puntajes en el cual entra en juego el área geográfica donde será la puesta en marcha.

Los beneficios financieros consisten en subsidios en tasas de interés que en el proyecto representaría el 30%, van desde el 10% al 80% y a su vez plazos adicionales de gracia.

Desde el punto de vista impositivo, el cumplimiento de los requisitos exigidos por el programa trae los siguientes beneficios, contemplados en el programa de incentivos fiscales para nuevas inversiones LeyVIII-0454-2004:

Exención de los impuestos provinciales como ingresos brutos, inmobiliario, sellos, automotores, tasas judiciales, administrativas y contribuciones siempre relacionadas con hechos imponibles previstos en esta ley, por el lapso de 15 años de acuerdo a la siguiente escala: El 75% durante los primeros 5 años, el 50% durante los siguientes 5 años y el 25% para los últimos 5 años de vigencia según lo estipulado por dicha ley.

Con respecto a requisitos urbanísticos no hay normas a considerar siendo, la altura máxima una variable que no impide la realización del proyecto en cuestión.

3.4 Viabilidad organizacional y administrativa.

En el análisis del proyecto desde esta viabilidad lo que se busca optimizar es la estructura organizacional o los recursos humanos necesarios para la puesta en marcha de dicho emprendimiento. A continuación se detalla las funciones a cubrir, los costos que insumen dichos recursos y posteriormente un organigrama tentativo.

Dada las plazas establecidas y siguiendo los datos brindados por la hostería la Perseverancia descrita en el análisis de la demanda actual de la localidad, se necesitarían cubrir las siguientes funciones:

Servicio de limpieza, la limpieza de una habitación de hotel u hostería requiere en promedio unos 30 minutos, por lo que para un turno de 8 horas se limpiarían 16 habitaciones, siendo que una cabaña equivale a 3 habitaciones de hotel y siendo 10 cabañas las proyectadas, con 2 personas encargadas del servicio de limpieza (mucamas) se cubriría dicha función.

Cocina, para cubrir dicha función se necesitará un cocinero y un ayudante de cocina.

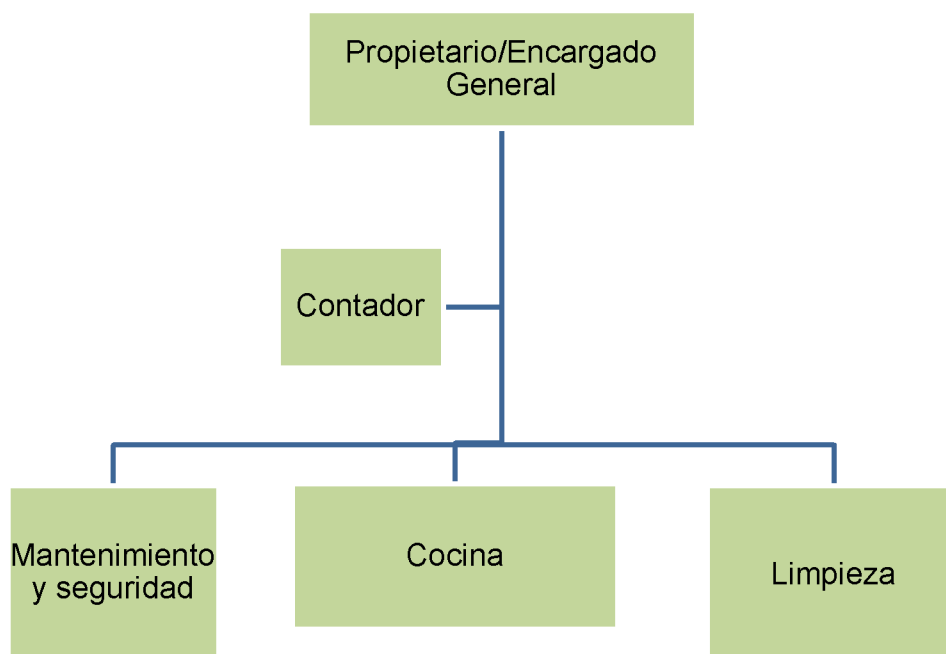
Adicionalmente será necesario contratar un **mozo** cubriendo la función full time, quien será el encargado también de atender la barra de jugos naturales en la sala spa en el horario donde cierre la cocina es decir de 16hs a 19 hs. Se prevé para el 5to año la incorporación de una persona más, encargada de dicha función.

Mantenimiento, esta función incluye, mantenimiento del parque, arreglos varios como electricidad, y encargado de seguridad, será una persona idónea en el tema. La contratación será full time.

Recepción, dicha función será encomendada al encargado del complejo, que cumplirá con las tareas de gestión y será quien mantenga contacto directo con el cliente. Adicionalmente se contratarán dos personas más, para cumplimentar las 24 horas.

Contador, se solicitará el servicio de asesoría contable.

Organigrama del complejo de cabañas. Gráfico N 8.



El costo anual previsto para los RRHH necesarios es de \$ 171.900

Costo anual previsto para RRHH. Tabla N 12.

Función	Costo Anual
Encargado General	\$33.500
Contador	\$ 6.000
Recepcionista (dos personas)	\$ 44.000
Mantenimiento y Seguridad	\$ 19.500
Cocinero	\$ 18.500
Ayudante de Cocina	\$ 14.000
Mozo	\$ 9.600
Mucamas (dos personas)	\$ 26.800
Total	\$ 171.900

3.5 Viabilidad económica financiera.

A continuación se detalla uno de los costos que se considera sumamente relevante dentro de la inversión, que luego se verá reflejado en el flujo de fondo o caja, herramienta que nos permitirá determinar la rentabilidad del proyecto.

En la siguiente tabla se observa el costo de construcción unitario de un complejo de cabañas en la Ciudad de Buenos Aires, el mismo fue publicado en el diario Clarín, suplemento de arquitectura en el mes de octubre del año 2008. Para su cálculo, se toma como base una construcción de 260 metros cuadrados.

Estos costos se utilizan como referencia, debido a que permiten formarse un panorama, de lo que implican en un proyecto de esta envergadura. Teniendo en cuenta que la incidencia del costo de construcción en la inversión inicial, representa más del 70%.

Costo Unitario de construcción. Tabla N 13.

Descripción	\$
Trabajos preliminares	5993
Excavaciones	3444
Mampostería	59588
Horm.Armado	38220
Aislaciones	13803
Cubiertas	66898
Revoques	31253
Yeserías	14822
Cielorrasos	6343
Revestimientos	6574
Contrapisos	20085
Pisos	16416
Zócalos	7966
Escaleras	3636
Carpintería	60513
Herrajes	1052
Instal.Sanitaria	59730
Inst.gas	20197
Inst. Eléctrica	35642
Pinturas	30336
Cristales	3586
Varios	17258
Gastos de obra	46312
Beneficio	56970
Total para 260m2	626637
Costo por m2	2410,14231

Fuente: Suplemento arquitectura Clarín. Octubre 2008.

En las siguientes tablas se detalla la inversión a realizar en el proyecto, así como también los ingresos y costos que generará el mismo.

Inversión Inicial en el complejo de Cabañas. Tabla N 14

Inversión inicial	
Construcción	\$ 1,084,564.04
Construcción del salón	\$ 120,000.00
Construcción de sala spa	\$ 60,000.00
Bañeras dobles	\$ 30,000.00
Piscina 7*12*1,5	\$ 25,000.00
Mobiliario y equipamiento	\$ 90,000.00
Parquización	\$ 3,000.00
Utilitario	\$ 46,000.00
Sauna Para 6 personas	\$ 9,000.00
Cama de masajes 2 u	\$ 980.00
Ducha Finlandesa	\$ 6,000.00
Lavarropas industrial	\$ 4,500.00
Secarropas Industrial	\$ 2,500.00
Televisores	\$ 6,000.00
Proyector	\$ 4,600.00
Sistema de sonido	\$ 1,500.00
Videoteca	\$ 2,000.00
PC	\$ 2,250.00
Teléfono/ Fax	\$ 500.00
Antena Direct TV	\$ 1,200.00
Bicicletas	\$ 2,700.00
Instalación red Eléctrica	\$ 5,800.00
Instalación res de Gas	\$ 8,000.00
Cámara Séptica	\$ 4,200.00
Pág. Web	\$ 1,500.00
Diseño de Imagen	\$ 1,000.00
Software Administrativo	\$ 900.00
TOTAL	\$ 1,523,694.04

Costos e ingresos anuales.

Costos fijos anuales. Tabla N 15.

Costos fijos	
Salarios	\$126,750
Gas, luz y Teléfono	\$14,000
Utilitario	\$23,600
limpieza	\$6,000
Impuestos	\$3,000
Mantenimiento Web	\$1,500
Materiales para mantenimiento.	\$3,000
Tv Satelital	\$2,400
Total anual	\$180,250

Costos variables anuales según nivel de ocupación. Tabla N 16.

Costos variables anuales	
Alojamiento	\$62,669
Meriendas	\$51,408
Almuerzos	\$171,360
Cena	\$235,620
Totales	\$521,057

Ingresos anuales. Tabla N 17.

