

Licenciatura en Gestión Turística

Trabajo Final de Graduación

***Formulación y evaluación de un
proyecto de inversión de un
alojamiento turístico temático, como
complemento a un establecimiento
vitivinícola en Charbonier, provincia
de Córdoba.***

Año 2009

Autor: Florencia Montoto Galiano

Índice

1. Tema.....	6
2. Introducción y antecedentes.....	7
3. Objetivos.....	10
4. Marco teórico.....	11
5. Metodología.....	19
6. Desarrollo del proyecto. Análisis y evaluación de datos.....	24
6.1. Modalidad de alojamiento.....	24
6.2. Viabilidades.....	25
6.2.1. Viabilidad comercial.....	25
6.2.2. Viabilidad Legal.....	34
6.2.3. Viabilidad Técnica.....	37
6.2.3.1. Localización y condiciones generales de la zona.....	37
6.2.3.2. El proyecto arquitectónico.....	39
6.2.3.3. Servicios a ofrecer.....	40
6.2.3.4. Inversión.....	41
6.2.3.5. Tareas y personal operativo.....	44
6.2.4. Viabilidad Económica.....	45
6.2.4.1. Ingresos proyectados.....	45
6.2.4.2. Egresos proyectados.....	48

6.2.4.3. Flujo de fondos del proyecto.....	50
6.3. Propuesta de comercialización.....	53
6.3.1. Creación de imagen.....	53
6.3.2. El servicio.....	54
6.3.3. Programa de promociones.....	55
6.3.4. Estrategia de comunicación.....	58
6.3.5. Distribución.....	60
6.3.6. Posicionamiento en el mercado.....	60
6.3.7. Tarifas.....	61
7. Conclusiones.....	62
8. Anexos.....	63
8.1. Anexo N°1: Resumen de la entrevista realizada a Jesús Vulliez, propietario de una bodega en Colón, provincia de Entre Ríos.....	63
8.2. Anexo N°2: Listado de alojamientos por localidad.....	65
8.3. Anexo N°3: Mapa del departamento de Punilla.....	70
8.4. Anexo N° 4: Ficha técnica de las condiciones generales de la zona.....	71
8.5. Anexo N° 5: Esquema organizativo del predio.....	74
8.6. Anexo N°6: Planos y vistas de las cabañas.....	75
8.7. Anexo N° 7: Ley de alojamientos turísticos N° 6483.....	76
8.8. Anexo N° 8: Ley 7232. Régimen de promoción y desarrollo turístico.....	87
8.9. Anexo N° 9: Fotos de elementos decorativos.....	89

8.10. Anexo N° 10: Modelo de encuesta realizado para determinar el nombre del emprendimiento.....	92
8.11. Anexo N° 11: Costos diarios estimados.....	93
9. Bibliografía consultada.....	94
10. Páginas web consultadas.....	95

Índice de cuadros

Cuadro N°1. Características de la demanda por localidad	27
Cuadro N° 2. Cantidad de alojamientos por localidad	29
Cuadro N°3. Servicios ofrecidos por establecimiento.....	30
Cuadro N° 4: Costos y precio de venta del paquete “Fin de semana romántico”.....	55
Cuadro N° 5: Costos y precio de venta del paquete “Escapada de golf y vinos”.....	56
Cuadro N° 6: Costos y precio de venta del paquete “Elabore su propio vino”.....	57

1. Tema

Formulación y evaluación de un proyecto de inversión de un alojamiento turístico temático, como complemento a un establecimiento vitivinícola en Charbonier, provincia de Córdoba.

2. Introducción y antecedentes

El *turismo vitivinícola*, también llamado *turismo del vino* o *enoturismo*, es aquel que tiene como principal atractivo turístico, la producción vitivinícola de una determinada zona, relacionándose estrechamente con la gastronomía y la cultura regional. El turista busca conocer la actividad por medio del consumo del vino que allí se produce, visitando bodegas, viñedos y realizando actividades afines.

El enoturismo es una actividad que nace, principalmente, de las bodegas a modo de diversificación de la oferta para captar la atención de los compradores, del periodismo especializado y finalmente del turismo en general. Esta modalidad, engloba no sólo la visita a bodegas y la degustación de vinos, sino que además se trata de que el turista viva experiencias como la de almorzar u hospedarse en un entorno de viñedos; participar de la cosecha, la poda y de la elaboración de su propio vino; asistir a cursos de cata; relajarse en un spa del vino y gozar de toda una cosmética vitivinícola; participar de clases de cocina y maridaje entre otros.

Esta idea no se origina en el país, sino que es parte de la oferta turística de otros países productores de vino como Francia, España, Italia, Estados Unidos, Sudáfrica, Australia. *Las rutas del vino*, pueden encontrarse a lo largo de todo el mundo, siendo un producto turístico ya establecido en las regiones en donde se desarrolla la actividad vitivinícola.

En Argentina, el turismo de vinos comienza a desarrollarse en los años 90, como un complemento a la actividad clásica de la bodega. Actualmente, éstas cuentan con programas y personal especializado para la atención del turista y algunas de ellas han desarrollado nuevas unidades de negocios como ser restaurant y alojamientos.

En nuestro país, el polo por excelencia de la actividad vitivinícola es la provincia de Mendoza; aunque también son zonas productoras de vino, las provincias de Salta, La Rioja, San Juan, y Rio Negro. El resto del país no se caracteriza por desarrollar dicha actividad. Sin embargo, debido a la capacidad de adaptación de la vid, podemos encontrar establecimientos vitivinícolas en zonas como Buenos Aires, La Pampa y Córdoba.

El Valle de Punilla, en la provincia de Córdoba, se caracteriza por el desarrollo sostenido de la actividad turística. Con destinos consolidados como Villa Carlos Paz, La Falda, La Cumbre y Capilla del Monte, esta región es uno de los pilares del turismo en la provincia. Debido a la importancia de la actividad turística en la región, localidades como Valle Hermoso, La Falda, Villa Giardino, La Cumbre, Los Cocos y Capilla del Monte, se han organizado a través de un corredor turístico, el *Corredor Serrano*, para así fortalecer su posicionamiento, potenciando sus atractivos turísticos por medio de la integración de su oferta. Una de los puntos que transita dicho corredor es la comuna de Charbonier. Este caserío conserva rasgos de la lucha de los españoles con los indígenas que antiguamente habitaban en el lugar, pero lo más impactante es el entorno natural y la tranquilidad que ofrece el lugar, ya que no es un destino muy promocionado.

El Valle de Punilla ofrece al turista principalmente, actividades de sol y playa, turismo aventura, turismo cultural, festivales y espectáculos musicales. Los servicios que se prestan en los distintos puntos del valle, son variados pero, en general, no se encuentran preparados para atender las exigencias de turistas extranjeros. Es una región acostumbrada a recibir turismo interno. La oferta de Punilla, puede definirse como homogénea y limitada respecto a la variedad y calidad de propuestas que ofrece al turista. La región carece de emprendimientos turísticos innovadores, a pesar de tener el potencial para ello. En cuanto a la demanda, ésta se caracteriza por jóvenes, familias y jubilados; con un poder adquisitivo medio, medio-bajo que recorren el valle en busca descanso y recreación para todas las edades y a bajo costo.

El presente proyecto, pretende alinearse con las nuevas tendencias en alojamientos, que brindan al turista un poco más, un *plus* a su estadía, transformándola, muchas veces, en el motivo principal del desplazamiento. Conjuntamente con el servicio personalizado, “a medida” que se ofrece, se está popularizando que dichos alojamientos estén envueltos en una temática o concepto definido, lo que se refleja no sólo en la ambientación, sino que se complementa con actividades afines.

Actualmente, se está proyectando la construcción de una bodega en Charbonier por parte de empresarios cordobeses, aprovechando que las condiciones climáticas y las características del suelo permiten el desarrollo de la actividad vitivinícola. La presente propuesta busca complementar la actividad productiva que se plantea, para aprovechar los flujos turísticos que recibe la región.

Al proyectar la construcción de la bodega, como requisito fundamental y condicionante del emprendimiento, se estudiaron las características y condiciones necesarias para el desarrollo óptimo de la vid, que es la materia prima (las uvas) necesaria para desarrollar la actividad.

La vid es una planta “todo terreno”, esto significa que se adapta a cualquier clima y suelo. Sin embargo las mejores condiciones para el desarrollo de esta planta, con el fin de obtener mejores vinos finos son:

- Clima cálido-seco-semidesértico
- Abundantes días de calor, principalmente en verano
- Marcada amplitud térmica
- Baja humedad relativa ambiental
- Invierno seco- templado con temperaturas bajo cero
- Régimen de lluvias no mayor a 600mm anuales
- Suelos arenosos- arcillosos, sueltos y profundos

La zona de Charbonier, cumple con estos requisitos en cuanto al suelo y clima de la región. Esto, sumado a los conocimientos y experiencia en la industria alimenticia y gestión comercial de los empresarios que llevarán a cabo el proyecto, le proporciona amplias probabilidades de éxito a la futura bodega serrana. El complementar la producción vitivinícola con una oferta de alojamiento, permitirá aprovechar los flujos turísticos del valle a favor de la bodega y al mismo tiempo, ésta atraerá a un nuevo segmento de consumidores, lo que le proporcionara una significativa sustentabilidad económica.

3. Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad de un proyecto de alojamiento turístico para un establecimiento vitivinícola en Charbonier, Provincia de Córdoba.

Objetivos específicos

- Desarrollar un modelo de alojamiento turístico temático vitivinícola y describir el servicio que se brindará.
- Analizar la demanda actual y potencial del turismo vitivinícola a fin de identificar el mercado objetivo.
- Estudiar y determinar las viabilidades comercial, técnica, económica, y legal.
- Determinar la prefactibilidad del proyecto
- Diseñar una propuesta de comercialización

4. Marco teórico

El marco teórico cumple la función de describir los diferentes conceptos, teorías y paradigmas abordados sobre el tema de estudio por otros autores a fin de orientar al lector sobre las concepciones, ideas y contexto actual de la temática a tratar.

“[...]el propósito del marco teórico es dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema.] [...] es decir, se trata de integrar al problema dentro de un ámbito donde éste cobre sentido, incorporando los conocimientos previos referentes al mismo y ordenándolos de modo tal que resulten útiles en nuestra tarea”¹.

Alojamientos turísticos

A lo largo del tiempo las migraciones y desplazamientos de las personas, fundadas por diversos motivos, generó en los destinos visitados la necesidad ofrecer un lugar para la manutención y descanso de los viajeros. Así, ya en la época del Imperio Romano era habitual encontrar villas y casas de huéspedes en algunas zonas costeras. Asimismo, las peregrinaciones durante el Medioevo convirtieron a la hospitalidad, entendida como el alojamiento sin ánimo de lucro, en la actividad principal de las órdenes religiosas. Además, los primeros establecimientos orientados a ofrecer manutención y hospedaje a cambio de un precio surgen a finales de este período.

En el siglo XVIII, el concepto de *hotel* se vincula al lujo de las cortes europeas, convirtiéndose en la principal residencia de los monarcas en sus viajes. Cabe indicar que a finales de este siglo, la revolución en el transporte permitió que se incrementaran los viajes de placer, aunque todavía accesibles para los grupos de mayor poder adquisitivo.

Recién en el siglo XX, y a consecuencia de la popularización del automóvil y el avión se universaliza el turismo, dando origen al *turismo de masas*.

¹ SABINO, Carlos. “El proceso de la investigación”. Buenos Aires: Editorial Lumen / Humanitas , 1999.

De esta forma, las características de los alojamientos de pernocte y los servicios ofrecidos en los mismos, se fueron adaptando a los requerimientos y necesidades de los viajeros de las diferentes épocas.

Actualmente, un alojamiento turístico refiere a una *“empresa turística que se dedica de forma habitual y profesional a proporcionar habitación o residencia a las personas con o sin otros servicios complementarios”*².

Los nuevos alojamientos turísticos

En la actualidad, el sector de alojamientos está evolucionando de manera dinámica en respuesta a cambios en la demanda. Las nuevas tendencias, siguiendo a Lydia González y Pilar Talón, responden a turistas con mayor experiencia y mejor informados; al aumento del tiempo de ocio y del nivel de renta; a un importante cambio en las preferencias; y a la aparición de nuevos segmentos (Tercera edad, homosexuales, salud, etc.). A consecuencia de esto, las empresas de alojamiento fueron especializando y personalizando el servicio para lograr diferenciarse de la competencia, lo que generó la aparición de nuevas modalidades de alojamientos, como los **hoteles temáticos**. Éstos brindan *“no sólo hospedaje y servicios regulares de la hotelería, sino además una ambientación (cuadros, empapelados, instrumentos o muestras) dedicada a un tópico particular, que se combina con actividades y cursos relacionados”*³.

Estas nuevas modalidades, por sus particularidades requieren estrategias de comercialización diferentes a las de los alojamientos convencionales. Los hoteles temáticos desarrollan estrategias de comercialización que se basan en la diferenciación, con el objeto de *“concentrar sus esfuerzos para lograr un desempeño superior en algún aspecto o área importante en beneficio del cliente”*.⁴ Esto permite entregar un mayor valor al cliente en la prestación del servicio. De esta manera, los hoteles temáticos orientan su actividad en base a las necesidades y deseos de un determinado mercado meta u

² GONZALEZ Lydia; TALON, Pilar. “Dirección Hotelera. Operaciones y procesos”. Madrid: Editorial Síntesis, 2002.

³ GRAÑA, Matías. “La novedad de los hoteles temáticos”. Artículo publicado en: <http://www.terra.com.ar/canales/turismo/112/112283.html>. 2005

⁴ KOTLER, Philip. “Dirección de Mercadotecnia – análisis, planeación, implementación y control”. 8ª edición. México: Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A., 1996.

objetivo, entregando los satisfactores deseados de forma más eficaz y eficiente que los competidores.

Estudio del proyecto

Para la creación y puesta en marcha de un proyecto de alojamiento turístico, se debe tener en cuenta la realización de un estudio que permita evaluar la factibilidad de llevar a cabo dicho emprendimiento.

De este modo, se concibe que todo proyecto es el resultado de una **idea**, “que busca solucionar un problema o aprovechar una oportunidad de negocio”,⁵ y para que esta idea se materialice el proyecto debe ser **factible**, lo que se define como “que se puede hacer”.⁶

Un **estudio de factibilidad** puede entenderse entonces, como el conjunto de criterios, técnicas y metodologías para formular y evaluar proyectos de creación de nuevas empresas. Según Nassir Sapag Chaín⁷: -” *tan importante como tener recursos para hacer cosas, es poder asignarlos racionalmente*”. Esta frase, explica de la manera más simple el *porqué* de la necesidad de llevar a cabo un estudio de factibilidad, antes de la creación de un nuevo negocio. Mediante la preparación y evaluación del estudio, es posible reducir la incertidumbre inicial acerca de la realización de una inversión.

Siguiendo a Sapag Chaín, el estudio que se realiza antes de llevar adelante un proyecto, consta de varias etapas. La primera de ellas es la generación de la idea, que básicamente responde a la búsqueda de oportunidades o soluciones a problemas actuales.

Luego, la etapa de preinversión corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones identificadas en la etapa anterior. En esta etapa puede realizarse estudios de diferente profundidad de acuerdo a la cantidad y calidad de información que

⁵ SAPAG CHAIN, Nassir. y SAPAG CHAIN, Reinaldo. “Preparación y evaluación de proyectos” 4ª edición. Colombia: Editorial Mc Graw Hill, 2000

⁶ Diccionario de la Real Academia Española - <http://buscon.rae.es>

⁷ SAPAG CHAIN, Nassir. “Proyectos de inversión. Formulación y evaluación”. México: Editorial Prentice Hall, 2007.

se considere en la evaluación. Los niveles de profundidad de los estudios correspondientes a la etapa de preinversión son:

- **Estudio de perfil:** es el más preliminar. Es estático en cuanto a los datos que analiza y es realizado en base a información secundaria. Generalmente es de tipo cualitativo.
- **Estudio de prefactibilidad:** se proyectan los costos y beneficios sobre la base de criterios cuantitativos, pero sirviéndose de información secundaria.
- **Estudio de factibilidad:** la información tiende a ser demostrativa recurriendo a información primaria.