Ingresos anuales	
Ing. anual por alojamiento	\$1,410,048.00
Ing. anual por meriendas	\$146,880.00
Ing. anual por almuerzo	\$428,400.00
Ing. anual por cena	\$428,400.00
Total ingresos por restaurant	\$1,003,680.00
Ing. por servicios	\$46,040.00
Total ingresos	\$2,459,768.00

3.6 Viabilidad financiera.

Aquí se detalla el Flujo de caja Proyectado, en donde se vuelcan todos los ingresos y egresos que insume el proyecto; lo que permitirá mediante el calculo del VAN (valor actual neto del proyecto) y la tasa interno de retorno (TIR) observar si la inversión genera valor, es decir una alternativa de inversión rentable para el tomador de la decisión o inversor. Además se complementara el análisis relacionando estas herramientas (TIR y VAN), con variables relevantes para el mismo, tales como nivel de ocupación, costos fijos y precios.

Se confeccionarán dos flujos de fondos, uno en el que se calcula la rentabilidad de proyecto sin incurrir en financiación y el segundo con financiamiento extera-deuda-.

El horizonte temporal del proyecto es de 10 años, y el tiempo de devolución de la deuda es de tres años, a una tasa del 30% que es la que actualmente rige en la provincia. Sin embargo, a través del “Programa San Luis Turismo” (Ley VIII-0514-2006)- que fomenta la inversión turística en la provincia a través de beneficios fiscales y subsidio de las tasas de interés -dependiendo del área geográfica donde se sitúe el emprendimiento- la deuda se estaría gravando con una tasa del 21%. El rendimiento esperado del proyecto, también conocido como costo de oportunidad, se establece en un 25% anual.

Para calcular los flujos de fondos mencionados, se realizo previamente una proyección del nivel de ocupación esperado, en base a un análisis de la demanda actual de este tipo de servicios. El mismo se estima será de un 67.86%, lo cual se obtiene de datos brindados por el propietario de la principal hostería de San Jerónimo y por la Secretaria de Turismo de la provincia.

El siguiente cuadro, describe los niveles de ocupación esperado, agrupados por cuatrimestre, así como también se estima el nivel de ocupación promedio anual.

Niveles de ocupación anuales. Tabla N 18.

	1 Cuatrimestre	2 Cuatrimestre	3 Cuatrimestre	
lunes	80	20	20	
martes	75	40	30	
miércoles	70	50	40	
jueves	70	50	40	
viernes	100	90	90	
sábado	100	90	90	
domingo	100	90	90	
Media	85.00	61.43	57.14	67.86

En la construcción del flujo de caja, se prevé que la evolución de dicho nivel de ocupación será paulatina. Inicialmente se contempla que la misma será menor a lo esperado, alrededor de un 40%, creciendo gradualmente y esperando que al quinto año se logre alcanzar el nivel detallado en el cuadro, es decir un 68% anual. Este porcentaje representará, en los flujos de caja el 100% del nivel de crecimiento del proyecto, en base al cual, se ira calculando el crecimiento porcentual de los primeros años hasta alcanzar la meta proyectada al quinto año.

A continuación se presentan los flujos de caja mencionados, con y sin financiamiento externo:

VAN y TIR del proyecto. Tabla N 21.

	TIR	VAN	RENDIMIENTO REQUERIDO
PROYECTO SIN FINANCIACION	52%	\$ 1,862,445	25%
PROYECTO CON FINANCIACION	76%	\$ 2,029 ,272	25%

Como se desprende de las tablas anteriores, vemos que en ambos casos, la alternativa evaluada es rentable, es decir que el proyecto analizado tanto buscando financiamiento externo como financiándolo con recursos propios superan la rentabilidad exigida inicialmente por el inversor (25%).

Profundizando el análisis observamos que si bien el valor actual neto muestra valores positivos para ambas alternativas, lo cual demuestra que el proyecto genera valor, no presenta una diferencia significativa entre las mismas. Sin embargo si se tiene en cuenta la tasa interna de retorno, la alternativa con financiamiento externo se presenta como una opción más atractiva ya que al utilizar financiación se produce un apalancamiento debido a que la tasa de interés se encuentra subsidiada, generando de esta forma un mayor rendimiento.

Si se tiene en cuenta el periodo de recupero, se observa que en el proyecto sin financiación la inversión inicial se recupera en un plazo menor siendo este de tres años y once meses, mientras que con financiación externa, se demoraría cuatro años y nueve meses en recuperar la inversión inicial.

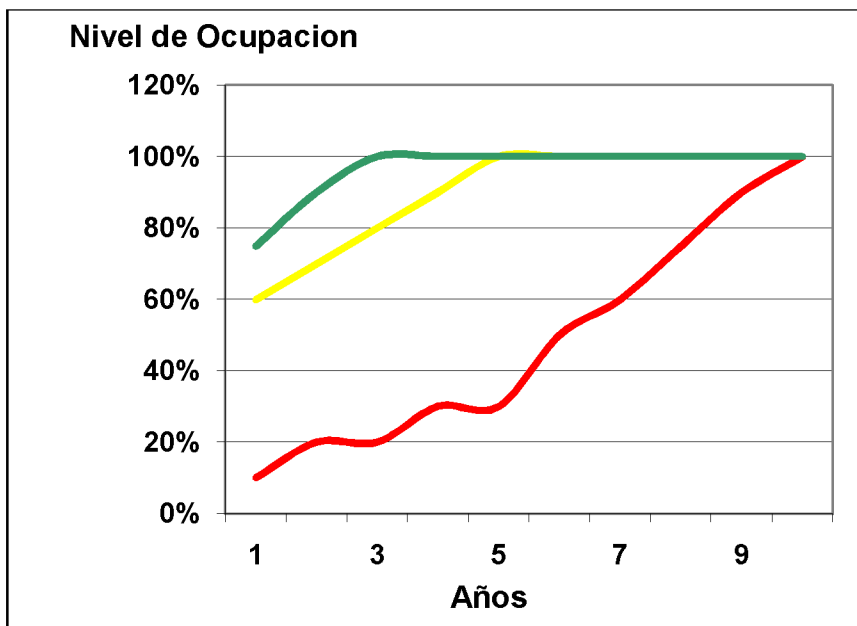
Considerando una forma de agregar información a los resultados pronosticados del proyecto se pasa a desarrollar un análisis de sensibilidad el cual nos permite observar cuan sensible es la evaluación realizada ante cambios o variaciones en parámetros decisivos. Para ello se plantean por un lado, 3 escenarios posibles: lento, regular y rápido en los cuales existen distintos niveles de crecimiento para cada año de duración del proyecto, se plantean también 3 tasas de ocupación, y luego se realiza el cálculo del VAN (valor actual neto) para cada uno de los escenarios.

Análisis de sensibilidad. Tabla N 22.

Crecimiento/Ocupacion maxima	VAN		
	54%	61%	68%
Lento	-190	-76	30
Regular	1,122	1,474	1,826
Rápido	1,324	1,998	2,291

En el siguiente gráfico se muestra la evolución de la ocupación en cada uno de los escenarios, la línea roja representa el escenario lento, la amarilla el regular y la verde el rápido.

Evolución de la ocupación Proyectado .Gráfico N 9.



De los resultados obtenidos se puede apreciar información que nos permite reducir la incertidumbre en cuanto a desviaciones que pueden modificar nuestra proyección.

En el escenario lento, escenario en donde el complejo con un bajo crecimiento de ocupación logra recién la captación de clientes plena en el décimo año, se puede apreciar que el proyecto con porcentajes de ocupación del 54% y 61% no generan valor es decir que presentan valores negativos de VAN. Luego se puede observar que con respecto a los escenarios regular y rápido se genera valor adicionándole al tomador de decisiones un marco mayor de certidumbre a la hora de decidir o invertir en el emprendimiento.

Capítulo 4: Conclusiones

Como punto de partida del presente trabajo, se estableció realizar un análisis de prefactibilidad de la construcción de un complejo de cabañas durante el periodo 2008-2010 en la localidad de San Jerónimo provincia de San Luis.

En función de ese objetivo se investigaron y analizaron diversas variables, a fin de poder determinar si el mismo era o no viable.

En primer lugar se realizó un análisis del sector que permitió concluir que existe un crecimiento de la actividad turística a lo largo de los últimos años, tanto en el plano internacional, como a nivel nacional. Este crecimiento del turismo globalizado ha sido constante, aumentando desde menos de 500 millones de pasajeros anuales en 1970 a más de cuatro mil millones en 2006. Y todo indica que seguirá esa tendencia.

En nuestro país también ha habido un incremento importante del turismo, especialmente después de la crisis del año 2001, que colocó al país en una posición muy competitiva aumentando su atractivo turístico. Así mismo, desde el plano gubernamental ha ido aumentando el impulso que se le da a esta actividad, a través de líneas de financiamiento, reducciones impositivas, capacitación. Repercutiendo todo ello, en un aumento de los servicios que se ofrecen a los turistas, así como también en la gama de actividades y excursiones que pueden realizarse.

A nivel provincial, se observa la misma tendencia de crecimiento de los indicadores de oferta y demanda, aunque en menor escala. En los últimos años, el gobierno provincial ha comenzado a implementar planes de promoción del turismo en la provincia, a través del otorgamiento de créditos y el fomento a la inversión. San Luis, se ve fuertemente favorecida por su posición geográfica estratégica en el centro de la República Argentina y por las grandes inversiones en estructuras productivas, red de servicios básicos y el alto grado de cobertura de servicios sociales, que se han ido implementando. Es importante destacar el programa provincial diseñado para contribuir a aumentar la importancia turística de la provincia, la Ley de Fomento a las Inversiones y el Programa San Luis Turismo que permiten la desgravación impositiva a proyectos de inversión en este sector.

La localidad seleccionada para llevar a cabo el proyecto no se mantiene ajena a esta tendencia. Como se explicó anteriormente los niveles de ocupación hotelera alcanzan casi al 100%, sin presentar estacionalidad a lo largo del año. Esto puede explicarse en aspectos tales como la localización que presenta, cercana a la ciudad de San Luis, al aeropuerto y a los principales circuitos turísticos de la provincia. Sin embargo el mayor atractivo del lugar, lo constituye su recurso natural, ya que cuenta con afluentes termales de apreciable calidad debido a la temperatura del agua su composición mineral y su potencial beneficioso para la salud.

En síntesis, se considera que el recurso natural disponible y la infraestructura de base existente en el territorio provincial, sumado a una imagen propia orientada al turismo natural, le permitiría a San Jerónimo constituirse en una verdadera oportunidad para la inversión turística con gran posibilidad para el desarrollo del sector.

Una vez analizado el sector, y la posición del país, la provincia y el lugar escogido para realizar el proyecto, se realizó el estudio de la prefactibilidad, a través del análisis individual de cada una de las viabilidades, a fin de poder cumplir con el objetivo propuesto.

Desde el punto de vista comercial, se definió el producto, así como también cada una de las variables del marketing mix, con el objetivo de describir de manera precisa el objeto de nuestro proyecto de inversión. Adicionalmente se especificó el mercado meta, al cual se pretende satisfacer. En función de esto, se analizó la viabilidad técnica que permite al evaluador verificar si es física y materialmente posible realizar el proyecto. Para ello se tuvo en cuenta las características del terreno, su localización, la infraestructura disponible en la zona y la disponibilidad de los materiales necesarios para la construcción del complejo. El resultado de este estudio permitió establecer la posibilidad de realizar el proyecto y la necesidad de continuar con el análisis.

Posteriormente se examinó la viabilidad legal del mismo, lo cual puso de manifiesto que a través del programa creado en el año 2006 (San Luis Turismo, Ley N VIII 0514-2006), se podrían obtener beneficios sumamente atractivos para el inversor, que incluyen entre otros, subsidio en la tasa de interés para créditos destinados a dicha actividad. Así como también beneficios impositivos.

Una vez analizadas estas viabilidades se desarrolló el estudio de la viabilidad organizacional y administrativa, donde se estableció la estructura adecuada, así como las funciones necesarias para el funcionamiento óptimo del complejo.

Por último, se realizó la perspectiva económica y la financiera, indagando en todos los costos e ingresos previstos, las inversiones necesarias, que se reflejaron luego en los flujos de fondos proyectados. Se creyó necesario realizar dos flujos de fondos –con y sin financiación- para evaluar diversas alternativas, y determinar cual es la más ventajosa. Como resultado de este estudio se concluyó que el proyecto era rentable para el inversor, y que la mejor alternativa era financiarse con deuda ya que permite apalancar la inversión.

Una vez concluido que la inversión era rentable, se realizó un análisis de sensibilidad, con el fin de reducir la incertidumbre. Allí se plantearon diversos escenarios que podría enfrentar el inversor en donde se relacionaron las variables más significativas del proyecto, dentro de las cuales se tomó en cuenta el crecimiento de la ocupación, la tasa de ocupación y el valor actual neto, a fin de generar un ámbito de mayor certidumbre para una correcta toma de decisiones. Allí, se observa claramente que el proyecto es viable bajo las dos políticas de financiamiento planteadas y poco sensible ante cambios en las variables significativas, lo que implica un bajo riesgo asociado.

Esto permite concluir que la construcción de un complejo de cabañas en la localidad mencionada es una alternativa sumamente atractiva a la hora de invertir en la cual se recomienda al inversor financiar el proyecto por medio de deuda y respetar la política comercial propuesta a los fines de lograr la rentabilidad objetivo planteada.

BIBLIOGRAFIA:

- Sapag Chain Nassir. *"Preparación y Evaluación de proyectos"*. 4ta Ed. Mc Graw Hill. 2003.
- Adela Cortina. *"Ética de la empresa"*. Ed. Trotta. 2000.
- Gallego, Felipe Jesús. *"Gestión de Hoteles. Una Nueva Visión"*, Ed. Thomson Paraninfo. 2002.
- McIntosh Goldner, Ritchie. *"Turismo, planeación, administración y perspectivas"*. Ed. Limusa Grupo Nonega. 1999.
- Ross, Westerfield y Jorban *"Fundamentos de las Finanzas Corporativas"*, Ed. McGEW-HILL. 2000
- Enkerlin, Ernesto C. *"Ciencia ambiental y Desarrollo Sostenible"* Ed. International Thompson. 1997.
- Cárdenas Tabares, Fabio, *"Proyectos Turísticos: Localización e Inversión"* Ed. Trillas., 1° Edición.
- Hernandez Díaz Edgar Alfonso, *"Proyectos Turísticos"*, Ed. Trillas. 2003.
- Cárdenas Tabares, Fabio, *"Proyectos Turísticos: Localización e Inversión"* Ed. Trillas., 1° Edición.
- Milio Balanza, Isabel, *"Diseño y comercialización de Productos Turísticos Regionales y Locales"* Ed. Thomson. Edición 2004.
- Fundación para la Integración Federal(FUNIF). *"Mapa Productivo Provincial"*. Editorial Payne 1999.
- Kotler, Philip *"Dirección de Marketing"*. Editorial Person Education. Edición Milenio 2001.

Otras fuentes

- www.indec.gov.ar
- www.termasalud.com
- www.world-tourism.org
- www.sanluis.gov.ar
- www.turismo.gov.ar
- www.gobiernodesanluis.gov.ar
- www.intertournet.com.ar
- www.grupopayne.com.ar
- www.sectur.com
- Diario La Nación
- Diario Clarín
- *Diario de la República. San Luís.*

ANEXOS

de acceso a la provincia de San Luis. Tabla N 1

Fuente: Gobierno de San Luis

Distancia a San Luis desde las distintas provincias. Tabla N 2

De San Luis ciudad hacia todas las provincias	
Buenos Aires	791 km.
Córdoba	412 km.
Corrientes	1192 km.
Formosa	1351 km.
La Plata	850 km.
La Rioja	535 km.
Mendoza	255 km.
Neuquén	784 km.
Paraná	682 km.
Posadas	1510 km.
Rawson	1343 km.
Resistencia	1185 km.
Río Gallegos	2475 km.
Salta	1201 km.

San Juan	323 km.
S.M. Tucumán	918 km.
S.F.V. Catamarca	685 km.
S.S. Jujuy	1229 km.
Santa Fe	652 km.
Santa Rosa	502 km.
Sgo. Del Estero	836 km.
Ushuaia	3061 km.
Viedma	1083 km.

Fuente: Gobierno de San Luis

Transporte.

Empresas de ómnibus que llegan a San Jerónimo:

- Desde San Luís: T.A.C, San Juan Mar del Plata, Autotransporte San Juan
- Transporte interurbano: SER, DANTE, SOCASA.
-

Compañías aéreas que operan en San Luis:

Aerolíneas Argentinas / Austral

El aeropuerto de la ciudad se encuentra a 15 kilómetros aproximadamente y a unos 20 kilómetros de la localidad.

ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS, APART-HOTELES Y OTRAS FORMAS DE
ALOJAMIENTO.

Provincia de San Luis por Departamento. Año 2003 Tabla N 3

Departamento	Total	Hotel (1 est.)	Hotel (2 est.)	Hotel (3 est.)	Hotel (4 est.)	Residen- cia	Hoste- ría	Hospe- daje	Cabaña	Otros (*)
Total	233	29	7	10	3	43	43	38	14	46
Ayacucho	10	1	-	-	-	1	5	3	-	-
Belgrano	3	-	-	-	-	-	2	-	1	-
Pringles	30	-	-	-	-	6	5	19	-	-
Chacabuco	12	2	-	-	-	1	7	2	-	-
Gral. Pedernera	22	8	2	-	-	6	-	2	-	4
Gdor. Dupuy	6	-	-	-	-	1	2	3	-	-
Junín	95	7	2	5	1	18	16	7	-	39
La Capital	53	11	3	5	2	10	4	2	13	3
Gral. San Martín	2	-	-	-	-	-	2	-	-	-

Fuente: Dirección Provincial de Desarrollo Turístico.

Nota (1) Estancias, Casas de alquiler temporario, Habitaciones, Complejos Turísticos, etc.

PLAZAS EN HOTELES, APART-HOTELES Y OTRAS FORMAS DE ALOJAMIENTO.