Los niveles de prefactibilidad y factibilidad son principalmente dinámicos, lo que significa que proyectan los costos y beneficios a lo largo del tiempo.

La tercera etapa es la *inversión*, a la que corresponde la implementación del proyecto; y por último, la etapa de *operación* es la que en la inversión ya materializada, está en ejecución.

En este contexto, el nivel de aplicación y conocimientos a tratar se vincula al **estudio de prefactibilidad**, el cual corresponde a la etapa de preinversión.

Estudio de viabilidades

Para la elaboración del estudio, es fundamental analizar diversas variables que condicionan el éxito de la inversión. Es importante identificar y dimensionar las fuerzas del entorno que influirán en el proyecto, y a su vez definir las estrategias a aplicar en el actual contexto que se presenta de una forma muy dinámica.

A continuación, se explican las viabilidades que conciernen a todo proyecto.

Viabilidad Comercial: A través del estudio de la viabilidad comercial, se puede saber “*si el mercado es o no sensible al bien o servicio producido por el proyecto y la aceptabilidad que tendrá su consumo o uso*”⁸. En este estudio se realizan diferentes análisis a fin de conocer el mercado en que se enmarcará el nuevo negocio, identificando el segmento del mercado al que se apunta, haciendo una valoración del mercado competidor, analizando proveedores y distribuidores.

- **Segmentación de mercado:** consiste en dividir al mercado de un bien o servicio en grupos distintos, que sean internamente homogéneos, para lograr una ventaja competitiva. Cada uno de estos grupos homogéneos de consumidores se identifica en el mercado por la similitud en aspectos como: el deseo, la ubicación geográfica, los hábitos de consumo, y el poder de compra entre otros. Debido a esto, ante una estrategia de marketing se espera que este gran grupo homogéneo de consumidores, reaccione de forma parecida. Siguiendo a Kottler P⁹., las variables más utilizadas para segmentar el mercado son las siguientes:
 - ✓ Demográfica: Edad, genero, ingreso, nivel educativo, profesión, etc.
 - ✓ Geográficas: ubicación geográfica
 - ✓ De comportamiento: beneficios deseados, tasa de utilización del producto, fidelidad a la marca, etc.
 - ✓ Psicográficas: personalidad, estilo de vida, valores, actitudes, etc.

- **Análisis de competencia:** Se analiza el mercado competidor, entendido como el conjunto de empresas que actualmente ofrecen un servicio que satisface, de forma total o parcial, la necesidad de los potenciales consumidores del proyecto.

⁸ SAPAG CHAIN, Nassir. y SAPAG CHAIN, Reinaldo. Op. Cit.

⁹ KOTLER, Philip. Op. Cit.

- **Análisis de proveedores:** consiste en las empresas que brindan los insumos necesarios para la prestación del servicio.
- **Análisis de distribuidores:** Se analiza el tipo de distribución que se llevará a cabo; la disponibilidad y modo de selección de los canales de comercialización utilizados.

Marketing Mix: Se refiere a la combinación de herramientas que realiza una organización para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecidos. A estas se las conoce como las *4 P* (Producto, Precio, Plaza o Distribución y Promoción). Toda propuesta de comercialización además de incluir el estudio de las *4 P*, no debe dejar de lado la naturaleza del mercado objetivo y el entorno del negocio.

Viabilidad Técnica: *“Estudia las posibilidades físicas, materiales o químicas de producir el bien o servicio que desee generarse con el proyecto”¹⁰*. Se busca determinar las características de la composición óptima de recursos que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente.

Para la realización del estudio técnico se tienen en cuenta los siguientes aspectos:

- Ingeniería del proyecto. Este concepto se refiere a delimitar el proceso de la prestación del servicio de alojamiento y complementarios a fin de definir los productos y tratamientos a usar. Además, involucra las especificaciones de infraestructura y de equipos.
- Localización del nuevo negocio
- Tamaño

¹⁰ SAPAG CHAIN, Nassir. y SAPAG CHAIN, Reinaldo. Op. Cit.

Además, para poder calcular y determinar la viabilidad técnica es necesario realizar un estudio técnico del proyecto.

Estudio técnico del proyecto

La finalidad de este estudio es brindar información que permita cuantificar el monto de inversión y de costos de operación correspondientes. Debe definir la función de producción que optimice el uso de los recursos disponibles en la producción del producto o servicio del proyecto. Durante esta etapa del proyecto, se determinan los requerimientos de los equipos e insumos necesarios para la operación y el monto a invertir correspondiente.

Otro aspecto a considerar dentro de este estudio es la localización del nuevo negocio. Debe considerarse el mercado al que se apunta, la accesibilidad, disposiciones legales, y la existencia de servicios de apoyo. En este caso, la localización del proyecto, ya está determinada por la localización del futuro establecimiento vitivinícola al que complementará, de forma que cumple con las características mencionadas.

Por último, se estudia el tamaño, lo que es indispensable para determinar la inversión y el costo. En este caso se medirá por cantidad de plazas. Se debe tener en cuenta para delimitar el tamaño del proyecto: la demanda, la estacionalidad y la disponibilidad de insumos.

Viabilidad Legal: Se refiere a la necesidad de determinar la inexistencia de trabas legales para la instalación y operación normal del proyecto.

Viabilidad Económica: *“Se busca definir mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su*

*implementación*¹¹. Se realiza un análisis cuantitativo del proyecto, usando diversos indicadores para conocer la rentabilidad del proyecto.

Asimismo, es importante considerar que *“la evaluación del proyecto compara, mediante distintos instrumentos, si el flujo de caja proyectado permite al inversionista obtener la rentabilidad deseada, además de recuperar la inversión. Los métodos más comunes corresponden a los denominados valor actual neto, más conocido como VAN, la tasa interna de retorno o TIR, el periodo de recuperación y la relación beneficio-costos.”*¹²

- El VAN: mide la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.
- TIR: mide la rentabilidad como porcentaje.
- Periodo de recuperación de la inversión: tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión.

¹¹ SAPAG CHAIN, Nassir. Op. Cit.

¹² SAPAG CHAIN, Nassir. Op. Cit.

5. Metodología

El estudio de la realidad, necesita establecer un método operativo para su realización que facilite su acercamiento, análisis y comprensión. La metodología explica de qué forma se logró el cumplimiento de los objetivos planteados, a través de la descripción de procedimientos, técnicas, actividades y estrategias aplicadas a lo largo del estudio o investigación.

Se partió de una investigación exploratoria para conocer el mercado al que se pretende ingresar y sus características, y luego mediante el cálculo financiero apropiado, estimar la viabilidad de la inversión propuesta. Para ello, el estudio se realizó en dos grandes etapas:

- Recolección de datos
- Análisis y evaluación de datos

En primer lugar, se definieron las diferentes fuentes de información a las que se recurrió para obtener los datos y las técnicas de recolección que se emplearon.

Las fuentes de información a las que se acudió son:

- *Fuente de información primaria*
- *Fuente de información secundaria*

Técnicas de recolección de datos primarios: Las técnicas de recolección de datos primarios que se utilizaron son, por un lado la observación que tuvo por objeto el relevamiento de campo, y por otro lado la entrevista a fin de complementar la recolección de datos primarios necesarios para la formulación y preparación de proyectos.

Técnicas de recolección de datos secundarios: Respecto a las técnicas de recolección de datos vinculadas a la información secundaria, se acudió a bibliotecas, archivos, publicaciones especializadas e internet.

Viabilidad Comercial

Para determinar la viabilidad comercial se realizaron diferentes estudios para conocer la situación de los diferentes elementos del mercado.

- **La demanda:** se estudio la demanda de la región para determinar las características de los turistas, y conocer sus necesidades. Además, se recopiló información acerca de las particularidades de la demanda de enoturistas a fin de complementar el estudio.

De esta forma se definió el segmento al cual se apuntará, de acuerdo a las siguientes variables: geográficas, psicográficas, demográficas, y de comportamiento.

Para este estudio se aplicaron la consulta a expertos, entrevista¹³ a responsable de un establecimiento de similares características al del proyecto, y se recurrió a fuentes de información secundaria, como informes estadísticos de entes oficiales e información de Internet.

- **La oferta:** Se relevó la oferta de alojamientos que se encuentran en la región. Este estudio arrojó datos relacionados a la cantidad de establecimientos por modalidad, lo que permitió identificar la competencia directa. Además se indagó sobre los servicios que ofrecen, los canales de distribución más utilizados, la promoción y comunicación realizada, entre otros.

¹³ Ver resumen de la entrevista en Anexo N° 1

En este caso se utilizaron observación, consulta a los prestadores, y fuentes de información secundaria, como informes estadísticos de entes oficiales e información de Internet.

- **Los proveedores y distribuidores:** Se relevó los proveedores en aspectos como, calidad y precio de los insumos dentro de cada rubro, la disponibilidad de recursos y el poder de negociación de los mismos. Además se analizaron los canales de distribución tanto directos como indirectos, a fin de establecer la estrategia de comercialización adecuada.

Viabilidad Legal

Se recolectó información vinculada a los requerimientos, normativa vigente y reglamentación de los alojamientos turísticos. En este caso, se consultó la ley provincial de Alojamientos turísticos N°6483 y la Ley provincial de Fomento turístico N° 7232. Además, se consultó a expertos sobre la materia impositiva.

Viabilidad Técnica

Se recabó información relacionada con los diferentes aspectos que determinan la posibilidad física y material de llevar a cabo el proyecto; para lo cual se contó con la participación de un arquitecto. A partir de esto se realizaron las siguientes actividades: se cuantificó el monto de inversión y de costos de operación que supone el proyecto.

Además, se determinaron los requerimientos de los equipos e insumos necesarios para la operación y el monto a invertir correspondiente. Para ello, se recurrió a la opinión de expertos y del relevamiento de campo.

En este punto, también se definieron las tareas a realizar y el personal necesario para el funcionamiento del emprendimiento.

Viabilidad Económica

Se obtuvo información para conocer la rentabilidad del proyecto en términos de sus beneficios y costos propios. Dicha información se recolectó en base a información secundaria que proporcionó una metodología que permitió calcular diversos indicadores como por ejemplo el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Modelo de alojamiento

A partir de la recolección de información, de la determinación del mercado objetivo y otros factores, se determinó el modelo de alojamiento y los servicios que ofrecerá, considerando los siguientes aspectos:

Características de los servicios básicos y complementarios

Servicio gastronómico a ofrecer

Tipo de actividades relacionadas a la vitivinicultura

Tipo de actividades recreativas

Propuesta de comercialización del proyecto

En base de los productos o resultados obtenidos en los diferentes análisis se confeccionó un informe con las principales pautas para la confección de un Plan de Marketing.

Entre los aspectos que se tuvieron en cuenta para la propuesta de comercialización se consideraron a los siguientes:

- El segmento objetivo del servicio que brindara el proyecto
- Imagen del establecimiento
- Tipo de estrategia de comercialización (diferenciación, liderazgo en costos, etc.)

- Características de la mezcla de mercadotecnia:
 - Estrategia de comunicación
 - Política de precios
 - Características de los servicios a ofrecer
 - Programa de promociones

6. Desarrollo del proyecto

Análisis y evaluación de datos

La bodega para la cual se realizó el presente proyecto, no existe como tal en la actualidad, ya que recién se encuentra en la etapa de construcción. Debido a que la bodega y el alojamiento turístico se proyectaron por separado, y que una vez terminados funcionarán como unidades de negocios independientes una de otra; a los fines del presente trabajo no se contempló ningún aspecto de la construcción y puesta en marcha de la bodega, solamente del alojamiento turístico.

6.1 Modalidad de alojamiento

Para la elección de la modalidad de alojamiento, se tuvieron en cuenta diferentes factores. Algunos de ellos se explicarán en el desarrollo del presente trabajo, como las preferencias y características del segmento objetivo y los servicios que se pretenden ofrecer. Además de estos factores, se tuvo en cuenta la opinión de los empresarios que están proyectando la construcción de la bodega, ya que el presente proyecto de alojamiento, lo complementará.

El resultado de la elección fue de ***cabañas de una categoría de tres (3) estrellas***¹⁴. Esta categorización se toma de la legislación vigente, la que se encontrará desarrollada en el análisis de la viabilidad legal del presente proyecto.

¹⁴ Ver ley de alojamientos turísticos Nº 6483 en Anexo Nº7

6.2. Viabilidades

6.2.1 Viabilidad Comercial

Demanda

Según consultas realizadas a funcionarios del área turística de las distintas localidades de la zona y a lo observado en las mismas, se realizó un análisis de la demanda turística de la región, que arrojó los siguientes resultados.

La demanda por excelencia del sur de Punilla se caracteriza por jóvenes y familias que buscan recreación y descanso a bajo costo. Mientras que las localidades ubicadas en el centro y norte del valle, tienen demandas diferentes.

Localidades como La Cumbre o Villa Giardino atraen a turistas de ambos sexos, de entre 25 y 65 años, pertenecientes a una clase media y media-alta. Principalmente procedentes de la provincia de Buenos Aires y Santa Fe; de la ciudad de Córdoba y del interior de la provincia. Suelen ser parejas y personas que viajan solas o con amigos, que se desplazan del lugar de residencia habitual motivados por la búsqueda de tranquilidad, descanso y la práctica de deportes, como el golf. En cuanto a la elección de alojamiento, los más habituales suelen ser hosterías, hoteles, y cabañas. La temporada alta, principalmente el verano, se caracteriza por estancias de entre 7 y 15 días; mientras que durante el resto del año se dan estancias de fin de semana.

Otro destino de la zona, como el caso de Capilla de Monte tiene una demanda similar a la de La Cumbre y Villa Giardino, aunque también atrae a otro segmento de mercado que comparte con San Marcos Sierras. El mismo se compone de jóvenes, parejas y personas que viajan solas, de entre 20 y 55 años, pertenecientes a una clase media, que buscan la tranquilidad y espiritualidad del lugar. Procedencia principalmente de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba, estos turistas eligen alojarse en hosterías, hostels, y en casas o departamentos.

La comuna de Charbonier, cuenta con un flujo de demanda turística compuesto por personas de ambos sexos, de entre 30 y 60 años, que viajan solos o en pareja. Pertenecientes a una clase media, procedentes de Buenos Aires, Córdoba y Santa Fe, encuentran la motivación en la búsqueda de descanso, tranquilidad, y naturaleza. En

cuanto al alojamiento, predomina el alquiler de casas particulares. Además, esta comuna recibe demanda derivada de otras localidades como San Marcos Sierras y Capilla de Monte.