Provincia de San Luis por Departamento. Año 2003. Tabla N 4

Departamento	Total	Hotel (1 est.)	Hotel (2 est.)	Hotel (3 est.)	Hotel (4 est.)	Residen- cia	Hoste- ría	Hospe- daje	Cabaña	Otros (*)
Total	11.503	2.008	656	1.314	659	1.790	2.317	550	48	2.161
Ayacucho	575	-	-	-	-	78	414	83	-	-
Belgrano	102	-	-	-	-	-	54	-	48	-
Pringles	1.166	-	-	-	-	195	420	82	-	469
Chacabuco	365	66	-	-	-	19	260	20	-	-
Gral. Pedernera	1.194	569	138	-	-	357	-	59	-	71
Gdor. Dupuy	163	-	-	-	-	32	51	80	-	-
Junín	4.144	528	226	583	138	646	753	155	-	1115
La Capital	3.716	845	292	731	521	463	287	71	-	506
San Martín	78	-	-	-	-	-	78	-	-	-

Fuente: Dirección Provincial de Desarrollo Turístico.

Nota (1) Estancias, Casas de alquiler temporario, Habitaciones, Complejos Turísticos, etc.

Requisitos de Registro y Categorización de Establecimientos en la Provincia de San
Luis

Sr Prestador

Por determinación de la Superioridad se ha hecho excepción de lo requerido en Res. N° 16/03 que reglamenta la comunicación y registro de precios. Ello por el supuesto de desconocimiento, de su parte en esta primera oportunidad, de la vigencia de la disposición.

Aprovechamos la oportunidad de recordar las fechas topes para comunicación de precios y su inclusión en las guías de comunicación oficial:

1. Temporada Alta Estival: 1° de enero – 15 de marzo, comunicadas hasta el 10 de diciembre del año anterior.-
2. Temporada Alta Invernal (coincidente con las vacaciones de invierno escolares), comunicadas hasta 20 días antes del día de inicio.-

Si por su estrategia comercial no quiere registrar los precios de temporada baja en dichas oportunidades tiene la opción de registrarlas (sólo si no las registro al comienzo del semestre):

3. Temporada Baja 1er semestre (15 de marzo hasta el inicio de la temporada Invernal) comunicada antes del 10 de diciembre del año anterior.-
4. Temporada Baja 2° semestre (resto del año desde el último día de vacaciones de invierno) comunicadas hasta 10 días antes de ese último día)

Quedamos a su disposición por consulta o ampliación de lo referido y aprovechamos la oportunidad para saludarle muy atte.

SUBPROGRAMA , FOMENTO A LAS INVERSIONES TURÍSTICAS,
PLANIFICACIÓN, DIFUSIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTO

RECIDIDO.....
ESTABLECIMIENTO.....

Fecha:...../...../.....

Sr Jefe Subprograma
Fomento a las Inversiones Turísticas
Planificación, Difusión y Organización de Eventos
Illia esq. Junín
5700 San Luis

Conforme a lo dispuesto por Resolución N° 16/PIT/03, comunico para su registro tarifas de temporada baja para el cte. semestre del Establecimiento de mi propiedad. Según requisitoria declaro no haber registrado el tipo de tarifa al inicio.

Establecim.:	Categoría:	Legajo N°:	Localidad:

TEMPORADA BAJA <i>Resto del Periodo menos fin de semana largo</i>	PAS/Tipo Hab.				Incluye Desayuno
	1/simple	2/ doble	3/triple	otras	
Alojamiento con Baño Privado					
Media Pensión					
Pensión Completa					
ESPECIALES:					

Abrev.: N° / = cant. de pas.en misma hab./ \$, numero // = cantidad de pas./ \$, "c"= pens. completa, "m" = media pens

.....
Recibido :.../.../.....

.....
Firma y aclarac.

.....
Propietario o Represent. Registrado

Declaración Jurada al Programa Turismo, Ministerio de Turismo, Cult. y Dep.; Gob. de la Pcia. De San Luis
para la gestión indicada abajo referido al REGISTRO PCIAL. DE ALOJAMIENTO TURISTICO

A

Establecimiento >			tipo gestión:
Localidad >			Registro <input type="checkbox"/>
Legajo N° >			Actualización datos <input type="checkbox"/>
Fecha >			Reempadronamiento <input type="checkbox"/>
1.1 Propiedad del edificio	Apellido Nombre/Nombre Sociedad, Tipo		<p>llenar o cruzar sólo y todos los casilleros</p> <p>La propiedad del edificio implica el desdoblamiento de responsabilidades según lo determine el instrumento de concesión, arrendamiento u otra forma de delegación de prestación de servicios. En caso de prestación del mismo propietario, no consignar (cruzar)</p>
	Domicilio		
	Otras formas comunicación (T.E., e-mail, etc)		
1.2 Modalidad de prestación de servicios	Concesión	Contrato adjunto	<p>El Registro y/o Habilitación caducan automáticamente con la fecha de vencimiento.</p>
	Arrendamiento	Contrato adjunto	
	fecha vencimiento: >		
1.3 Responsable Prestación de Servicios	Apellido Nombre/Nombre Sociedad, Tipo		<p>la responsabilidad de la prestación de servicios (persona) es la figura base para la recepción formal de comunicaciones y descargos (denuncias, infracciones, inspecciones). A excepción de caso atención del propietario, es imprescindible la certificación de funciones y responsabilidad expresa. En caso de sociedad máxima autoridad (acta constitución) o (Ej. Gerente) delegación expresa de responsabilidad por max. aut.</p>
	Persona Responsable Apellido Nombre		
	DNI. N°	Cargo	
	tipo certificación	certif. adjunt.>>	
	Domicilio		
	Otras formas comunicación (T.E., e-mail, etc)		
1.4 Forma de Sociedad			
1.5 Condición ante la AFIP	constancia adjunta >		
1.6 Forma de comunicación con el Establecimiento	telefono/s acc. pasajeros	telefono/s administración	<p>el teléfono con acceso a pasajeros es obligatorio y el único que se publica en difusiones</p> <p>los datos de comunicación por fax y virtual declarados tienen validez formal tanto para comunicar novedades como para comprobante de recepción de observaciones.</p>
	telefono-fax	celular responsable prestac.	
	página web		
	codigo postal/dirección establecimiento		
1.7 Categorizac. proyectada			
1.8 Habilitac. Municipal Vigente	Fecha Vencimiento	Comprob. adjunto>>	
1.9 Planos Municip. Aprobada.	Copia adjunta>>		

Declaro que los datos son veraces y coincidentes con la legislación vigente

Propietario o Responsable declarado (firma/aclarac >)

Recibido:	Fecha...../...../.....	Loc.:
-----------	------------------------	-------

Para mayor información Illia esq. Junín 5700 San Luis. TE 443460/61 Fax 423479 - mgontero@sanluis.gov.ar

Declaración Jurada al Programa Turismo, Ministerio de Turismo, Cult. y Dep.; Gob. de la Pcia. De San Luis
para la gestión indicada abajo referido al REGISTRO PCIAL. DE ALOJAMIENTO TURISTICO

B
hot.

Establecimiento >	0
Localidad >	0
Legajo N° >	0
Fecha	0

tipo gestión:

Registro	0
Actualización datos	0
Reempadronamiento	0

1.10 Época de Prestación del servicio				
1.11 Comodidades/servicios ()				si/no
1.11.1 Recibe tarjeta de crédito o débito				
1.11.2 Calefacción en todo local (tipo)				
1.11.3 Refrigeración en todo local (tipo)				
1.11.4 T.V. en toda habitación (local/cable/satél...)				
1.11.5 Comedor (capacidad/m2)				
1.11.6 Bar/confit./sala desayuno (capacidad/m2)				
1.11.7 Teléfono en habitación				
1.11.8 Playa Estacionamiento cerrada (capacid./N°)				
1.11.9 Cocheras Cubiertas (capacidad/N°)				
1.11.10 Pileta de Natación (volumen/m3)				
1.11.11 Equipamiento Recreación (describir)				
1.11.12 habitaciones	lado menor	sup/m2	cantidad	total
simple (estándar)				
simple (especial (+ calid.))				
doble (estándar)				
doble (especial (+ calid.))				
triple (estándar)				
triple (especial (+ calid.))				
cuadruple (estándar)				
cuadruple (especial (+ calid.))				
suite				
dptos(2 hab,1 baño excl.)4 pax				
dptos(2 hab,1 baño excl.)5 pax				
1.11.13 Cantidad de habitaciones con baño privado				
1.11.14 Cantidad de camas				Total
dobles				
simples				
1.11.15 Cantidad de plazas ((cam.dobl. x 2)+ cam.simples + anexas eventualmente)				

estufas, ventiladores = no

si, sólo cuando se posea el equip. y se preste el servicio.

Juego niño/adulto, equip deport equip. Actividades, etc.

consignar 2 habit. Por dpto, considerar como c/baño privado

Declaro que los datos son veraces y coincidentes con la legislación vigente

Propietario o Responsable declarado (firma/aclarar >)

Recibido	Fecha...../...../.....	Loc.:
----------	------------------------	-------

LEY NACIONAL DE TURISMO

Ley 25.997

Objeto y Principios. Conformación del Sector. Comité Interministerial de Facilitación Turística. Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación. Consejo Federal de Turismo. Instituto Nacional de Promoción Turística. Régimen financiero. Fondo Nacional de Turismo. Incentivos de fomento turístico. Programa Nacional de Inversiones Turísticas. Protección al turista. Turismo social. Infracciones y sanciones. Disposiciones complementarias.

Sancionada: Diciembre 16 de 2004

Promulgada: Enero 5 de 2005

El Senado y Cámara de Diputados de la Nación Argentina reunidos en Congreso, etc. sancionan con fuerza de Ley:

LEY NACIONAL DE TURISMO

TITULO I

Objeto y Principios

ARTICULO 1° — Declárase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.

El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

ARTICULO 2° — Principios. Son principios rectores de la presente ley los siguientes:

Facilitación. Posibilitar la coordinación e integración normativa a través de la cooperación de los distintos organismos relacionados directa o indirectamente con la

actividad turística, persiguiendo el desarrollo armónico de las políticas turísticas de la Nación.

Desarrollo social, económico y cultural. El turismo es un derecho social y económico de las personas dada su contribución al desarrollo integral en el aprovechamiento del tiempo libre y en la revalorización de la identidad cultural de las comunidades.

Desarrollo sustentable. El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Calidad. Es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.

Competitividad. Asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de un producto turístico competitivo y de inversiones de capitales nacionales y extranjeros.

Accesibilidad. Propender a la eliminación de las barreras que impidan el uso y disfrute de la actividad turística por todos los sectores de la sociedad, incentivando la equiparación de oportunidades.

TITULO II

Conformación del sector

CAPITULO I

Comité Interministerial de Facilitación Turística

ARTICULO 3° — Créase el Comité Interministerial de Facilitación Turística para coordinar y garantizar el cumplimiento de las funciones administrativas de las distintas entidades públicas de nivel nacional con competencias relacionadas y/o afines al turismo en beneficio del desarrollo sustentable del país y su competitividad.

ARTICULO 4° — Objeto. El Comité Interministerial de Facilitación Turística deberá conocer, atender, coordinar y resolver los asuntos administrativos que surjan en el marco de la actividad turística, a fin de coadyuvar con la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación en el ejercicio de sus deberes y facultades.

ARTICULO 5° — Composición. El Comité Interministerial de Facilitación Turística será presidido por el titular de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación y estará integrado por los funcionarios que designen los titulares de las entidades de la administración pública nacional que oportunamente establezca la reglamentación de la presente ley, los cuales no podrán tener rango inferior a subsecretario.

CAPITULO II

Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación

ARTICULO 6° — Autoridad de aplicación. La Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación o el organismo que en el futuro la reemplace, será la autoridad de aplicación de la presente norma, así como de sus disposiciones reglamentarias y complementarias.

ARTICULO 7° — Deberes. Son deberes de la autoridad de aplicación los siguientes:

- a) Fijar las políticas nacionales de la actividad turística con el fin de planificar, programar, promover, capacitar, preservar, proteger, generar inversión y fomentar el desarrollo en el marco de un plan federal estratégico a presentarse dentro de los doce (12) meses siguientes a la promulgación de la presente ley;
- b) Proponer las reglamentaciones relacionadas con las actividades turísticas, los productos turísticos y los servicios a su cargo, las que serán consultadas al Consejo Federal de Turismo y a la Cámara Argentina de Turismo;
- c) Coordinar, incentivar e impulsar las acciones para la promoción turística de nuestro país tanto a nivel interno como en el exterior;
- d) Controlar el cumplimiento de la reglamentación y de las normas complementarias que oportunamente se dicten;
- e) Gestionar la revisión de las disposiciones o conductas que impidan o dificulten el desarrollo del turismo;
- f) Elaborar el plan de inversiones y obras públicas turísticas;
- g) Fijar las tarifas y precios de los servicios que preste en todo lo referido al turismo social y recreativo en las unidades turísticas a su cargo; así como de los objetos que venda, para el cumplimiento de sus actividades conexas;
- h) Favorecer el intercambio turístico, la promoción y la difusión mediante acuerdos y/o convenios multilaterales con otros países u organismos, a los fines de incrementar e incentivar el turismo hacia nuestro país y/o la región;
- i) Fiscalizar y auditar los emprendimientos subvencionados por la Nación, así como los fondos invertidos, que cuenten con atractivos y/o productos turísticos;
- j) Propiciar la investigación, formación y capacitación técnica y profesional de la actividad;
- k) Promover una conciencia turística en la población;

l) Preparar anualmente su plan de trabajos, el presupuesto general de gastos, y el cálculo de los recursos propios previstos en la presente ley;

m) Administrar el Fondo Nacional de Turismo.

ARTICULO 8° — Facultades. La autoridad de aplicación tiene, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de sus finalidades, las siguientes facultades:

a) Acordar las regiones, zonas, corredores, circuitos y productos turísticos con las provincias, municipios intervinientes y/o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

b) Disponer la realización de emprendimientos de interés turístico, prestando apoyo económico para la ejecución de obras de carácter público, equipamiento e infraestructura turística, en consenso con la provincia, municipio interviniente y/o la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

c) Realizar y/o administrar por sí o por concesionarios, infraestructura turística y/u otra tipología de equipamiento y/o de servicio con propósito de fomento;

d) Gestionar y/o conceder créditos para la construcción, ampliación o refacción de las tipologías expuestas en el inciso c) del presente artículo y para el pago de deudas provenientes de esos conceptos en las condiciones que se establezcan, previo consenso con las provincias, los municipios intervinientes y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en su caso;

e) Promover acciones tendientes a instaurar incentivos que favorezcan la radicación de capitales en la República Argentina;

f) Celebrar convenios con instituciones o empresas públicas o privadas nacionales o extranjeras para toda acción conducente al cumplimiento de los alcances y objetivos de la presente ley, incluyendo la instalación de oficinas de promoción en el exterior;

g) Diseñar, promover y desarrollar un sistema especial de créditos a fin de contribuir al desarrollo del turismo en el país;

h) Promover, coordinar, asistir e informar a instituciones educativas donde se impartan enseñanzas para la formación de profesionales y de personal idóneo en las actividades relacionadas con el turismo;

i) Organizar y participar en congresos, conferencias, u otros eventos similares con las provincias, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, organizaciones empresariales, instituciones académicas representativas del sector y/u organismos extranjeros;

j) Subvencionar a las entidades oficiales de turismo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y provinciales, que adhieran mediante convenios celebrados con los respectivos gobiernos a lo dispuesto en el inciso b) del presente artículo;

k) Disponer en la forma que estime conveniente, y a los efectos de la promoción turística, la ejecución, distribución y exhibición de todo material de difusión que decida realizar;

l) Convenir y realizar con toda área de gobierno centralizada y descentralizada acuerdos relacionados con el mejor cumplimiento de la presente ley;

m) Disponer de las sumas necesarias para la organización de congresos y la atención de visitas de personalidades extranjeras vinculadas al turismo;

n) Realizar e implementar estrategias de capacitación, información, concientización, promoción y prevención con miras a difundir la actividad turística;

o) La organización, programación, colaboración y contribución económica para la participación del país en ferias, exposiciones, congresos o eventos similares de carácter turístico;

p) Fomentar la inclusión en los programas de estudio en todos los niveles de la enseñanza pública y privada de contenidos transversales de formación turística.

CAPITULO III

Consejo Federal de Turismo

ARTICULO 9° — Concepto. Créase el Consejo Federal de Turismo, el que tendrá carácter consultivo, a cuyo efecto, la autoridad de aplicación de la presente ley podrá convocarlo cuando lo considere necesario.

ARTICULO 10. — Objeto. Corresponde al Consejo Federal de Turismo examinar y pronunciarse sobre cuestiones referentes a la organización, coordinación, planificación, promoción, legislación y estrategias de las actividades turísticas de carácter federal.

ARTICULO 11. — Composición. El Consejo Federal de Turismo estará integrado por UN (1) representante de la autoridad de aplicación, por los funcionarios titulares de los organismos oficiales de turismo de cada provincia y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires o quien ellos designen.

ARTICULO 12. — Atribuciones. Son atribuciones del Consejo Federal de Turismo, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de sus finalidades:

a) Dictar su reglamento interno;

- b) Convocar a entidades públicas y privadas a la asamblea, como miembros no permanentes con voz pero sin voto;
- c) Participar en la elaboración de políticas y planes para el desarrollo del turismo que elabore la autoridad de aplicación;
- d) Proponer la creación de zonas, corredores y circuitos turísticos en las provincias con acuerdo de los municipios involucrados donde puedan desarrollarse políticas comunes de integración, promoción y desarrollo de la actividad;
- e) Fomentar en las provincias y municipios con atractivos turísticos, el desarrollo de políticas de planeamiento estratégico compartidas entre el sector público y el privado;
- f) Asesorar en cuestiones referentes a la organización, coordinación, promoción, y reglamentación de las actividades turísticas, tanto públicas como privadas;
- g) Promover el desarrollo turístico sustentable de las diferentes regiones, provincias, municipios y Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

CAPITULO IV

Instituto Nacional de Promoción Turística

ARTICULO 13. — Créase el Instituto Nacional de Promoción Turística como ente de derecho público no estatal en el ámbito de la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación.