Por otra parte, también se analizó la demanda de enoturismo, ya que el proyecto plantea una temática específica, como es la vitivinicultura. Según un estudio¹⁵ realizado por el BID y Bodegas Argentinas, ésta se compone de personas de ambos sexos, de entre 25 y 60 años, predominando el grupo de 30 a 39 años. En su mayoría son profesionales pertenecientes a una clase media, media-alta, que viajan acompañados por su pareja, familia o amigos. Procedentes de Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, y de las provincias productoras de vino. También por turistas norteamericanos, europeos y en menor medida por turistas procedentes de países limítrofes. Las motivaciones son muy variadas, desde participar en la cata de diferentes vinos, ampliar sus conocimientos en el tema o abastecer sus cavas domesticas, hasta la simple curiosidad de vivir una experiencia nueva. En cuanto al alojamiento, estos suelen elegir hoteles en la ciudad y otras formas de hospedaje como cabañas, alojamientos rurales y hoteles boutique. También hay demanda de los alojamientos que se encuentran en las bodegas, aunque la oferta de estos es menor. Otra característica a destacar, es que los turistas son más experimentados y exigentes; esto se ve reflejado en un reportaje¹⁶ realizado por Hostnews a Gloria Naranjo, propietaria de una bodega en Maipú. La empresaria comentó acerca del perfil del turista que visita las bodegas: “En este momento el consumidor es cada vez más exigente, creo que como resultado de la difusión que ha tenido el vino como producto. La gente que viene a nuestra bodega está muy informada y hacen preguntas muy precisas”.

¹⁵ BID/FOMIN y Bodegas Argentinas AC. “Informe sobre demanda y Benchmarking del turismo del vino en Argentina” Proyecto de consolidación del enoturismo en la República Argentina. 2008.

¹⁶ <http://www.hostnews.com.ar/2009/yan/090041.htm>

Cuadro N°1. Características de la demanda por localidad.

	Charbonier	Villa Giardino - La Cumbre - Capilla del Monte	Capilla del Monte- San Marcos Sierras	Enoturismo
Edad	30 a 60 años	25 a 65 años	20 a 55 años	25 a 60 años
Nivel Socioeconómico	Medio	Medio y medio-alto	Medio	Medio y medio-alto
Con quien viajan	Personas solas y parejas	Parejas, personas solas o con amigos.	Jóvenes, parejas y personas solas	Pareja, familia o amigos
Motivación	Tranquilidad, naturaleza y descanso	Tranquilidad, descanso, practicar deportes como golf.	Tranquilidad, naturaleza y espiritualidad.	Visitar bodegas, catar vinos, aprender acerca de enología, gastronomía local, curiosidad acerca del vino, vivir experiencias nuevas, etc.
Procedencia	Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba	Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba y resto del país.	Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.	Nacional: Buenos Aires, Córdoba, Santa Fe, Entre Ríos, y las provincias productoras de vino Internacional: Estados Unidos, Europa y países limítrofes.
Alojamiento elegido	Casas	Hosterías, hoteles y cabañas.	Hosterías, Hostels y casas o departamentos	Hoteles en la ciudad, cabañas, alojamientos rurales, hoteles boutique y alojamiento en bodegas.
Fuente: BID/FOMIN y Bodegas Argentinas A.C. Secretaría de Turismo de La Cumbre Secretaría de turismo de Capilla de Monte Oficina de Turismo de Charbonier Elaboración propia.				

Segmento objetivo

Los servicios que brindará el complejo de cabañas, apunta a los siguientes segmentos de turistas.

- Turistas de placer y ocio que visiten la zona norte de Punilla, procedentes de todo el país, principalmente de las provincias de Córdoba, Buenos Aires, Santa Fe y Mendoza. Grupos familiares o de amigos, de clases media, media-alta, que prefieran alojarse en cabañas y valoren la diferenciación y calidad de servicio.
- Turistas corporativos, se refiere a pymes que realicen pequeños eventos de capacitación outdoor o viajes de incentivo. Este segmento es muy valioso al momento de romper con la estacionalidad; sin embargo frente a la crisis económica que se está atravesando a nivel mundial, resultará muy difícil llegar al mismo. De todas formas, no es aconsejable que se lo descarte.

Oferta

En el Valle de Punilla en la actualidad no hay oferta de enoturismo, ya que esta zona cuenta solamente con dos pequeños viñedos en la localidad de Ischilin, y ninguno de ellos se vincula a la actividad turística. Por otra parte, cuenta con una amplia oferta de alojamiento, la mayoría de éstos son independientes, ubicados principalmente en las localidades más turísticas del valle.

Particularmente en la comuna de Charbonier no hay ningún alojamiento en la actualidad; así mismo para analizar el mercado competidor, a los fines de este trabajo, se tomarán en cuenta los establecimientos ubicados en las localidades de Capilla del Monte, San Esteban, Los Cocos y La Cumbre por ser los que se encuentran más próximos a la misma y comparten características del paisaje similares.

La zona cuenta con alojamientos de diferentes modalidades y categorías¹⁷. En el cuadro N° 2, se indica la cantidad de alojamientos de cada modalidad por localidad:

¹⁷ Ver en anexo N° 2, listado de alojamientos por localidad.

Cuadro N° 2. Cantidad de alojamientos por localidad.

Localidad	Hotel	Apart-hotel	Hostería/ Posada	Hostal	Camping	Hostel	Bungalow	Cabañas	Casas o Dptos	Complejos y Colonias	Hospedaje
Capilla del Monte	7	-	9	2	1	3	-	4	14	10	3
San Esteban	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1
Los Cocos	2	1	3	1	1	-	1	4	4	4	-
La Cumbre	9	-	15	7	3	2	1	15	1	-	-
Fuente: Idem anexo N°2 Elaboración propia.											

Para analizar la competencia, solo se tomaron en cuenta aquellos establecimientos que se encuadran en la modalidad de cabañas, por ofrecer el mismo tipo de servicio y apuntar a una demanda similar a la del presente proyecto.

Dentro de la modalidad de cabañas, los servicios básicos que se ofrecen son: calefacción, teléfono, Tv cable, pileta de natación, cocina equipada, servicio de mucama, ropa de cama, asador, cochera cubierta, parque y quincho de uso común. Por otra parte, los servicios complementarios que se ofrecen, en su mayoría son opcionales y suelen tener un costo adicional; algunos de ellos son: desayuno, Wifi, transfer, lavandería, servicio gastronómico (almuerzos o cenas), actividades de recreación (clases de gimnasia, personal trainer, torneos de vóley, fútbol, etc.), y actividades en la zona (caminatas, paseos en bicicleta, cabalgatas, trekking, parapente, golf, travesías 4x4, visita a museos, etc.), juegos para niños, servicio de baby sitter, masajes, etc.

A continuación se presenta el cuadro N° 3 que detalla los servicios que se ofrecen en las cabañas, de las que se pudo obtener información a través de sus páginas web.

Cuadro N°3. Servicios ofrecidos por establecimiento.

Servicios ofrecidos																				
Servicios	La Cumbre										Los Cocos			Capilla del Monte						
	Los Duendes del pungo	Acceso viejo	Del Golf	El ciervo	El molle	La Frontera	La Loma	La Oma	Lomita de San Luis	Los Alejandro	Terrazas del Venado	Villa Benítez	Villa serrana	El aguairbay	Buena vista	Las Nubes	La morada de la luna	Atardeceres	Luz de luna	Ozone
Calefacción	x		x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Teléfono (DDN/DDI)			x				x			x										x
Tv cable	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cocina equipada	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Pileta de natación	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
Asador	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cochera cubierta	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x
Parque	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
Quincho		x	x	x		x	x					x				x				x
Mucama	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x
Ropa de cama	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x		x		x	x	x
Wifi	x		x				x	x										x		
Sommier		x					x													
Desayuno	x	x	x		x	x	x			x		x		x		x		x	x	x
Juegos para niños			x				x	x												x
Sala de lectura / biblioteca			x			x	x										x			x
Salón de juegos			x																	
Salón de convenciones			x																	
Snak Bar/confitería			x				x										x			
Hogar a leños			x			x	x	x		x			x	x	x	x	x			

Cobertura medica			X															X	
Lavandería *			X			X	X								X			X	
Baby sitter *		X					X												
Cabalgata *		X	X	X		X	X		X	X	X	X		X			X	X	
Parapente *		X	X			X	X		X	X							X		
Personal Trainer *		X										X							
Masajes *		X	X						X			X			X				
Clases de gimnasia *		X		X								X							
Alquiler de bicicletas*		X	X	X			X		X	X		X	X		X			X	
Travesías 4x4 *		X	X			X	X		X	X		X		X					
Golf *			X			X	X		X	X		X							
Eventos culturales *						X	X		X	X									
Actividades de recreación *						X	X		X	X	X	X		X		X	X	X	X
Visita a artesanos *							X		X										
Transfer aeropuerto Cba*			X				X											X	
Gastronomía*			X																
*: Servicios optativos con costo adicional.																			
Elaboración propia.																			

Se puede concluir con que la oferta es similar en todos los casos, destacándose algunos establecimientos por tener una oferta más completa. Ellos son:

- Cabañas del Golf (La Cumbre)

- Cabañas La Loma (La Cumbre)
- Cabañas La Frontera (La Cumbre)

En lo referido a características edilicias, ambientación, confort y paisaje, cabe aclarar que la mayoría no son de un muy alto nivel y calidad, y que ninguno de ellos presenta una temática definida.

Con respecto a los medios para comunicar y promocionar este tipo de alojamiento, predomina la utilización de Internet, ya que es uno de los medios más económicos y rápido para comunicarse con los clientes y para actualizar la información que se brinda. Es por esto que la mayoría de estos establecimientos cuenta con su propia página web, además de anunciarse en las páginas oficiales de cada localidad y en otros portales turísticos de la zona. Este medio, también es muy usado para fidelizar clientes enviando por mail promociones o saludos especiales.

Otros medios utilizados en menor medida, son la folletería que se reparte en los puntos de información turística y en algunos establecimientos gastronómicos y comerciales como ventas de recuerdos o artesanías; y por otro lado la publicidad realizada en suplementos de turismo de los diarios de mayor tirada, como en La Voz del Interior a nivel provincial y Clarín o La Nación, a nivel nacional.

Dependiendo de las actividades y servicios que ofrecen en cada establecimiento, las tarifas¹⁸ varían, en temporada alta (del 24 de diciembre al 15 de febrero; vacaciones de Invierno y fines de semana largos) entre \$ 200 y \$360; mientras que en temporada baja (resto del año) lo hacen entre \$150 y \$270.

Proveedores

El presente proyecto para su funcionamiento, necesitará de proveedores de diferentes bienes y servicios. Entre ellos se hallan proveedores del servicio de Internet, lavandería para la ropa blanca, proveedores de artículos de limpieza, proveedores de productos alimenticios para la preparación de desayunos, meriendas y picadas, y servicios básicos para el funcionamiento del emprendimiento como ser luz, gas y teléfono.

¹⁸ Tarifas de la unidad más pequeña (2 a 4 pax), por noche, actualizadas a febrero de 2009.

Debido a que la comuna de Charbonier es muy pequeña, y no cuenta con una oferta variada ni completa, se buscarán proveedores en las localidades más cercanas como Capilla del Monte y La Cumbre. De ser necesario, por falta de calidad o de precio conveniente, se buscarán proveedores en la ciudad de Córdoba.

Distribuidores

En este negocio encontramos distintos tipos de canales de distribución. Estos pueden ser de distribución directa o indirecta. Dentro del primer grupo se encuentran las páginas web propias de los establecimientos, el contacto personal a través de mail o teléfono y el contacto que se realiza en el propio establecimiento cuando el turista se acerca directamente. Este tipo de distribución se caracteriza por mantener control de la información que se brinda y garantizar la calidad de la atención. Además es muy utilizado, ya que al no tener intermediarios, el prestador no paga ningún tipo de comisión.

En el segundo grupo, se encuentran las agencias minoristas, portales de turismo y páginas web oficiales. Estos a pesar de tener cierto costo, ya sea del servicio de publicación o de las comisiones a las agencias, y tener que resignar el modo en que se ofrece la información del establecimiento, permiten llegar a segmentos más amplios.

6.2.2. Viabilidad Legal

En Argentina, si bien existe una ley nacional que regula los alojamientos turísticos, cada provincia define sus propias normativas en base a determinados criterios particulares, por lo que no existe un único sistema homogéneo de reglamentación y categorización de alojamientos.

En el caso de la provincia de Córdoba, la normativa que regula los alojamientos turísticos es la Ley de Alojamiento Turístico N° 6483¹⁹, la cual define las diferentes clases, categorías y funcionamiento de los establecimientos destinados al alojamiento turístico.

De esta forma, a fin de unificar conceptos con el objeto de clasificar las distintas modalidades, el art 2 define el concepto de *clase* como “...las modalidades, formas y/o maneras de alojamiento”; y el de *categorías* que refiere a “... los servicios que se prestan dentro de cada clase, y la calidad de los mismos”. Además, expresa los parámetros generales utilizados para clasificar y categorizar los diferentes establecimientos:

- Características de los servicios ofrecidos.
- Características constructivas del objeto.
- Características dimensionales de los sectores componentes del objeto.
- Equipamiento básico ofrecido.
- Servicios técnicos ofrecidos.
- Localización del establecimiento.
- Calidad de servicios ofrecidos.

En relación a las diferentes modalidades de alojamiento, el art 3 enumera las siguientes clases:

¹⁹ Ver Anexo N° 6

- | | |
|------------------------|-------------------------------------|
| 1. Hotel. | 7. Albergues. |
| 2. Apart-Hotel | 8. Apart-Cabañas |
| 3. Hostería y/o Posada | 9. Conjunto de casa y departamentos |
| 4. Motel | 10. Complejo Turístico. |
| 5. Hostal | 11. Complejo especializado. |
| 6. Residencial | |

El presente proyecto, se enmarca en la mencionada ley, que define la modalidad de *cabañas* de la siguiente forma: “Unidades de alojamiento independientes y aisladas entre sí, que formando conjunto con otras, con un mínimo de tres (3), brinden servicio de alojamiento, con servicios complementarios, contando como mínimo con áreas de dormitorio, baño, cocina y estar comedor debidamente equipados...”.

En cuanto a la categorización, los requisitos mínimos para que un complejo de cabañas sea encuadrado en la categoría tres estrellas, se encuentran detallados en el art 31 de la presente ley.²⁰

Otra ley que se consideró para el proyecto, fue la Ley N° 7232 Régimen de Promoción y Desarrollo Turístico²¹, establece beneficios a los nuevos emprendimientos turísticos a modo de fomento de la actividad. Esta otorga extensiones impositivas a los alojamientos de acuerdo a diferentes zonas. En el caso de nuestro proyecto, Punilla se incluye en la zona de “Promoción A”, por lo que contara con los siguientes beneficios:

- Exención en el pago del impuesto sobre los ingresos brutos del 100% por 10 años
- Exención en el pago del impuesto Inmobiliario del 100% por 12 años
- Exención en el pago del Impuesto de Sellos del 100% por 12 años

²⁰ Ver anexo N°7

²¹ Ver Anexo N°7

Para obtener estos beneficios, el emprendimiento deberá solicitar al organismo de aplicación, en este caso la Agencia Córdoba Turismo, la inscripción como “beneficiario provisorio”. Esta condición, luego se transforma en “definitiva” cuando se haya concluido con la obra y se comience a desarrollar la actividad en forma regular.

Por otra parte, el establecimiento debe inscribirse en la Agencia Córdoba Turismo, para que se lo categorice y se le otorgue un numero de registro; y en la comuna en la categoría “comercio”, ya que la misma no posee ningún tipo de registro para los establecimientos turísticos.

En cuanto a la inscripción ante la AFIP, el emprendimiento de las cabañas tributará junto con el emprendimiento bodega, ya que los propietarios se inscribirán en la categoría de Responsable inscripto, por lo que se deberá pagar un 35% de impuesto a las ganancias.

6.2.3. Viabilidad Técnica

Para determinar la viabilidad técnica del proyecto se tuvieron en cuenta dos aspectos fundamentales. Uno de ellos, fue, la localización y las condiciones generales de la zona en la cual se ubica la bodega, y el otro el proyecto arquitectónico.