ARTICULO 14. — Objeto. Corresponde al Instituto Nacional de Promoción Turística desarrollar y ejecutar los planes, programas y estrategias de promoción del turismo receptivo internacional y de los productos directamente relacionados con él, así como de la imagen turística del país en el exterior.

ARTICULO 15. — Composición. El Instituto será presidido por el titular de la autoridad de aplicación y tendrá un directorio compuesto por los representantes que se detallan a continuación o sus alternos, debiendo el presidente y el directorio desempeñar sus funciones ad honórem:

- a) CINCO (5) vocales designados por la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación;
- b) TRES (3) vocales designados por la Cámara Argentina de Turismo (CAT);
- c) TRES (3) vocales designados por el Consejo Federal de Turismo.

En caso de empate el presidente contará con doble voto.

ARTICULO 16. — Duración del mandato. Los miembros del directorio durarán DOS (2) años en sus funciones y sus mandatos podrán continuar, aun vencidos, hasta tanto sean designados sus reemplazantes o hasta que cesen en su representación o en el mandato que les dio origen, no pudiendo extenderse esta prórroga por un período mayor a SEIS (6) meses. La designación y remoción de los mismos se regirá por el reglamento interno del Instituto.

ARTICULO 17. — Recursos. El Instituto Nacional de Promoción Turística cuenta con los siguientes recursos:

- a) Los aportes que se reciban de la Nación;
- b) El CUARENTA POR CIENTO (40%) del producido del impuesto establecido en el inciso b) del artículo 24. El Poder Ejecutivo Nacional podrá incrementar dicho porcentaje en hasta un DIEZ POR CIENTO (10%);
- c) Los fondos que se perciban en calidad de subsidios, legados, cesiones, herencias o donaciones;
- d) Los aportes del sector privado;
- e) Los ingresos derivados de la realización de conferencias, seminarios, cursos y publicaciones del Instituto, rentas; usufructos e intereses de sus bienes;
- f) Los ingresos provenientes de impuestos nacionales que pudieran crearse con el fin específico para el cumplimiento de los objetivos del Instituto;
- g) Los ingresos provenientes de toda otra fuente acorde al carácter legal y a los objetivos del Instituto.

ARTICULO 18. — Presupuesto. Anualmente, el Instituto Nacional de Promoción Turística elaborará el presupuesto general del organismo, que incluirá la totalidad de los recursos y erogaciones previstas, y se conformará por una asignación operativa y otra de funcionamiento, el que integrará el Presupuesto de la Administración Nacional.

ARTICULO 19. — Limitación. Los fondos asignados a gastos de administración no podrán superar el CINCO POR CIENTO (5%) de los gastos totales del Instituto.

ARTICULO 20. — Aprobación. El proyecto de presupuesto mencionado en los artículos precedentes será oportunamente remitido al Poder Ejecutivo nacional.

ARTICULO 21. — Remanente presupuestario. En caso que existiera remanente presupuestario no utilizado luego de cerrado el ejercicio anual, el mismo integrará automáticamente el presupuesto del año siguiente. Este excedente será considerado intangible para todo fin no relacionado con los objetivos del Instituto Nacional de Promoción Turística.

ARTICULO 22. — Atribuciones. El Instituto Nacional de Promoción Turística tiene las siguientes atribuciones, sin perjuicio de las no enunciadas y que le fueran inherentes para posibilitar el mejor alcance de su objetivo:

- a) Elaborar su reglamento interno;
- b) Diseñar los planes, programas y prioridades en materia de promoción turística y ejecutar la estrategia de promoción y mercadeo internacional para fortalecer y sostener la imagen de la "Argentina" como marca y como destino turístico;
- c) Administrar los fondos para la promoción y el correcto funcionamiento del Instituto y buscar formas para percibir ingresos adicionales;
- d) Realizar trabajos y estudios relativos al cumplimiento de sus objetivos;
- e) Organizar y participar en ferias, conferencias, exposiciones y otros eventos promocionales prioritariamente en el extranjero;
- f) Coordinar misiones de promoción turística comerciales y periodísticas;
- g) Editar, producir y desarrollar toda acción, material publicitario y promocional necesario para el cumplimiento de sus objetivos;
- h) Brindar asesoramiento a sus integrantes sobre oportunidades y características de los mercados extranjeros.

ARTICULO 23. — Asignación. Los recursos que conformen el patrimonio del Instituto Nacional de Promoción Turística deben ser íntegramente destinados a sus objetivos.

TITULO III

Régimen financiero

CAPITULO I

Fondo Nacional de Turismo

ARTICULO 24. — Constitución. El Fondo Nacional de Turismo se constituye con los siguientes recursos:

- a) Las sumas que se le asignen en el Presupuesto de la Administración Nacional;
- b) El producto del CINCO POR CIENTO (5%) del precio de los pasajes aéreos y marítimos al exterior; y los fluviales al exterior, conforme lo determine la reglamentación, vendidos o emitidos en el país y los vendidos o emitidos en el exterior para residentes argentinos en viajes que se inicien en el territorio nacional;

- c) Las donaciones y legados al Estado nacional con fines turísticos, excepto cuando el donante expresare su voluntad de que los bienes pasen a una jurisdicción específica;
- d) El aporte que hicieren los gobiernos provinciales, municipales, reparticiones del Estado y comisiones de fomento;
- e) Los intereses, recargos, multas y toda otra sanción pecuniaria derivada del incumplimiento de lo dispuesto en la presente ley y demás leyes nacionales que regulen actividad turística;
- f) Los aranceles que en cada caso se establezcan con relación a las habilitaciones para la prestación de servicios turísticos;
- g) La negociación de títulos que emita el Poder Ejecutivo nacional para el fomento del turismo;
- h) El importe de la venta de publicaciones y otros elementos publicitarios que produzca o comercialice el organismo de aplicación de la presente ley;
- i) El producto de la venta, arrendamiento y concesión de los bienes de la autoridad de aplicación y los administrados por ésta cuando correspondiere;
- j) Los tributos nacionales y aportes que por las leyes especiales se destinen para el fomento, promoción y apoyo de la infraestructura, el equipamiento y los servicios turísticos;
- k) Los fondos provenientes de servicios prestados a terceros y de las concesiones que se otorgaren;
- l) Las recaudaciones que por cualquier otro concepto obtenga la autoridad de aplicación.
- m) El presente fondo se constituye por el plazo de diez (10) años, a partir de la promulgación de la presente ley.

ARTICULO 25. — Agentes de percepción. El impuesto previsto en el inciso b) del artículo precedente será percibido por las compañías transportadoras o empresas charteadoras, en carácter de agente de percepción, al efectuar el cobro de los pasajes, o en su caso, previamente al embarque del pasajero siempre y cuando la autoridad de aplicación no establezca otro procedimiento más conveniente.

ARTICULO 26. — Excepciones. Se exceptúa del pago del impuesto previsto en el artículo 24, inciso b), de la presente ley a los pasajes emitidos para personal en misión oficial o diplomática, tanto nacional como extranjero y personal de organismos internacionales, así como para sus familiares y agentes de la legación.

ARTICULO 27. — Reciprocidad. La excepción dispuesta en el artículo precedente sólo se acuerda a personal extranjero, sus familiares y agentes de la legación cuando en los respectivos países se otorgue igual tratamiento al personal argentino, sus familiares y agentes de la legación.

ARTICULO 28. — Sanciones. Será reprimido con las sanciones previstas en el artículo 48 y concordantes de la ley 11.683 (t.o. 1998), en cada una de las situaciones previstas en dicha norma legal, aquel responsable que no depositare el impuesto dispuesto en el inciso b), del artículo 24, de la presente ley dentro del plazo correspondiente.

ARTICULO 29. — Destino del fondo. Los recursos provenientes del Fondo Nacional de Turismo son administrados exclusivamente por la autoridad de aplicación para el cumplimiento de sus objetivos.

ARTICULO 30. — Franquicias. Los materiales y elementos destinados al cumplimiento de las funciones de la autoridad de aplicación gozan de franquicia aduanera.

CAPITULO II

Incentivos de fomento turístico

ARTICULO 31. — Objeto. La autoridad de aplicación de la presente ley con los demás organismos del Estado que correspondiera, podrá otorgar beneficios y estímulos para la realización de programas y proyectos de interés turístico determinando en cada caso las obligaciones y compromisos que deberán aceptar los beneficiarios, así como las sanciones ante supuestos de incumplimiento y/o inobservancia.

ARTICULO 32. — Iniciativas prioritarias. A los fines de la presente ley se consideran prioritarias la creación genuina de empleo y aquellas iniciativas que tiendan al cumplimiento de algunos de los siguientes objetivos:

- a) La utilización de materias primas y/o insumos nacionales;
- b) El incremento de la demanda turística;
- c) El desarrollo equilibrado de la oferta turística nacional;
- d) El fomento de la sustentabilidad;
- e) La investigación y especialización en áreas relacionadas al turismo;
- f) Toda otra que, a juicio de la autoridad de aplicación, tienda al cumplimiento de las finalidades de la presente ley.

ARTICULO 33. — Instrumentos. El Estado proveerá al fomento, desarrollo, investigación, promoción, difusión, preservación y control en la parte de su

competencia, de la actividad turística en todo el territorio de la República Argentina, otorgando beneficios impositivos, tributarios y crediticios similares a los de la actividad industrial.

Invítase a las provincias y a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adoptar medidas similares a las dispuestas en el párrafo anterior en el ámbito de sus respectivas jurisdicciones y competencias.

CAPITULO III

Programa Nacional de Inversiones Turísticas

ARTICULO 34. — Concepto. Créase el Programa Nacional de Inversiones Turísticas en el que se incluyan las inversiones de interés turístico, a ser financiadas por el Estado nacional.

ARTICULO 35. — Asignación presupuestaria. En la ley de Presupuesto de la Administración Nacional, se incluirán anualmente las previsiones de gastos suficientes para financiar las inversiones anuales y se distribuirán los créditos en las jurisdicciones, subjurisdicciones y programas, con competencia en cada caso.

ARTICULO 36. — Procedimiento. Las provincias deben remitir a la autoridad de aplicación los proyectos por ellas propuestos para la realización de inversiones generales de interés turístico. La autoridad de aplicación se expedirá respecto de la conveniencia y viabilidad de los mismos conforme a la ley 24.354 —Sistema Nacional de Inversión Pública—, sus normas modificatorias y complementarias. Los proyectos seleccionados integrarán el Programa Nacional de Inversiones Turísticas, el cual será remitido al Consejo Federal de Turismo, previo a su elevación.

TITULO IV

Protección al turista

ARTICULO 37. — Procedimientos. La autoridad de aplicación debe instrumentar normativas de procedimientos eficaces tendientes a la protección de los derechos del turista y a la prevención y solución de conflictos en los ámbitos mencionados. La autoridad de aplicación podrá establecer convenios de cooperación, delegación y fiscalización con otros órganos oficiales federales o locales y con entidades privadas.

TITULO V

Turismo social

ARTICULO 38. — Concepto. El turismo social comprende todos aquellos instrumentos y medios que otorguen facilidades para que todos los sectores de la sociedad puedan

acceder al ocio turístico en todas sus formas, en condiciones adecuadas de economía, seguridad y comodidad.

ARTICULO 39. — Plan de Turismo Social. La autoridad de aplicación tiene a su cargo elaborar el Plan de Turismo Social y promover la prestación de servicios accesibles a la población privilegiando a los sectores vulnerables, mediante la operación de las unidades turísticas de su dependencia y ejerciendo el control de gestión y calidad de los servicios.

ARTICULO 40. — Acuerdos. La autoridad de aplicación podrá suscribir acuerdos con prestadores de servicios turísticos, organizaciones sociales y empresas privadas a fin de analizar, evaluar y determinar precios y condiciones especiales para dar cumplimiento a los objetivos del presente título.

TITULO VI

Infracciones y sanciones

ARTICULO 41. — Infracciones y sanciones. En el ejercicio de sus funciones de contralor, la Secretaría de Turismo de la Presidencia de la Nación podrá aplicar por infracción y/o inobservancia a la presente ley y a los reglamentos que se dicten en consecuencia, multas de hasta pesos CIENTO MIL (\$ 100.000).

ARTICULO 42. — Suspensión. La aplicación de las multas lo será sin perjuicio de la suspensión, revocación o caducidad de las autorizaciones administrativas otorgadas.

ARTICULO 43. — Procedimiento. Las sanciones se aplicarán mediante el procedimiento que se establezca en la reglamentación de la presente ley, sin perjuicio de la aplicación supletoria de las disposiciones de la Ley Nacional de Procedimientos Administrativos 19.549.

TITULO VII

Disposiciones complementarias

ARTICULO 44. — Areas protegidas nacionales. La Administración de Parques Nacionales dependerá como organismo descentralizado de la Secretaría de Turismo de la Nación o del organismo que la reemplace, sin perjuicio que la actividad turística que se desarrolle en las áreas protegidas de dicha administración, se realice conforme a lo establecido en la ley 22.351 o la que la sustituya.

ARTICULO 45. — Reglamentación. La presente ley debe ser reglamentada dentro de los CIENTO OCHENTA (180) días de su promulgación.

ARTICULO 46. — Derogación. Deróganse las Leyes 14.574 y 25.198, sus reglamentaciones y toda otra norma que se oponga a la presente ley.

ARTICULO 47. — Facúltase al Jefe de Gabinete de Ministros a efectuar las modificaciones presupuestarias pertinentes a los efectos de poner en ejecución las disposiciones de la presente ley.

ARTICULO 48. — Comuníquese al Poder Ejecutivo nacional.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL CONGRESO ARGENTINO, EN BUENOS AIRES, A LOS DIECISEIS DIAS DEL MES DE DICIEMBRE DEL AÑO DOS MIL CUATRO.

—REGISTRADA BAJO EL N° 25.997—

EDUARDO O. CAMAÑO. — MARCELO A. GUINLE. — Eduardo D. Rollano. — Juan H. Estrada.

ANEXO I

ACTIVIDADES COMPRENDIDAS CONFORME LA CLASIFICACION INTERNACIONAL UNIFORME DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS DE LA ORGANIZACION MUNDIAL DE TURISMO

1. Actividades directamente vinculadas con el turismo.

1.1. Servicios de alojamiento.

1.1.1. Servicios de alojamiento en camping y/o refugios de montaña.

1.1.2. Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residenciales similares, excepto por hora, que incluyen restaurante.

1.1.3. Servicios de alojamiento en hoteles, hosterías, cabañas bungalow, aparts y residenciales similares, excepto por hora, que no incluyen restaurante.

1.1.4. Servicios de hospedaje en estancias y albergues juveniles.

1.1.5. Servicios en apartamentos de tiempo compartido.

1.2. Agencias de viajes.

1.2.1. Servicios de empresas de viajes y turismo.

1.2.2. Servicios de agencias de turismo y agencias de pasajes.

1.3 Transporte

1.3.1 Servicios de transporte aerocomercial.

1.3.2 Servicio de alquiler de aeronaves con fines turísticos.

1.3.3 Servicios de excursiones en trenes especiales con fines turísticos.

1.3.4 Servicios de excursiones fluviales con fines turísticos.

1.3.5 Servicios de excursiones marítimas con fines turísticos.

1.3.6 Servicios de transporte automotor de pasajeros para el turismo.

1.3.7 Servicios de alquiler de equipos de transporte terrestre sin operación ni tripulación.

1.4. Servicios profesionales de licenciados en turismo, técnicos en turismo y guías de turismo.

1.5. Otros servicios.

1.5.1. Servicios de centros de esquí.

1.5.2. Servicios de centros de pesca deportiva.

1.5.3. Servicios de centros de turismo salud, turismo termal y/o similares.

1.5.4. Servicios de centros de turismo aventura, ecoturismo o similares.

1.5.5. Servicios de otros centros de actividades vinculadas con el turismo.

1.5.6. Alquiler de bicicletas, motocicletas, equipos de esquí u otros artículos relacionados con el turismo.

1.5.7. Servicios de jardines botánicos, zoológicos y de parques nacionales.

1.5.8. Servicios de parques de diversiones, parques temáticos, entretenimientos, esparcimiento y ocio.

1.5.9. Servicio de explotación de playas y parques recreativos.

1.5.10. Servicios de museos y preservación de lugares y edificios históricos.

1.6. Servicios vinculados a la organización de ferias, congresos, convenciones y/o exposiciones.

1.6.1. Servicio de alquiler y explotación de inmuebles para ferias, congresos y/o convenciones.

1.6.2. Servicios empresariales vinculados con la organización de ferias, congresos y/o convenciones.

1.6.3. Servicios de alquiler de equipamiento para la realización de ferias, congresos y/o convenciones.

2. Actividades indirectamente vinculadas con el turismo.

2.1. Gastronomía.

2.1.1. Servicios de cafés, bares y confiterías.

2.1.2. Servicios de restaurantes y cantinas.

2.1.3. Servicios de salones de baile y discotecas.

2.1.4. Servicios de restaurante y cantina con espectáculo.

2.2. Otros servicios.

2.2.1. Venta al por menor de artículos regionales de talabartería de cuero, plata, alpaca y similares.

2.2.2. Venta al por menor de artículos y artesanías regionales.

2.2.3. Venta de antigüedades.

El presente anexo podrá ser modificado por la autoridad de aplicación.

LEY Nº VIII-0514-2.006

TITULO I CREACIÓN DEL PROGRAMA SAN LUIS TURISMO.

Artículo 1º: Implementar en la Jurisdicción Provincial **EL PROGRAMA SAN LUIS TURISMO**, en cuyo marco se desarrollaran acciones de generación y fomento de las actividades turísticas de la Provincia.-

Artículo 2º: El objetivo del Programa es la optimización de la oferta turística provincial, a través del fomento a la construcción, ampliación, puesta en valor y modernización de establecimientos hoteleros y demás complejos turísticos, como así también la inversión en actividades relacionadas con el turismo.