6.2.3.1. Localización y condiciones generales de la zona

La ubicación del proyecto, como su nombre lo indica, es un predio en Charbonier, una pequeña comuna de 166 habitantes²²; enclavada en el extremo norte del departamento Punilla de la provincia de Córdoba, como muestra el siguiente mapa. Se encuentra sobre la ruta nacional 38, km 93, próxima a la localidad de Capilla del Monte y a solo 124 km de la ciudad de Córdoba²³.

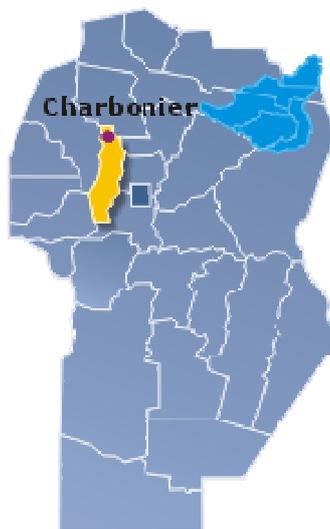


Ilustración 1: Localización de Charbonier

Fuente: <http://web2.cba.gov.ar>

²² Datos correspondientes al Censo Nacional de población, vivienda y hogares Año 2001 - INDEC

²³ Ver mapa en Anexo N° 3

La elección se corresponde con el predio con que cuentan los empresarios dueños de la futura bodega. El mismo, se encuentra delimitado al norte y sur por propiedades particulares, al oeste por la vieja ruta N° 38, que es un camino de ripio que casi no se utiliza a pesar de encontrarse en buen estado; y al este por la ruta nacional N° 38.

Presenta una muy buena accesibilidad, ya que se ubica sobre la ruta nacional N° 38. Cuando se ingresa al predio, se encuentra una pequeña casa destinada al encargado de la bodega. Luego, se recorren unos pocos metros y se llega a un paso a nivel particular, ya que el lugar es atravesado por las vías del viejo ferrocarril General Belgrano. Una calle interna central para la circulación peatonal y vehicular recorre todo el predio de este a oeste, comunicando el ingreso principal con otro secundario sobre la vieja ruta 38. Ambos lados de esta calle se encuentran forestados con olivos; además se conservan algunas especies autóctonas, como algarrobos, espinillos y quebrachos colorados.

El predio tiene una extensión de 5 ha, de las cuales 2 ha se encuentran ocupadas con viñedos y otra ½ ha forestada con frutales, como damascos, duraznos e higueras. Un arroyo de desagüe, de muy poco caudal, atraviesa el predio sobre el sector noreste. Así mismo, se identificó en el sector sur de la parte central del predio, la zona donde se construirá la bodega.

Respecto a las condiciones generales de la zona, se realizó un relevamiento²⁴, que arrojó resultados positivos en cuanto a los aspectos relacionados a la accesibilidad y vías de comunicación, a los servicios para el turista en tránsito, a las características del terreno, los servicios y equipamientos básicos, y sobre la disponibilidad de contratar personal.

Para realizar este relevamiento, se confeccionaron diversas fichas técnicas, que cuentan con una escala diseñada para poder calificarlas y ponderarlas. Esta escala permite un puntaje máximo de 25 puntos (equivalente al 100%) y uno mínimo de 5 puntos (equivalente al 20%). En función de la misma y de acuerdo a los requerimientos particulares del presente proyecto, se determinó un nivel mínimo a alcanzar de 15 puntos, (correspondiente al 60%) para que el proyecto sea viable en su faceta técnica.

²⁴ Ver fichas técnicas en Anexo N° 4

El resultado final fue de 21 puntos, correspondiente al 84% de satisfacción respecto a los aspectos relevados, lo que indica que el proyecto es técnicamente viable.

6.2.3.2. El proyecto arquitectónico

El proyecto arquitectónico plantea la construcción de 6 cabañas ubicadas junto al arroyo y frente a los viñedos. Cada unidad, contará con dos plantas, cochera, galería, asador y balcón. En la planta baja se ubicará el estar comedor, la cocina y un pequeño baño. Además, ésta, presenta una zona de balcones y galería, con pisos tipo deck, hacia la parte más baja del terreno donde cruza el arroyo. En planta alta se ubicarán dos habitaciones y el baño principal. Contará con una visión de 360°, debido a los ventanales que permitirán disfrutar el paisaje del viñedo serrano. Los materiales y características predominantes serán madera, piedra, revoques rústicos y superficies vidriadas.

Además, se construirá un salón de usos múltiples (SUM), que contará con asador y cocina, que estará totalmente equipada, para el uso de los turistas y la realización de pequeños eventos. Este edificio, tendrá un área destinada a recepción y administración del emprendimiento; y un pequeño depósito para los insumos. Cada una de estas áreas contará con un baño. En este caso se usarán los mismos materiales que en las cabañas, para mantener el mismo estilo.

El parque tendrá una amplia pileta, solárium, área de juego para chicos y área de deportes, todo esto rodeado de frutales, olivares y viñedos.

En el anexo N° 5, se incluyen el esquema organizativo del predio y, los planos de las cabañas junto con diversas vistas de las mismas se encuentran el anexo N° 6.

En cuanto a la ambientación, tanto las cabañas, como las zonas comunes (SUM, recepción, etc.) contarán con una decoración simple, que creará una sensación cálida de hogar en cada ambiente. Se emplearán detalles en madera, algunos espejos y cuadros con fotografías de los viñedos y del paisaje del lugar, tapizados y mantas rústicas de colores tierra. Además se utilizarán elementos propios de la cultura vitivinícola, como ser barricas, una antigua prensa, viejos sacacorchos de bronce entre otros, a modo de detalles y elementos decorativos que refuercen la temática vitivinícola que se pretende

crear. Cabe aclarar que, los propietarios de la bodega, ya cuentan con algunos de estos elementos en la actualidad, por lo que no se incluirán en los costos de equipamiento. En el anexo N° 9, se incluyen algunas fotos de los mismos a modo ilustrativo.

Siguiendo estos lineamientos para la ambientación, cada cabaña será identificada con el nombre de una cepa, a diferencia de la mayoría de las cabañas de la zona que lo hacen con número o colores. De esta forma, tendremos la cabaña Malbec, la cabaña Merlot, la cabaña Chardonnay, y continuará de la misma forma con todas las cabañas.

Por otra parte, las zonas de galerías y balcones de las cabañas, así como el área de pileta y solárium, estarán equipadas con sillones y cómodos juegos de jardín, además de reposeras y algunas sombrillas y parasoles.

6.2.3.3. Servicios a ofrecer

El alojamiento que se pretende crear, ofrecerá los servicios que se indican en la ley de alojamientos turísticos N° 6483 para la categoría elegida; los cuales son: servicio de limpieza y recolección de residuos, servicio de mucama, lavandería, ropa blanca, calefacción y acondicionamiento de aire, galería con asador, cochera, tendedero, botiquín de primeros auxilios, teléfono, Internet, cajas de seguridad, cocina equipada (heladera, horno, alacena, microondas, vajilla, cubiertos, cristalería y batería de cocina que incluya cacerolas, sartén, pava, hervidor, colador de pasta y de té, y jarro de mano), pileta de natación, área de juego para niños, área de recreación, vigilancia y personal bilingüe.

Además, para brindar una mejor oferta de servicios, se complementará con otros servicios y comodidades, además de un plus de calidad y atención personalizada. El emprendimiento brindará el servicio de desayuno incluido en la tarifa diaria, y además, de modo opcional, se ofrecerán meriendas y picadas. Ambos servicios podrán ser consumidos en las cabañas, en el SUM o en el parque junto a los viñedos de acuerdo a la preferencia de los huéspedes.

Por otro lado, todas las cabañas tendrán hogar a leña; contarán con sommier y se brindarán amenities caracterizados con el nombre del establecimiento. También se colocará en cada unidad, una botella de vino (de 375 cc) de la bodega y copas grabadas

con el logo del establecimiento, a modo de presente de bienvenida. Además, se ofrecerán servicios como seguro médico, transfer, juegos de mesa y películas, y servicio de baby sitter.

El establecimiento también ofrecerá asesoramiento turístico a los huéspedes y actividades como cabalgatas, paseos en bicicleta, travesías 4 x4, parapente, trekking, caminatas, golf, y visitas a museos entre otras. Todos estos, se realizan por medio de contratación con agencias y prestadores de la zona.

Otros servicios especiales, serán visitas guiadas a la bodega a cargo del personal de la misma, cata de vinos en la cava de la bodega, paseos por los viñedos, venta de vinos y productos regionales, pequeños eventos y programas exclusivos para los huéspedes, que consistirán en: la elaboración de su propio vino, y clases de cocina y maridaje²⁵ al aire libre.

6.2.3.4. Inversión

Inversión Total	
Cabañas	\$ 69.270
SUM-Administración	\$ 18.520
Obra Civil	\$ 550.000
TOTAL	\$ 637.790

Inversión obra civil			
Rubro	Cantidad	Inversión Unitaria Actual	Inversión Total Estimada
Proyecto arquitectónico	1	\$ 550.000	\$ 550.000
Total			\$ 550.000

²⁵ Maridaje: término acuñado para definir la función de escoger el vino más adecuado para acompañar un plato o una comida.

Inversión mobiliario cabañas			
Rubro	Cantidad	Inversión	Inversión
		Unitaria	Total
		Actual	Estimada
Cómoda	6	\$ 400	\$ 2.400
Somier + colchón dos plazas	6	\$ 900	\$ 5.400
Diván + colchón 1 plaza	12	\$ 600	\$ 7.200
Sillón chico	12	\$ 200	\$ 2.400
Mesa baja	6	\$ 180	\$ 1.080
Almohadones	48	\$ 20	\$ 960
Mantas	12	\$ 45	\$ 540
Cortinas	24	\$ 55	\$ 1.320
Alfombras	6	\$ 120	\$ 720
Toallas grandes	30	\$ 28	\$ 840
Toallas chicas	30	\$ 18	\$ 540
Sábanas dos plazas	10	\$ 47	\$ 470
Sábanas una Plaza	20	\$ 35	\$ 700
Almohadas	30	\$ 20	\$ 600
Frazadas dos plazas	12	\$ 65	\$ 780
Frazadas una plaza	30	\$ 52	\$ 1.560
Mesa de comedor + 6 sillas	6	\$ 750	\$ 4.500
Frigobar	6	\$ 700	\$ 4.200
Cocina eléctrica anafe	6	\$ 150	\$ 900
Microondas	6	\$ 400	\$ 2.400
Alacena	6	\$ 150	\$ 900
Batería de cocina	6	\$ 180	\$ 1.080
Televisores	6	\$ 1.500	\$ 9.000
Acondicionadores de Aire - Frio/Calor	6	\$ 3.000	\$ 18.000
Folletería (trípticos 15cm x 20. 2500 u.)	1	\$ 360	\$ 360
Vajilla x6	6	\$ 130	\$ 780
Total			\$ 69.270

Inversión mobiliario SUM y aéreas comunes			
Rubro	Cantidad	Inversión	Inversión
		Unitaria	Total
		Actual	Estimada
Biblioteca	1	\$ 200	\$ 200
Sillón grande	2	\$ 400	\$ 800
Sillón chico	4	\$ 200	\$ 800
Escritorio	1	\$ 190	\$ 190
Computadora	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Página web	1	\$ 300	\$ 300
Mesa grande	2	\$ 300	\$ 600
Sillas	20	\$ 75	\$ 1.500
Tv LCD 32' y reproductor de DVD	1	\$ 3.700	\$ 3.700
Equipo de audio	1	\$ 850	\$ 850
Cocina eléctrica	1	\$ 600	\$ 600
Heladera	1	\$ 1.500	\$ 1.500
Alacena	2	\$ 150	\$ 300
Batería de cocina	1	\$ 180	\$ 180
Vajilla x6	4	\$ 130	\$ 520
Reposera	12	\$ 120	\$ 1.440
Juego de jardín	6	\$ 310	\$ 1.860
Sombrillas y parasoles	12	\$ 140	\$ 1.680
Total			\$ 18.520

6.2.3.5. Tareas y personal operativo

Para el correcto funcionamiento del complejo de cabañas se deberá contar con la siguiente planilla de personal.

- **Encargado de recepción:** Este puesto concentrará las tareas de recepción y conserjería, debido al tamaño del establecimiento y al flujo de turistas con el que trabajará. Este trabajo lo realizará uno de los propietarios del establecimiento, quien estará encargada de recibir y registrar a los turistas (check in y check out), manejar las reservas, contestar consultas, atender a los clientes durante su estancia en el complejo, realizar el cobro correspondiente a los turistas, brindar asesoramiento turístico y de la zona, etc. Además se encargará de las gestiones comerciales y administrativas del complejo.
- **Mucama- cocinera:** Este puesto consiste en la limpieza y mantenimiento tanto de las cabañas como de las aéreas comunes cerradas (SUM y recepción). Esto incluye la revisión de las cabañas antes de la entrada y salida de los turistas, el cambio de ropa blanca y el control de inventario en cuanto al mobiliario y enseres. Además, esta persona estará encargada de preparar los desayunos y las eventuales meriendas o picadas. Para realizar estas tareas se contratara a una persona fija durante todo el año, y en temporada alta de ser necesario, se contratará a una segunda persona de modo temporal.
- **Encargado de mantenimiento:** Esta persona estará encargada del cuidado y mantenimiento del jardín, de la limpieza de la pileta y de realizar pequeñas reparaciones eventuales en las cabañas. En este caso, el cuidador de predio, quien será empleado de la bodega, realizará estas tareas.
- **Encargado de actividades especiales:** este puesto estará desempeñado por un empleado de la bodega, ya que consiste en actividades relacionadas con la misma como visitas, degustación de vinos, elaboración de vinos propios, etc.

6.2.4. Viabilidad económica

6.2.4.1 Ingresos proyectados

Temp ALTA y FERIADOS	350
Temp BAJA	250

Modelo Tarifario Diario 2009	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	350	350	250	250	350	250	350	250	250	250	250	250
2	350	350	250	250	350	250	350	250	250	250	250	250
3	350	350	250	250	350	250	350	250	250	250	250	250
4	350	350	250	250	250	250	350	250	250	250	250	250
5	350	350	250	250	250	250	350	250	250	250	250	250
6	350	350	250	250	250	250	350	250	250	250	250	250
7	350	350	250	250	250	250	350	250	250	250	250	250
8	350	350	250	250	250	250	350	250	250	250	250	250
9	350	350	250	350	250	250	350	250	250	250	250	250
10	350	350	250	350	250	250	350	250	250	350	250	250
11	350	350	250	350	250	250	350	250	250	350	250	250
12	350	350	250	350	250	250	350	250	250	350	250	250
13	350	350	250	250	250	350	350	250	250	250	250	250
14	350	350	250	250	250	350	350	250	250	250	250	250
15	350	350	250	250	250	350	350	350	250	250	250	350

16	350	250	250	250	250	250	350	350	250	250	250	350
17	350	250	250	250	250	250	350	350	250	250	250	350
18	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
19	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
20	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
21	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
22	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
23	350	250	250	250	350	250	350	250	250	250	250	350
24	350	250	250	250	350	250	350	250	250	250	250	350
25	350	250	250	250	350	250	350	250	250	250	250	350
26	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
27	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
28	350	250	250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
29	350		250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
30	350		250	250	250	250	350	250	250	250	250	350
31	350		250		250		350	250		250		350
Ingreso Potencial Mensual por Unidad	10.850	8.500	7.750	7.900	8.350	7.800	10.850	8.050	7.500	8.050	7.500	9.450

A continuación se describen los ingresos estimados que producirá el proyecto:

Ingresos Estimados	ENERO	FEBRE RO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST O	SEPTIEM BRE	OCTUB RE	NOVIEM BRE	DICIEM BRE	ANUAL
	Ingreso Potencial Mensual por Unidad	10.850	8.500	7.750	7.900	8.350	7.800	10.850	8.050	7.500	8.050	7.500	9.450
Cantidad de Unidades Operativas	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
Factor de Ocupación Estacional *	77,5%	77,5%	35%	56%	68%	33%	42%	32%	25%	56%	25%	59%	
Factor de Ajuste proyecto Nuevo	55,00%	56,25%	57,50%	58,75%	60,00%	61,25%	62,50%	63,75%	65,00%	66,25%	67,50%	68,75%	
Ingresos 1° año **	27.749	22.233	9.358	15.664	20.291	9.459	17.089	9.853	7.184	17.919	7.460	22.804	187.063
Factor de Ajuste proyecto Nuevo	70,00%	71,25%	72,50%	73,75%	75,00%	76,25%	77,50%	78,75%	80,00%	81,25%	82,50%	83,75%	
Ingresos 2° año **	35.317	28.162	11.799	19.664	25.363	11.776	21.190	12.172	8.842	21.977	9.118	27.779	233.158
Factor de Ajuste proyecto Nuevo	85,00%	86,25%	87,50%	88,75%	90,00%	91,25%	92,50%	93,75%	95,00%	96,25%	97,50%	98,75%	
Ingresos 3° año **	42.885	34.090	14.241	23.663	30.436	14.093	25.291	14.490	10.499	26.034	10.776	32.755	279.252
INGRESOS ESTIMADOS 4° año en adelante	50.453	39.525	16.275	26.663	33.818	15.444	27.342	15.456	11.052	27.048	11.052	33.170	307.296

NOTAS:

* : se tomo como referencia el nivel de ocupación de La Cumbre del año 2008

** : este factor ajusta nuestro nivel de actividad del 1°, 2° y 3° año, ya que nos encontraremos dando a conocer el Complejo, y esperamos resultados inferiores a la media del Valle.

6.2.4.2 Egresos proyectados

Costos	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ANUAL
Gastos													
Fijos													
Sueldo mucama- cocinera	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	24.000
Insumos limpieza	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	280	3.360
Abono Internet	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	1.440
Hosting página web	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Abono Direc Tv	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Teléfono	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Total Fijos	2.850	34.200											
Variables (s/nivel ocupación ajust.)													
100% Lavandería	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	
100% Insumos desayuno	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	3.720	
100% Epec	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	
100% Total Variables	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	4.870	
Variables 1° Año	2.076	2.123	980	1.609	1.972	984	1.278	993	777	1.807	807	1.959	17.367
Variables 2° Año	2.642	2.689	1.236	2.020	2.465	1.225	1.585	1.227	957	2.216	987	2.386	21.636
Variables 3° Año	3.208	3.255	1.491	2.431	2.959	1.466	1.892	1.461	1.136	2.625	1.166	2.813	25.905
Variables 4° Año en adelante	3.774	3.774	1.705	2.739	3.287	1.607	2.045	1.558	1.196	2.727	1.196	2.849	28.459
Impuestos													
Ingresos Brutos (DGR) (exento s/ Ley 7,332)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Comercio Industria (símil DGR)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total 1° Año													51.567
Total 2° Año													55.836
Total 3° Año													60.105
Total 4° Año en adelante													62.659

NOTAS:

- 1- El monto de los servicios básicos es un aproximado.
- 2- El monto de insumos de desayuno es proporcional al factor de ocupación estacional del proyecto a partir del 2^a año.

6.2.4.3 Flujo de Fondos

Concepto	Año															
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ingresos netos (sin IVA)		154.598	192.692	230.787	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964	253.964
Egresos		-51.567	-55.836	-60.105	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659	-62.659
Amortización de Inmuebles (50años)		-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000	-11.000
Amortización Bs de Uso (10 años)		-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779	-8.779
Margen Bruto (antes imp)		103.031	136.856	170.682	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305	191.305
Imp Ganancias		-29.138	-40.977	-52.816	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034	-60.034
IVA Debito (inversión)		32.466	40.465	37.760												
INVERSION Neta	527.099															
IVA Crédito (inversión)	110.691															
FLUJO NETO	637.790	106.358	136.345	155.626	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271	131.271

Valores actualizados por tasa VAN	637.790	93.595	105.585	106.055	78.722	69.276	60.963	53.647	47.210	41.544	36.559	32.172	28.311	24.914	21.924	19.293
Flujo actualizado	637.790	-544.195	-438.610	-332.555	-253.833	-184.557	-123.594	-69.947	-22.737	18.807	55.366	87.538	115.849	140.763	162.688	181.981
VAN	255.414	12% anual														
TIR	18,98%															
PERIODO RECUPERO	9															

NOTAS:

- 1- Los ingresos crecen orgánicamente y se ven afectados por las fluctuaciones estacionales del rubro.
- 2- La inversión inicial es: 637.790
- 3- La tasa de descuento para los flujos futuros es del 12% anual.
- 4- Por el tipo de servicio prestado, no poseemos capital de trabajo, sino que nos manejamos con insumos de consumo inmediato.
- 5- El proyecto se plantea a quince (15) años debido a las particularidades de la actividad.

Para calcular los ingresos que producirá el proyecto, se utilizó el nivel de ocupación hotelera que se registró en la localidad de La Cumbre durante el año 2008. Además se aplicó un factor de ajuste en los tres primeros años de actividad, debido a que al ser un nuevo establecimiento, el nivel de ocupación de las cabañas será menor a la media de la zona, ya que se estará dando a conocer.

Por otra parte, cabe mencionar que el proyecto no cuenta con ningún bien, que tras finalizado el mismo al cabo de quince años, pueda venderse. Es por esto que no se contempló ningún valor residual del proyecto.

Finalmente, luego de haber realizado los cálculos adecuados para el proyecto, se concluye en que se deberá invertir un total de \$ 637.790 que se recuperaran en el 9º año de actividad. La tasa VAN refleja la rentabilidad del proyecto en valores actuales, mientras que la tasa TIR refleja que la inversión es rentable.

6.3. Propuesta de comercialización

Teniendo en cuenta el segmento objetivo seleccionado, el análisis de demanda realizado anteriormente cuando se determinó la viabilidad comercial del proyecto, y el análisis de la competencia efectuado, se esbozan a continuación los lineamientos de comercialización para el complejo de cabañas.

El siguiente modelo de comercialización forma parte de la propuesta para vender los servicios del complejo a nuevos clientes. Debido a que el emprendimiento es nuevo y por lo tanto no es conocido, se concentrarán los esfuerzos en ingresar al mercado y posicionarse como una opción diferente y de calidad dentro de la oferta de alojamientos de la zona.

El objetivo de la propuesta será lograr un lugar dentro del mercado de cabañas en el norte de Punilla y alcanzar el nivel de ocupación medio del valle para el 4º año de actividad. Para lograrlo, se dará a conocer el establecimiento a través de varios medios y se realizarán diferentes acciones de promoción, para atraer clientes tanto en temporada alta como durante el resto del año.

6.3.1. Creación de imagen

Para lograr ingresar al mercado y posicionarse el emprendimiento debe contar con una imagen que transmita las características del mismo y que además lo identifique. Para ello se creó un nombre de fantasía y un logo para el complejo de cabañas.

El nombre se definió mediante una pequeña encuesta²⁶ realizada vía mail a un grupo de 25 personas, en la que se sugerían tres nombres diferentes. El seleccionado, es "Cabañas del viñedo"; y en cuanto al logo, se diseñó el siguiente modelo.

²⁶ Ver modelo en Anexo Nº 9



6.3.2. El servicio

Tras finalizar la construcción y puesta en marcha, el complejo de cabañas brindaran los siguientes servicios:

- Alojamiento en unidades con capacidad de hasta 5 personas con servicio de desayuno.
- Servicio de meriendas y picadas tanto para los huéspedes, como para turistas de paso.
- Organización de pequeños eventos sociales, como cumpleaños o reuniones familiares; y eventos empresariales, como capacitación outdoor de pymes o viajes de incentivo.

6.3.3. Programa de promociones

Teniendo en cuenta las características de la demanda, y los servicios básicos y complementarios que ofrecerá el establecimiento, se armarán paquetes de ofertas rentables para atraer turistas a lo largo de todo el año. Para esto se proponen los siguientes programas:

1. **Fin de semana romántico:** Esta oferta está dirigida a parejas, de clase media y media-alta, que motivados por el festejo de un aniversario, de un cumpleaños, de algún día especial, como el festejo de San Valentín, decidan realizar un viaje. Este paquete consistirá en dos noches de alojamiento con desayuno incluido, una merienda o picada para dos personas, un paseo en bicicleta o cabalgata (a elección del turista), visita la bodega y dos entradas para El Pungo Café Concert (La Cumbre), un lugar muy tradicional en la noche serrana.
En este caso, a los servicios que brinda el complejo se le agregarán otros que serán tercerizados, como el paseo en bicicleta o cabalgata, que será prestado por receptivos de la zona, comisionados en un 20%.

Cuadro N° 4: Costos y precio de venta del paquete “Fin de semana romántico”

Concepto	Cantidad	Precio de vta. Temp. baja	Precio de vta. Temp alta	Costo
Noche de alojamiento	2	500	700	104
Merienda / Picada	2	50	50	16
Paseo bici o caballo	2	100	100	80
Entradas El Pungo	2	40	40	40
Visita a la bodega	2	0	0	0
Total		690	890	240
		Temp. baja	Temp. alta	
Costo del paquete		230	230	
Precio de venta		690	890	
Precio promocional		490	690	
Descuento		200	200	

Los montos mencionados, están redondeados debido a las variaciones de precios y características particulares de las actividades tercerizadas que se ofrecen en el paquete.

2. **Escapada de golf y vinos:** Aprovechando la corta distancia que separa Charbonier de la localidad de La Cumbre, donde se encuentra uno de los campos de golf más tradicionales del valle de Punilla, se conformará la siguiente oferta. Dirigida a grupos de amigos, de clase media y media-alta, motivados por la práctica del golf y la cultura del vino.

Este paquete consistirá en dos noches de alojamiento con desayuno incluido para cuatro personas, dos meriendas o picada para cuatro personas (una por día), el green fee para cuatro personas en La Cumbre Golf Club, visita la bodega con cata de vinos y una cena serrana para cuatro personas.

En este caso, los servicios serán brindados en su totalidad por el complejo de cabañas. En el caso de la cena, esta se servirá en el SUM y consistirá en chivito a la leña, con verduras asadas.

Cuadro N° 5: Costos y precio de venta del paquete “Escapada de golf y vinos”

Concepto	Cantidad	Precio de vta. Temp. baja	Precio de vta. Temp alta	Costo
Noche de alojamiento	2	500	700	104
Merienda / Picada	8	200	200	64
Cena serrana	4	300	300	80
Cata de vinos	4	120	120	120
Green Fee LCGC	4	280	280	280
Visita a la bodega	4	0	0	0
Total		1400	1600	648
		Temp. baja	Temp. alta	
Costo del paquete		648	648	
Precio de venta		1400	1600	
Precio promocional		1200	1400	
Descuento		200	200	

En este caso, los montos de los componentes gastronómicos del paquete son estimados debido a las características particulares de cada uno de ellos.

3. **Elabore su propio vino:** Esta paquete se realizará en conjunto con la unidad de negocios bodega, ya que consiste en que el turista participe tanto en la vendimia como en la elaboración del vino de la bodega.

Por medio de un contrato, el turista y la bodega acordarán lo siguiente: la participación del turista en la elaboración del vino; la cantidad de botellas que comprará el turista, pudiendo elegir el diseño y nombre que llevarán las etiquetas; y las condiciones de entrega y pago del mismo. Además, se incluirán dos noches de alojamiento con desayuno, una merienda o picada y una cena serrana, todo para dos personas.

Cuadro N° 6: Costos y precio de venta del paquete “Elabore su propio vino”

Concepto	Cantidad	Precio de vta.	Costo
Noche de alojamiento	2	700	104
Merienda / Picada	2	50	16
Cena serrana	2	150	40
Actividad especial *	1	750	500
Total		1650	660
Costo del paquete	660		
Precio de venta	1650		
Precio promocional	1400		
Descuento	250		

*: La actividad especial consistirá en la participación en la vendimia, la elaboración del vino y el envío al domicilio del turista del vino producido. Los datos corresponden a 50 litros de vino, lo que se establecerá como mínimo para contratar esta actividad.

Este paquete solo se ofrecerá para la época de vendimia. Además, cabe aclarar que los costos de la elaboración del vino son estimados de acuerdo al tipo de vino que se pretende que realice la bodega una vez que comience a producir.

6.3.4. Estrategia de comunicación

Es necesario diseñar una adecuada estrategia de comunicación para penetrar en el mercado rápidamente. Por esto, además de la creación de una imagen para el establecimiento, se recurrirá a diferentes canales de comercialización para lograr el posicionamiento del complejo y el consecuente resultado en las ventas.

- ***Página web del establecimiento:*** A través de este medio se ofrecerá información de establecimiento, como la descripción de complejo y de las cabañas, las tarifas por temporada y medios de pago, los diferentes servicios ofrecidos, la ubicación del complejo y como llegar a él, y galería de fotografías. Permitirá realizar consultas a través de un formulario, además de ofrecer los datos de contacto (teléfono, dirección y correo electrónico).
- ***Portales turísticos:*** se participara en portales turísticos que promocionen la zona, ya que esto permitirá llegar a un segmento de mercado más amplio. Algunos de estos portales tiene un costo mensual, mientras que otros solo requieren una inscripción gratuita. Algunos portales en donde el complejo de cabañas podría participar son: www.turismocordoba.com.ar; www.vallepunilla.com.ar; www.sierrasdecordoba.com; www.ruta0.com.ar; www.turismoenladoceta.com.ar y www.recorrercordoba.com.ar .

- **Folletería:** se realizará un folleto del complejo que muestre fotografías y que brinde información básica del mismo, como servicios a ofrecer, breve descripción del lugar, ubicación e información de contacto. Este se entregara en las agencias de viajes tanto mayoristas como minoristas como una herramienta para promocionar el establecimiento. Además se entregará en la oficina de turismo de la comuna, y en distintos comercios de la zona, como restaurantes, casas de té, y ventas de regionales y artesanías, ya que estos son los lugares que frecuentan los turistas.
- **Suplementos de turismo:** Se realizará publicidad en los suplementos de turismo de los principales diarios, tanto de la provincia como a nivel nacional, en la edición impresa y en la versión electrónica en internet. De este modo, se dará a conocer el complejo a un amplio sector de la sociedad.
- **Fampress:** se invitara a periodistas de publicaciones de turismo a visitar las cabañas para que realicen una nota o breve mención del establecimiento en sus publicaciones. Esto también permitirá dar a conocer el emprendimiento a sectores más amplios.
- **Famtour:** en este caso, se invitará a miembros de las agencias de viaje que comercializan el establecimiento, para que lo conozcan y así motivarlos a que aumenten las ventas del complejo.
- **Cartelería:** Se implementará señalética sobre la ruta con información del establecimiento. Este medio es muy utilizado por los emprendimientos turísticos en general, ya que gran parte de los turistas arriban al valle en sus vehículos particulares, sin haber realizado reservas con anterioridad, por lo que la cartelería en la ruta resulta el primer contacto con la información del establecimiento.
- **Mailing:** es un medio muy económico para hacer llegar las promociones y ofertas a una gran cantidad de potenciales clientes. Se utilizara principalmente para

informar a las pequeñas y medianas empresas sobre la opción de realizar en el complejo de cabañas capacitaciones para su personal, al igual la opción de los viajes de incentivo. También se aplicará esta herramienta para atraer a los turistas de ocio.