Artículo 3º: Para adherirse a los beneficios que se otorgan con la presente ley los interesados deberán presentar ante la autoridad de aplicación como mínimo lo siguiente:

1. Proyecto de inversión a ejecutar.
2. Propuesta de instalación y construcción del establecimiento.
3. Propuesta de ampliación, puesta en valor o modernización a realizar.
4. Categoría del establecimiento a construir, ampliar y/o modernizar, conforme a la legislación vigente.
5. Estrategias de promoción y comercialización.
6. Presentación de un estudio de impacto socio-ambiental.
7. Detalle de los servicios complementarios de los que será dotado el establecimiento.
8. Lugar de radicación.
9. Numero de puesto de trabajo a generar, con una propuesta de inserción de los jóvenes profesionales recibidos en carreras vinculadas con el turismo y con una política en materia de recursos humanos y capacitación.-
10. Garantías que se ofrecen para resguardar los beneficios fiscales y financieros a otorgar por la provincia.
11. Acreditar no ser deudor de impuestos nacionales y provinciales.
12. Certificación de haber cumplido con las obligaciones establecidas por regímenes promocionales o de fomento nacionales o provinciales que se le hubiere otorgado
13. Certificación, expedida por Fiscalía de Estado de la Provincia, de no encontrarse en juicio con la provincia por incumplimientos de contratos de cualquier naturaleza celebrados con el Estado Provincial.
14. Toda otra información que pudiera resultar de interés para la mejor evaluación del proyecto presentado.

Artículo 4º: La autoridad de aplicación categorizará las zonas de localización de los emprendimientos turísticos que se enmarquen en el Programa, reglamentando las características que cada proyecto debe cumplir, respetándose los factores naturales y culturales de la zona, espacios disponibles y privilegiando en todos los casos la preservación del medio ambiente, de los recursos naturales y del uso del agua.

TITULO II BENEFICIOS

Artículo 5º: El inversor cuyo proyecto sea aprobado por la autoridad de aplicación, podrá obtener los siguientes beneficios: a) Impositivos: Adherirse al Programa de

Incentivos Fiscales para Nuevas Inversiones Productivas (Ley VIII-0454-2.004) y/o a los beneficios establecidos en el Art. 58º inc. b) de la Ley de Fomento a las Inversiones (Ley VIII-0239-2.004).

b) Financieros:

Subsidio de la tasa de interés y/o plazo de gracia adicional, conforme se establece en el artículo 6º de la presente ley.-

c) Adhesión a la Ley Nº I-0005-2004 (5393) - Plan generación de nuevos empleos.

Artículo 6º: Los beneficios financieros que otorgará el Estado Provincial serán los siguientes:

a) Subsidio de la tasa de interés: El Estado Provincial subsidiará a la institución financiera o al inversor, según se acuerde, el total o parte de los intereses que devengue el crédito otorgado.

b) Plazo de gracia adicional: La Entidad Financiera será quien otorgue el crédito y requiera las garantías. El Estado Provincial podrá en los términos del artículo 5º de la presente ley, cancelar alguna o todas las cuotas de los primeros años del préstamo y una vez finalizado el plazo otorgado por la entidad, el inversor abonará las cuotas pagadas por el Estado Provincial a la institución financiera, quien las reintegrará al Estado Provincial. Las garantías que la Entidad Financiera solicitó, serán mantenidas hasta tanto el inversor cancele la totalidad de las cuotas abonadas por el Estado Provincial.

Artículo 7º: A los fines de determinar el procedimiento para acceder a los beneficios financieros, en la reglamentación se deberá tener en cuenta:

a) Permitir la adhesión de todas las instituciones financieras (Bancos y demás entidades que intermedien con los recursos monetarios) que estén interesados en el Programa.

b) Fijar un marco en donde se establezca el costo financiero de referencia, cuotas, plazos de gracia y garantías en las con las que se deberán otorgar los préstamos.

c) La aprobación del crédito dependerá del análisis de riesgo que realice la institución financiera y de ninguna manera comprometerá el desembolso del mismo por parte del Estado Provincial, quien solo participará mediante alguna de las alternativas establecidas en el artículo anterior.

d) En caso en que la autoridad de aplicación considere el proyecto de interés provincial, el Estado Provincial podrá garantizar el préstamo otorgado.

e) Priorizar los proyectos de acuerdo a la localización de los mismos.-

Artículo 8º: A los fines de regular los beneficios establecidos en el artículo 5º de la presente se tendrá en cuenta lo siguiente:

a) Localización del proyecto, priorizando las zonas turísticas menos desarrolladas.

b) Participación de los Municipios en la Fiesta de los Pueblos.

c) Vinculación con las actividades deportivas, culturales y de espacios públicos.

d) Utilización turística de los lagos, lagunas y/o diques provinciales.

e) La utilización de materiales y piedras ornamentales naturales de la provincia. f) Contemplar el uso racional del agua, la forestación y el cuidado del medio ambiente.

g) La construcción de las obras se realice por empresas radicadas en la Provincia de San Luis o mediante la utilización de sistemas constructivos y materiales para la construcción desarrollados y manufacturados en la provincia.

h) La prestación de servicios en localidades que carezcan de los mismos.

Artículo 9º: Autorizar al Poder Ejecutivo Provincial, a participar en la conformación de fideicomisos cuyo objeto principal sea el apoyo al financiamiento de los proyectos presentados en el marco de la presente ley.

Artículo 10º: En caso de incumplimiento por parte del inversor, de las obligaciones asumidas frente a las Entidades Financieras y en la ejecución del proyecto turístico comprometido, el Gobierno de la Provincia podrá subrogar al titular del proyecto y continuar con la ejecución del mismo, previa declaración de interés provincial.

Artículo 11º: Cuando se verifique el incumplimiento de las obligaciones asumidas por el Inversor, previo y debidamente justificado por la autoridad de aplicación, el inversor deberá restituir a la Provincia, dentro del plazo que establezca la reglamentación, la totalidad de los beneficios otorgados con más los intereses que se aplica por la falta de pago de los impuestos provinciales y además una multa igual al veinte por ciento (20 %) del monto total del proyecto aprobado.

Artículo 12º: Eximir del Impuesto de Sellos y de Tasas Administrativas que graven la instrumentación de los préstamos otorgados en el marco del presente Programa. **Artículo 13º:** Autorizar al Poder Ejecutivo Provincial, a firmar convenios con el Colegio de Escribanos de la Provincia de San Luis, con el objetivo de convenir un honorario especial para los instrumentos que establezcan el otorgamiento de los préstamos en el marco del presente Programa.

Artículo 14º: Invitar a los Municipios de toda la Provincia a adherir a la presente ley, estableciendo en cada jurisdicción municipal la exención total del derecho de construcción y exención total, parcial o temporal sobre los tributo que deba pagar el titular beneficiario con proyecto de construcción aprobado por el Poder Ejecutivo Provincial. Los Municipios que cuenten con Código de Planeamiento Urbano o normas de construcción especiales, deberá comprometerse a la modernización de las mismas, a los efectos de facilitar el emplazamiento constructivo a ejecutarse.

Artículo 15º: A los fines de la participación de los Municipios en el presente programa, el Estado Provincial podrá firmar actas compromisos, a los fines de coordinar la oferta turística del municipio y las acciones a desarrollar en el mismo, con el fin de optimizar los beneficios de la presente ley.-

Artículo 16º: El Estado Provincial podrá coordinar la oferta turística y los servicios a ofrecer en todo el territorio provincial y a tales fines podrá participar en asociaciones y/o organizaciones existentes y/o a crearse, cuyo objetivo principal sea la optimización del turismo provincial.

Inmuebles del Estado

Artículo 17º: Autorizar al Poder Ejecutivo Provincial, a que los bienes inmuebles del dominio privado del Estado que este determine y cuyo destino pueda afectarse a los objetivos del presente Programa, sean subastados y/o vendidos, a aquellos inversores adheridos a la presente ley y quieran realizar la construcción endichos bienes. La base del valor del Inmueble a vender será establecido por la Dirección Provincial de Ingresos Públicos y se podrán establecer quitas desde hasta un cincuenta por ciento (50 %) de dicho valor, cuando el proyecto presentado por las características del mismo o por las zona a localizarse, sea de interés provincial. El Decreto reglamentario establecerá el

procedimiento para realizar la subasta y/o venta de los inmuebles, en un todo de acuerdo a lo que establece la Ley de Contabilidad, Administración y control Público y su norma reglamentaria.-

Autoridad de Aplicación

Artículo 18°: Los proyectos serán aprobados por la Secretaría General de la Gobernación y los beneficios fiscales serán otorgados por el Ministerio del Capital o por los organismos que en el futuro los reemplacen.

Artículo 19°:Facultase al Poder Ejecutivo a reasignar las partidas presupuestarias necesarias para el cumplimiento de los objetivos previstos en la presente ley.

Artículo 20°: La presente ley entrará en vigencia a partir de la publicación del Decreto Reglamentario, el cual deberá ser dictado dentro de los 30 días computados a partir de la fecha de dicha publicación de la presente.-

Artículo 21°: Registrar, comunicar al Poder Ejecutivo y archivar.-