6.3.5. Distribución

El servicio se venderá principalmente por dos vías. En primer lugar, a través de agencias de viajes minoristas, lo que permitirá alcanzar segmentos de mercado de provincias como Buenos Aires, Santa Fe y Mendoza, además de potenciales turistas del resto del país.

En segundo lugar, se recurrirá a la venta directa, lo que incluye a los turistas que se informan por la página web del complejo, por publicidad en medios gráficos, por boca a boca de conocidos, o en la oficina de turismo de la comuna; y se acercan por cuenta propia.

6.3.6. Posicionamiento en el mercado

El proyecto plantea una opción diferente en el Valle de Punilla, que es la puesta en marcha de cabañas dentro de una contextualización particular: *la cultura del vino*. Este atributo único en la zona, debe aprovecharse para lograr una diferenciación dentro de la oferta de alojamientos. Tomando esto como base, el objetivo del complejo de cabañas será conformar en la mente de los clientes la imagen de un establecimiento diferente, de calidad y a un precio acorde al servicio.

6.3.7. Tarifas

De acuerdo a los costos²⁷ del establecimiento y al análisis del mercado realizado, los precios se definieron de la siguiente forma:

- Temporada alta: \$ 350 la unidad por noche
- Temporada baja: \$250 la unidad por noche

Estas tarifas permiten cubrir los costos y dejan un margen de ganancia muy bueno al establecimiento. Además, se encuentran acordes a los precios de mercado, ya que establecimientos similares tiene tarifas dentro del mismo rango.

²⁷ Ver costos diarios estimados en Anexo Nº 11

7. Conclusiones

El presente trabajo se realizó para evaluar la posibilidad de invertir en un complejo de cabañas en las sierras de Córdoba.

Luego de recabar toda la información necesaria, se determinó la factibilidad comercial del proyecto, ya que las características y condiciones del mercado permiten el ingreso de estas cabañas. Además, las particularidades y servicios que se ofrecerían, se ajustan a las necesidades de la demanda de la zona, la que a su vez comparte varios aspectos con la demanda de enoturismo. Como consecuencia de esto, y sumado a que la competencia no presenta ninguna oferta que se diferencie, las cabañas propuestas, podrían posicionarse exitosamente en el segmento al que apuntan.

El proyecto considera la reglamentación vigente para esta modalidad de alojamiento y buscará brindar un servicio de calidad, además de ofrecerles a los huéspedes instalaciones nuevas, cómodas y totalmente equipadas.

Por su parte, el estudio económico, determinó la rentabilidad de la inversión.

La propuesta de comercialización planteada, pretende posicionar el complejo de cabañas, para así garantizar un elevado nivel de ventas, y de esta forma la permanencia en el mercado.

En un mercado donde cada vez los turistas están más informados y son capaces de distinguir un servicio de calidad en relación con el precio, la innovación y diferenciación son la clave del éxito para ser elegidos por los turistas.

El proyecto las “Cabañas del Viñedo”, propone una inversión alcanzable, y se conformaría como complemento de la bodega que se construirá en el futuro en Charbonier; diversificando, de esta forma, la oferta de la zona de una forma totalmente innovadora.

8. ANEXOS

8.1. Anexo N°1: Resumen de la entrevista realizada a al Sr Jesús Vulliez, propietario de la bodega Vulliez Sermet, en Colon, provincia de Entre Ríos.

En el mes de noviembre del año 2008, se realizó una visita a una bodega en la ciudad de Colón (Entre Ríos), donde se pudo entrevistar a su propietario. Esta bodega resultó de particular interés, ya que cuenta con cabañas turísticas. Los temas que se conversaron fueron los siguientes:

- Historia del establecimiento
- La producción de vino
- La demanda de turistas con que trabajan las cabañas
- Los servicios que ofrecen
- Las cabañas, comodidades y ambientación
- Los eventos que realizan en el complejo

Los aspectos más destacados y que atañen al proyecto, fueron la demanda que fue descripta como turistas que llegan al lugar buscando descanso, un lugar donde poder desconectarse y disfrutar del verde y la tranquilidad del predio, personas que no siempre llegan por el tema de los vinos, otros que si lo hacen. Las edades son variadas, desde parejas de 25 o 30 años a familias tipo con 2 o 3 niños de 2 a 15 años y los padres de entre 30 y 50 años. El nivel socio económico suele ser de clase media a media alta. En su mayoría de Buenos Aires Capital o gran Buenos Aires, también de Rosario, Santa Fe o Paraná. En vacaciones de verano o en invierno la estadía es de entre 5 y 10 días. Las tareas que realizan la mayoría de los turistas son los circuitos que se ofrecen en la región como visita al Parque Nacional el Palmar, Palacio San José de Urquiza, visita a Liebig, Playas, Termas y muchos se quedan la mayor parte de su tiempo disfrutando de la pileta del predio.

Otro tema importante, fueron los servicios que brindan. Estos son:

- Sommier
- Aire acondicionado
- Loza radiante
- Microondas
- Frigobar
- Anafe
- Vajilla completa
- Televisión satelital
- Pileta
- Desayuno
- Servicio de mucama
- Servicio de restaurant (pedido con antelación)
- Biblioteca
- Juegos de mesa
- Juegos para niños

Respecto a los eventos que realizan, el Sr. Vulliez indicó que organizan más que nada eventos de tipo social, como cumpleaños, fiestas de aniversario y fiestas de casamiento. Precisamente, el día que visitamos la bodega, estaban realizando los preparativos para un casamiento al medio día. El propietario afirmó que este tipo de eventos, les resultan muy útiles en temporada baja, cuando el nivel de ocupación disminuye notablemente.

La entrevista finalizó con la visita a una de las cabañas donde se observó una modesta ambientación que recordaba la temática vitivinícola. Esta misma se encontraba presente en el salón comedor y recepción del lugar.

A continuación se adjuntan unas fotografías de la visita a la bodega y cabañas.



Anexo Nº 2: Listado de alojamientos por localidad

Capilla del Monte		
Nombre del establecimiento	Modalidad	Categoría
Los tres Gómez	Hostel	
La toma	Hostel	
Paseo La loma	Hostel	
La morada de la Luna	Cabañas	3*
Los atardeceres	Cabañas	3*
luz de luna	Cabañas	1*
Ono Zone	Cabañas	1*
Calabalumba	Camping	
Appenino	Colonia	
14 de septiembre	Colonia	
20 de junio	Colonia	
colonia Cleto Morales	Colonia	
Pinar del Rio	Colonia	
Sind. De obreros de est. de ss. y garages pcia . Santa Fe	Colonia	
Sindicato de repartidores de diario y revistas de Rosario	Colonia	
El 44	Complejo	3*
La guardia	Complejo	3*
Uritorco	Complejo	1*
Aguas y Esferas	Conjunto de casa y/o dptos	
Budapest	Conjunto de casa y/o dptos	
Cristal de luz	Conjunto de casa y/o dptos	
Del quijote	Conjunto de casa y/o dptos	
El Aguaribay	Conjunto de casa y/o dptos	
el sendero del sol	Conjunto de casa y/o dptos	
Las Moras	Conjunto de casa y/o dptos	
Nueva era	Conjunto de casa y/o dptos	
Sierras del Mediterráneo	Conjunto de casa y/o dptos	
Trabun Curev	Conjunto de casa y/o dptos	
Sierra Morada	Conjunto de casa y/o dptos	
Ventanas al cerro	Conjunto de casa y/o dptos	

Vía Veneto	Conjunto de casa y/o dptos	
Villa Ani	Conjunto de casa y/o dptos	
Galicia	Hospedaje	
Nuñez	Hospedaje	
villa Teresita	Hospedaje	
Montesacino	Hostal	3*
Posada del árbol	Hostal	3*
El remanso	Hostería /Posada	1*
El zapato	Hostería /Posada	1*
Kuntur	Hostería /Posada	3*
La Casona	Hostería /Posada	1*
Las gemelas	Hostería /Posada	2*
Las Valkirias	Hostería /Posada	3*
Los naranjos	Hostería /Posada	1*
María Antonieta	Hostería /Posada	1*
Tercer Milenio	Hostería /Posada	2*
Alma	Hotel	1*
Cerro Uritorco	Hotel	2*
De la Capilla del Monte	Hotel	2*
Petit Sierras	Hotel	2*
Plaza	Hotel	1*
Principado	Hotel	2*
Roma	Hotel	2*
Altos del Uritorco	sin categoría	
Angelus	sin categoría	
De Norma	sin categoría	
El Angel del talar	sin categoría	
El caserón	sin categoría	
El Chaman	sin categoría	
El Duende Azul	sin categoría	
Estilo de vida	sin categoría	
La Atalaya	sin categoría	
La Mimosa	sin categoría	
Parador de la ruta	sin categoría	
Portal del Uritorco	sin categoría	
Posada de los Algarrobos	sin categoría	
Walimara	sin categoría	
Adrianita	residencial	
De las nubes	residencial	
La gran Aldea	residencial	
Las Palmas	residencial	
Tabak	residencial	
Fuente: http://www.capilladelmonte.gov.ar/ Elaboración propia		

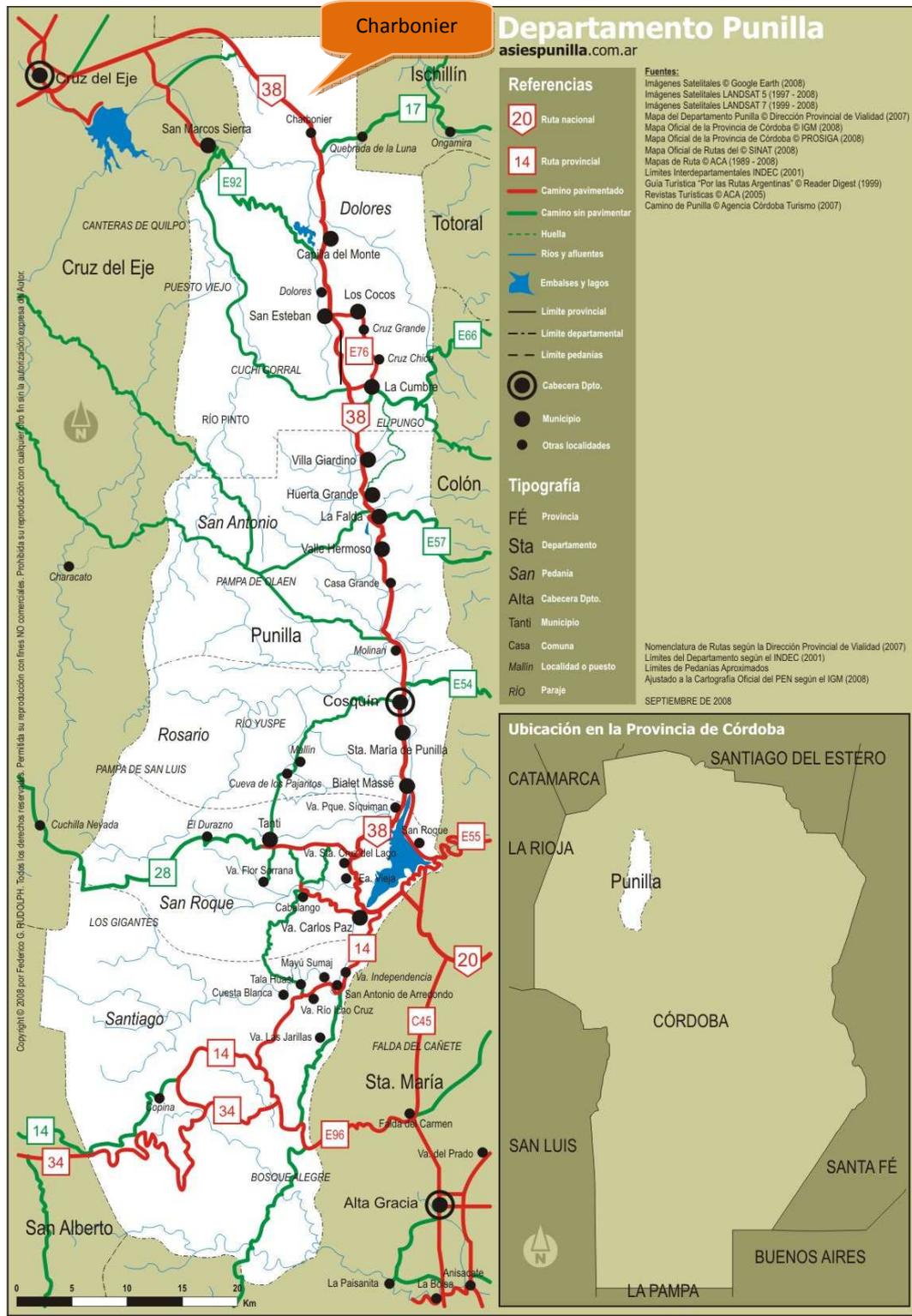
San Esteban		
Nombre del establecimiento	Modalidad	Categoría
Senderos del Monasterio	Hospedaje	
Los Mimbres	Hostería/ Posada	1*
Padre Rodolfo Hanzelic	Hotel	1*
Fuente: http://www.vallepunilla.com.ar/servicios.php?q=alojamiento_en_san_esteban&lo=10&se=1 Elaboración propia.		

Los Cocos		
Nombre del establecimiento	Modalidad	Categoría
Altos del Pedregal	Apart	
Alta Luna	Bungalow	
El Aguaribay	Cabañas	
buena Vista	Cabañas	
los Cocos Ranch	Cabañas	
Las nubes	Cabañas	
Camping Municipal	Camping	
Casas de campo	Conjunto de casa y/o dptos	
Casa el Cortijo	Conjunto de casa y/o dptos	
Casa La Magnolia	Conjunto de casa y/o dptos	
Mahuida	Conjunto de casa y/o dptos	
UEPC- docentes Prov Cba	Colonia	
UTHGRA Los Cocos	Colonia	
FATAGA- Gaseosas	Colonia	
SUTERH- encargados de edificios	Colonia	
Los Cocos	Hostal	1*
La Esperanza	Hostería	1*
Walcheren	Hostería	2*
Mediterráneo	Hostería	1*
Los Molles	Hotel	2*
Los Pinos	Hotel	2*
Fuente: http://www.loscocos.gov.ar/servicios.html Elaboración propia.		

La Cumbre		
Nombre del establecimiento	Modalidad	Categoría
Los Almendros	Bungalows	
Duendes del Pungo	Cabañas	
Acceso viejo	Cabañas	
Cabañas del Golf	Cabañas	
El ciervo	Cabañas	
El Molle	Cabañas	
La Frontera	Cabañas	
La Loma	Cabañas	
La Oma	Cabañas	
Lomita de San Luis	Cabañas	
Los Alejandros	Cabañas	
Los cerezos	Bungalows	
Terrazas del venado	Cabañas	
Villa Benitz	Cabañas	
Villa Bosque	Cabañas	
Villa Serrana	Cabañas	
La Cumbre	Camping	
El Paso	Camping	
Carpa verde	Camping	
Par 5	Casas o departamentos	
Alma Gaucha	Hostal	2*
El Viejo Montiel	Hostal	1*
Toledo	Hostal	1*
De la luna	Hostal	1*
El castillo de Mandl	Hostal	2*
Los Lirios	Hostal	1*
Sevilla	Hostal	1*
La Cumbre	Hostel	
Gavilán patas largas	Hostel	
Casa Blanca	Hostería / Posada	1*
El Cóndor	Hostería / Posada	1*
La casa de Estella	Hostería / Posada	1*
Los mimbres	Hostería / Posada	2*
Norita Ranch	Hostería / Posada	2*
Nuevo Cabor	Hostería / Posada	1*
Pastoral	Hostería / Posada	3*
Plaza	Hostería / Posada	1*
San Martin	Hostería / Posada	1*
Casa Rancho	Hostería / Posada	1*
La Montaña	Hostería / Posada	1*
La Fonda de Cruz Chica	Hostería / Posada	1*
Lambaré	Hostería / Posada	2*
Los Cedros	Hostería / Posada	3*
San Andrés	Hostería / Posada	1*
Cruz Chica	Hotel	1*

Gran Hotel La Cumbre	Hotel	3*
Green Sema	Hotel	2*
Intersur	Hotel	3*
La Viña	Hotel	1*
Palace	Hotel	1*
Victoria	Hotel	2*
Reydon	Hotel	1*
Zapata	Hotel	2*
Fuente: http://www.lacumbre.gov.ar Elaboración propia.		

8.3. Anexo N° 3: Mapa del departamento Punilla²⁸



²⁸ Fuente: <http://www.asiespunilla.com.ar/images/maps/large/home/Departamento%20Punilla.jpg>

8.4. Anexo N° 4: Ficha técnica de las condiciones generales de la zona

Lugar: Comuna de Charbonier

Población: 166 (según censo 2001)

Accesibilidad y vías de comunicación

Característica	Descripción
Modo de acceso desde Cba	En vehículo particular o colectivo ²⁹ , se accede por ruta nacional N° 20 (autopista a Villa Carlos Paz) o ruta provincial E-55 (camino de La Calera), empalmando luego con ruta nacional N° 38
Tipo de camino	Ruta asfaltada
Estado del camino	Muy bueno
Intensidad de tránsito	Medio
Distancia aproximada a los centros urbanos próximos	Capilla del Monte: 12 km San Esteban: 20 km Los Cocos: 23 km La Cumbre: 29 km
Peaje	Si. Tres en total
Señalización	Si. Buen estado

Calificación: Excelente

Servicios para el turista en tránsito más cercanos a la bodega en km

Servicios	Ubicación del servicio
Estaciones de servicio	Shell, Ypf, Petrobras (Capilla del Monte, 12 km)
Informes turísticos	Ex estación del ferrocarril (Charbonier)
Centros de salud	Hospital Municipal Américo Luqui y clínicas privadas(Capilla del Monte, 12 km)
Bancos o cajeros	Banco Nación y Banco Pcia. de Córdoba. Red Link (Capilla del Monte, 12 km)
Teléfonos públicos	Charbonier
Auxilio mecánico	Capilla del Monte 12km

Calificación: Buena

²⁹ Las empresas de ómnibus que viaja desde Córdoba a Charbonier son Sarmiento y Ciudad de Córdoba.

Características del terreno

Características	
Tipo de ambiente	Sierras
Estado de conservación	Bueno
Características del paisaje	Cuenta con quebrachos colorados, Algarrobos y espinillos; pequeños arroyos; y sierras suaves.
Posibilidad de realizar actividades turísticas	Si. Actividades de ecoturismo, y turismo de aventura.

Calificación: Muy Buena

Servicios y equipamiento básico

Servicios y equipamientos	Descripción
Agua	Si. El predio cuenta con un pozo de agua. Es apta para el consumo.
Energía	Si. Empresa: EPEC
Gas	Si. Gas envasado. Empresa YPF Gas
Tratamientos de residuos líquidos	Si. El predio cuenta con un pozo séptico.
Tratamiento de residuos sólidos	Si. Recolección a cargo de la comuna.
Servicio telefónico	Si. Empresa Telecom.
Señal de telefonía Celular	Si. Empresa Personal y Claro
Servicio de internet	Si. Empresa Punilla Net
Servicio de Tv	Si. Empresa Direc Tv

Calificación: Excelente

Personal a contratar

Charbonier es una localidad que cuenta con pocos habitantes, por lo que la mano de obra es escasa, fundamentalmente para aquellas tareas que requieren una mayor formación. Dada la cercanía de la bodega con localidades como Capilla del Monte, La Cumbre, La Falda la posibilidad de contratar mano de obra calificada se amplía, ya que además de ser poblaciones más grandes, cuentan en algunos de los centros educativos de las mencionadas localidades, con orientaciones en turismo y hotelería, tanto a nivel secundario como terciario.

Calificación (disponibilidad de personal calificado): Muy buena

Resultado

Total de puntos obtenidos: 21

Escala

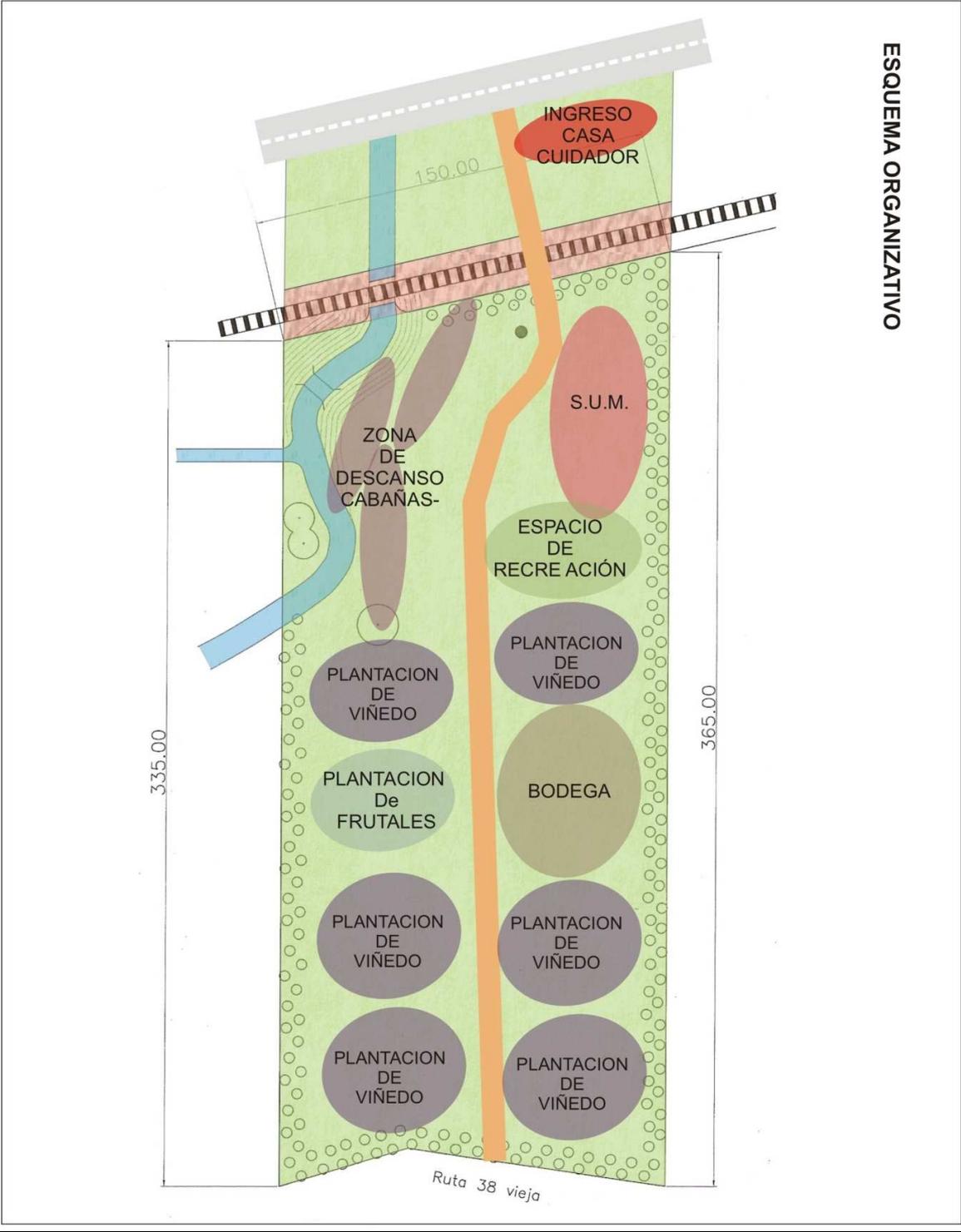
Excelente	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Puntaje máximo: 25 puntos

Puntaje mínimo: 5 puntos

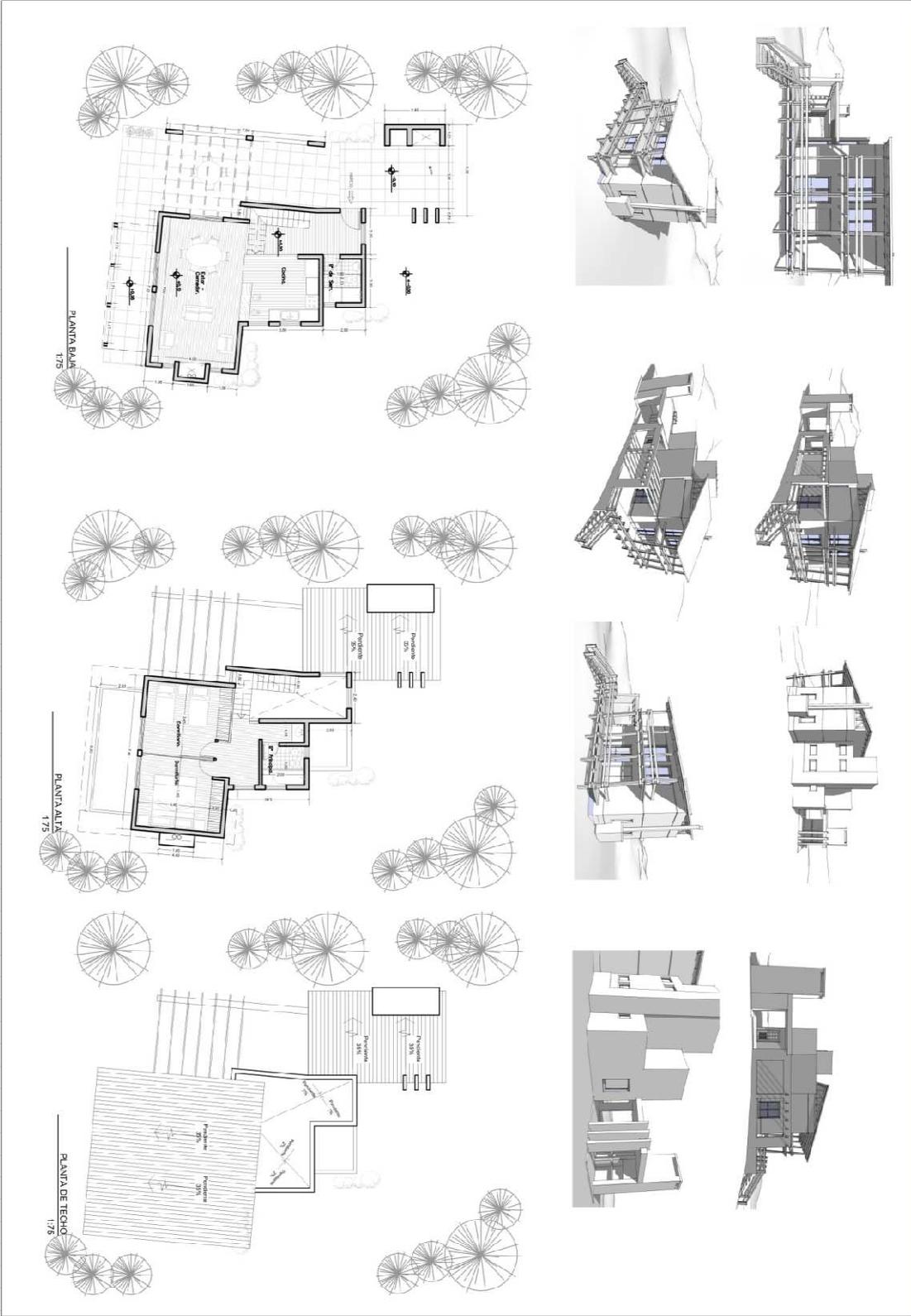
Para considerar el proyecto viable en su faceta técnica, la puntuación debe alcanzar como mínimo los 15 puntos, lo que corresponde a un 60%. De lo contrario el proyecto debería descartarse.

8.5. Anexo Nº 5: Esquema organizativo del predio



ESQUEMA ORGANIZATIVO

8.6. Anexo N° 6: Planos y vistas de las cabañas



8.7. Anexo N° 7: Ley de Alojamientos turísticos

Fragmentos de ley N° 6483 y decreto reglamentario 1359/00

**CAPÍTULO II:
NORMAS REGULATORIAS DE ACTIVIDADES
TURISTICAS BAJO JURISDICCION DE LA
AGENCIA CORDOBA TURISMO
LEY 6483**

Sancionada el 09/12/80.

Publicada en el B.O. del

VISTO: lo actuado en expediente N° 1350-0071-01027/78 y el Decreto Nacional N° 877/80, en ejercicio

de las facultades legislativas concedidas por la Junta Militar,

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA DE CORDOBA SANCIONA Y PROMULGA CON FUERZA

DE
LEY N° 6483

Artículo 1.- Quedan sujetas a las disposiciones de la presente Ley y sus reglamentaciones las actividades declaradas de interés turístico especial por el artículo 4º incisos "a" y "c" de la Ley N° 5457.

Artículo 2.- La Dirección de Turismo velará por el cumplimiento de esta Ley y sus reglamentaciones controlando y fiscalizando los establecimientos que desarrollan las actividades a que se refiere el artículo anterior.

Artículo 3.- Los establecimientos comprendidos en esta Ley no podrán funcionar sin estar previamente inscriptos en la Dirección de Turismo, organismo que le asignará su clase y categoría o los considerará "no categorizados" autorizándoles su denominación genérica de conformidad con las disposiciones reglamentarias que establezca el Poder Ejecutivo Provincial.

Artículo 4.- Los titulares de los establecimientos inscriptos en la Dirección de Turismo deberán ajustarse

a las siguientes normas, en la forma y modalidades que establezcan las reglamentaciones:

a) Consignar en la publicidad, libros, facturas y toda otra documentación o material de propaganda la denominación, clase y categoría del establecimiento y

su número de inscripción en el Registro correspondiente.

b) Exhibir en el frente externo del establecimiento un cartel identificador en donde conste la clase, denominación

y categoría del negocio, debiendo retirarlo en caso de cierre definitivo.

c) Cobrar como máximo las tarifas reglamentarias.

d) Llevar un Libro de Pasajeros y un Libro de Reclamos autorizados por la Dirección de Turismo y confeccionar

las facturas en los talonarios reglamentarios.

e) Colocar a la vista de los huéspedes, en los lugares que determina la reglamentación una ficha autorizada en donde consten las tarifas reglamentarias vigentes.

f) Comunicar a la Dirección de Turismo los cierres

definitivos y transitorios y las modificaciones a la firma

titular, servicios, características y/o estructura edilicia del establecimiento.

g) Remitir a la Dirección de Turismo la información estadística relacionada con el movimiento de pasajeros.

h) Mantener el establecimiento en perfectas condiciones de higiene y conservación y brindar a los huéspedes como mínimo las comodidades y servicios

que correspondan a la clase y categoría del establecimiento.

i) Permitir y facilitar las inspecciones y el contralor que

realice la Dirección de Turismo y exhibir a los inspectores actuantes los libros y talonarios de facturas reglamentarios.

j) Cumplir con los compromisos de reservas formalizadas

de conformidad con las normas reglamentarias.

k) Contar con mobiliario, utensilios y demás ajuar del establecimiento de una calidad acorde con la categoría

del negocio y en perfectas condiciones de higiene y conservación.

l) Evacuar toda información y presentar la documentación que se le requiera.

ll) Tener a disposición de los huéspedes un ejemplar de la presente ley y de la reglamentación correspondiente

y una planilla de empadronamiento del establecimiento autorizada.

Artículo 5.- La transferencia por cualquier título de un establecimiento inscripto deberá ser registrada ante la

Dirección de Turismo de conformidad con las disposiciones

reglamentarias que establezca el Poder Ejecutivo.

Artículo 6.- Créase el Registro Hotelero y de Campamentos

de las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso el que estará a cargo de la Dirección de Turismo, y en el

que se registrarán todos los establecimientos inscriptos.

La Dirección de Turismo confeccionará la Guía Hotelera y de Campamentos en la que deberán figurar

los establecimientos registrados.

Artículo 7.- La Dirección de Turismo podrá autorizar eventualmente y hasta un máximo de seis (6) plazas en cada caso, el alojamiento temporario de personas en casas de familia cuando se prevea en la zona una afluencia extraordinaria de turistas que colme la capacidad de los establecimientos estables. A estos fines las casas deberán ser inscriptas en la Dirección de Turismo de conformidad con lo que establezca la

Reglamentación.

Artículo 8.- Las infracciones a las disposiciones de la presente ley y sus reglamentaciones serán sancionadas

con multas cuyo monto máximo será el equivalente a veinte (20) tarifas registradas en la Dirección de Servicios Turísticos, dependiente de la Secretaría de Turismo, para ese establecimiento por alojamiento diario en habitación doble.

En caso de que el establecimiento no tuviere tarifas registradas por incumplimiento de normas legales vigentes en esa materia, el monto establecido en el párrafo precedente resultará de la aplicación de la tarifa más alta registrada en la Dirección de Servicios Turísticos, dependiente de la Secretaría de Turismo, por alojamiento diario en habitación doble para un Ley de Alojamientos Turísticos negocio de igual clase y categoría. Si fuere único en su

clase y/o categoría dentro de la Provincia se considerará

la tarifa diaria en habitación doble correspondiente a un negocio de tres (3) estrellas.

Cuando la sanción correspondiente a un establecimiento

no inscripto el monto máximo de la multa se determinará sobre la base de la más alta tarifa diaria en habitación doble registrada para un hotel de cuatro

(4) estrellas.

Los topes máximos de las multas establecidos en los párrafos anteriores se duplicarán en caso de reincidencia.

Considérase reincidente a aquél que hubiere sido sancionado por resolución firme y que cometiere una nueva infracción a cualquiera de las disposiciones de esta ley y sus reglamentaciones dentro del término de

un (1) año desde la fecha de comisión de la anterior.

Estas sanciones serán aplicadas por la Dirección de Servicios Turísticos, dependiente de la Secretaría de Turismo, sin perjuicio de las clausuras y/o inhabilitaciones

que dispusieren los Municipios y/u otros organismos estatales dentro de sus respectivas competencias por infracciones que estuvieren bajo su control.

El Poder Ejecutivo establecerá la escala de multas según la índole y gravedad de las infracciones y la categoría del establecimiento. *[texto según ley 7383]*

Artículo 9.- *[Derogado por ley 7383].*

Artículo 10.- La Dirección de Turismo podrá disponer la clausura del funcionamiento del establecimiento o la

cancelación de la inscripción en la Dirección de Turismo por las siguientes causales:

a) Cuando funcionare sin estar inscripto en la Dirección

de Turismo, habiendo sido multado el responsable una vez por tal causal.

b) Cuando el infractor hubiere sido sancionado por cualquier causa más de tres veces en los dos años anteriores a contar desde el momento en que se constatare la última infracción.

c) Cuando se desvirtúen los fines para los cuales fue registrado el establecimiento.

La Dirección de Turismo ejecutará la clausura sin

perjuicio de los derechos que correspondan a los huéspedes alojados y a los que hubieren concretado reservas de comodidades de conformidad con las normas reglamentarias.

Artículo 11.- La Dirección de Turismo podrá requerir el auxilio de la fuerza pública para el mejor cumplimiento de las tareas de control y fiscalización y para ejecutar clausuras.

Artículo 12.- Deróganse los artículos 10, 11 y 13 de la ley 3782 y toda otra norma que se oponga a la presente.

Artículo 13.- Téngase por Ley de la Provincia, cúmplase, protocolícese, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y archívese.

Firmado: Adolfo Sigwald

Fuente: *Fotocopia del documento original*

DECRETO 1359/00

REGLAMENTARIO DE LA LEY 6483

Sancionado el 5/9/2000

Publicado en el BO del 12/9/2000

VISTO: El expediente N° 0260-05896/00 en el que propicia el dictado de una nueva reglamentación de la

Ley N° 6483, que sustituya la actualmente vigente mediante Decreto N° 4636/89.

Y CONSIDERANDO: Que se hace necesario adecuar

las disposiciones del Decreto N° 4636/89 y 376/99 que

reglamentan la Ley N° 6483, regulando las características edilicias y el funcionamiento de los alojamientos declarados de interés especial por el artículo 4 inciso "a" de la Ley N° 5457, a las actuales necesidades del sector y especialmente a las nuevas modalidades o clases de alojamiento.

Que a los fines de un mejor ordenamiento legislativo se ha optado por revisar en forma general el Decreto 4636/89, dictándose una nueva reglamentación que lo

sustituya y que contemple en un solo texto todas las disposiciones aplicables a esa actividad.

Por ello, lo actuado por la Agencia Córdoba Turismo S.E.M., el dictamen jurídico del Departamento Jurídico

de la Secretaría General de la Gobernación bajo n° 407/00, y el dictamen de Fiscalía de Estado bajo n° 001272/00.

EL GOBERNADOR DE LA PROVINCIA

DECRETA:

Artículo 1º.- REGLAMENTASE la Ley N° 6483 en lo referente a los establecimientos que desarrollan las actividades declaradas de interés turístico especial por el Artículo 4º inciso "a" de la Ley N° 5457.

CAPITULO PRIMERO

I - CONCEPTOS GENERALES

Artículo 2º.- El servicio de alojamiento en el ámbito de la Provincia de Córdoba, constituye un sistema ordenado a través de clases y categorías de alojamientos.

Las clases se refieren a las modalidades,

formas y/o maneras de alojamiento en tanto que **las categorías** indican los servicios que se prestan dentro

de cada clase, y la calidad de los mismos.

Los parámetros generales utilizados para esta clasificación y categorización tienen en cuenta:

Características de los servicios ofrecidos.

Características constructivas del objeto.

Características dimensionales de los sectores identificados como componentes del objeto.

Equipamiento básico ofrecido.

Servicios técnicos ofrecidos.

Localización del establecimiento.

Calidad de servicios ofrecidos.

Artículo 3º.- A los fines de la presente normativa se adoptan en la Provincia de Córdoba las siguientes clases (modalidades) de alojamiento:
Decreto reglamentario - HOTELERÍA

1. HOTEL.
2. APART-HOTEL.
3. HOSTERÍA Y/O POSADA.
4. MOTEL.
5. HOSTAL.
6. RESIDENCIAL.
7. ALBERGUES.
8. APART-CABAÑAS.
9. CONJUNTO DE CASAS Y DEPARTAMENTOS.
10. COMPLEJO TURÍSTICO.
11. COMPLEJO ESPECIALIZADO.

La presente enunciación no tiene carácter taxativo, pudiendo comprender otras clases, cuya determinación

se realizará conforme lo establezca el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación.

Artículo 4º.- Para la determinación de las categorías (calidades) de las distintas clases de alojamiento, se valorarán parámetros, atendiendo la diversidad y calidad de los servicios que se prestan tanto en el establecimiento en sí mismo como en las habitaciones en particular, que permitan asignar la categoría mediante la determinación de estrellas para las clases: Hotel, Apart-Hotel, Hostería, Motel, Hostal, Apart-Cabañas y Complejo Turístico; mediante la designación de categoría Superior, Primera y Estándar

para la clase: Complejos Especializados; y mediante la denominación de categorías A, B, y C, en los casos

de las clases: Residencial y Albergue, y sin determinación

de categoría para la clase: conjunto de casas y departamentos.

Artículo 5º.- A los fines de la presente normativa, se establecen los siguientes conceptos básicos.

II. CONCEPTO BÁSICO DE ALOJAMIENTO

Es aquel tipo de establecimiento en el cual se presta el

servicio de alojamiento mediante contrato por un período no inferior a una pernoctación, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios, siempre que las personas alojadas no constituyan domicilio permanente en el establecimiento o inmueble en el que se presta el servicio de alojamiento.

III. CONCEPTOS BÁSICOS DE LAS DISTINTAS CLASES DE ESTABLECIMIENTOS.

a) **HOTEL:** Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, departamentos y suite, con una cantidad mínima de diez (10) Unidades de alojamiento, en el cual se preste el servicio básico de alojamiento con servicios complementarios, conforme a los requisitos que se indiquen para cada categoría.

b) **APART-HOTEL:** Establecimiento que agrupa unidades integradas en un solo edificio, que brinda alojamiento en unidades de alojamiento con baño privado, que cuenten con equipamiento y servicios que permiten la elaboración, consumo y conservación de alimentos dentro de la unidad de alojamiento, destinado

a personas que no constituyen domicilio permanente en él, y se administre en forma centralizada, pudiendo contar con servicios propios de la clase hotel. Cada unidad deberá contar como mínimo de dormitorio, baño, estar-comedor y cocina debidamente equipados. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

c) **HOSTERIA:** Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, departamentos y suite, con una capacidad mínima de cinco (5) unidades de alojamiento, en el cual se preste el servicio de alojamiento y otros servicios complementarios, según los requisitos indicados para cada categoría, y que por sus características no puede ser encuadrado en la Clase Hotel.

d) **MOTEL:** Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, con acceso independiente a las habitaciones, contando con estacionamiento vehicular ubicado junto

a cada unidad y en cantidad igual al número de unidades, en el cual se preste el servicio de alojamiento con servicios complementarios.

e) **HOSTAL:** Establecimiento que brinde el servicio de alojamiento, en habitaciones individuales con baño

privado y otros servicios complementarios, localizado en edificios de valor arquitectónico, históricopatrimonial,

que a criterio del Organismo de Aplicación cuenten con condiciones de habitabilidad y confort adecuadas para la prestación del servicio de alojamiento.

f) **RESIDENCIAL:** Establecimiento que brinda servicio de alojamiento en habitaciones individuales con baño privado, con una capacidad mínima de cinco

(5) Unidades de alojamiento, en el que se preste servicio de alojamiento con o sin servicios complementarios, según los requisitos establecidos para cada categoría, y que por sus condiciones arquitectónicas y de servicios no puede ser encuadrado en las clases anteriores.

g) **ALBERGUE:** Establecimiento que brinda servicio de alojamiento grupal, dedicado al alojamiento de

contingentes y/o grupos de personas, con baños comunes y/o privados, que cuenten con condiciones mínimas de habitabilidad fijadas por la autoridad de regulación edilicia y de servicios turísticos.

h) **APART-CABAÑAS:** Unidades de alojamiento independientes y aisladas entre sí, que formando conjunto con otras, con un mínimo de tres (3), brinden servicio de alojamiento, con servicios complementarios, contando como mínimo con áreas de dormitorio, baño, cocina y estar comedor debidamente equipados, conforme lo establecido en la presente reglamentación para cada clase y categoría. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

i) **CONJUNTO DE CASAS Y/O DEPARTAMENTOS:** Unidades de alojamiento independientes, que agrupadas, y formando conjunto con otras, con un mínimo de tres (3), brinden servicio de alojamiento, contando como mínimo con áreas de dormitorio, baño, cocina y estar comedor debidamente equipados, conforme lo establecido en la presente reglamentación para cada clase y categoría. El servicio de alojamiento deberá contratarse por unidad.

j) **COMPLEJO TURISTICO:** Establecimiento que presta servicio de alojamiento en una o más de una clase reconocida por la presente Reglamentación, sujeta en cada caso a las condiciones que rigen para cada clase, contando con servicios complementarios, y con superficies afectadas al desarrollo de actividades turísticas, deportivas, recreativas, en cantidad y diversidad de acuerdo a lo que establezca para cada categoría la presente Reglamentación.

k) **COMPLEJO ESPECIALIZADO:** Establecimiento que presta servicio de alojamiento en una o más de una clase reconocida por la presente Reglamentación, integrado a la prestación de un servicio especializado y

ajeno al alojamiento, y/o que por su localización rural se encuadre en la presente clase. Ej. Turismo Rural, Turismo Salud (SPA), Turismo Deportivo, Turismo Recreativo, etc.

En todos los casos, deberán compatibilizarse, adecuarse y ajustarse las características del servicio de alojamiento, a los requerimientos y necesidades especiales y particulares de los servicios especializados que se prestan.

Los alojamientos pertenecientes a las distintas clases anteriormente reseñadas, deberán reunir características de escala y de diseño, acordes con el medio (urbano, rural) de localización, conforme lo establezca para cada caso el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación.

IV. CONCEPTOS BÁSICOS REFERIDOS A TIPOLOGÍAS

DE UNIDADES DE ALOJAMIENTO.

a) **Habitación simple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con una (1) cama individual.

b) **Habitación doble:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con dos (2) camas individuales o una (1) cama de dos (2) plazas.

c) **Habitación triple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con tres (3) camas individuales o una (1) cama doble y una (1) individual.

d) **Habitación cuádruple:** Unidad de alojamiento amoblada en forma permanente con cuatro (4) camas individuales o una (1) cama doble y dos (2) individuales.

e) **Departamento:** Unidad de alojamiento compuesto por dos habitaciones con un hall de acceso con puerta al pasillo, atendido por un núcleo sanitario que le es propio. El ingreso al sanitario deberá ser independiente al de las habitaciones.

f) **Suite:** Unidad de alojamiento compuesto por uno o más dormitorios con igual cantidad de baños y otro ambiente amoblado como sala de estar y recepción, con baño o toilette compuesto de inodoro, bidet y lavabo.

g) **Baño privado:** El ambiente sanitario integrado con una unidad de alojamiento individual.

h) **Baño común:** El ambiente sanitario que sirve a más de dos (2) unidades de alojamiento individuales como mínimo, o a uno de características grupales.

V. CONCEPTOS BÁSICOS SOBRE SERVICIOS HOTELEROS

1. **Pensión Completa:** Servicio que incluye el de alojamiento, brindado conjuntamente con el de desayuno, almuerzo y cena incluido en la tarifa.

2. **Media pensión:** Servicio que incluye el alojamiento, desayuno y una de las comidas, todo ello incluido en la tarifa.

3. **Día Estada:** Período de tiempo comprendido entre las 10 horas de un día y las 10 horas del día siguiente.

CAPITULO SEGUNDO

I. REQUISITOS GENERALES

Artículo 6º.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea clasificado y categorizado en cualquiera de las clases y categorías los siguientes:

1. Ocupar la totalidad de un edificio o predio o una parte del mismo que sea completamente independiente

del resto en cuanto a sus funciones y servicios principales.

2. Ocupar un máximo del 60 % de la superficie del predio (Factor de Ocupación FOS 0.6) en los casos de

localizaciones en ciudades de más de 100.000 habitantes; un máximo del 50% (F.O.S. 0.5) en localizaciones en ciudades de entre 100.000 a 40.000 habitantes; y un 40% (F.O.S. 0.4) en localidades entre

40.000 a 10.000 habitantes y un máximo del 30 % (F.O.S. 0.3) en localizaciones en centros urbanos de menos de 10.000 habitantes y en zonas no urbanas,

con las excepciones detalladas en la presente Reglamentación

y/o Normativa municipal que demande coeficiente de F.O.S. inferiores a los citados precedentemente .

3. Contar con autorización previa de factibilidad de localización y de proyecto por parte del Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación, tanto en los

casos de establecimientos nuevos como para ascensos

de categoría, cualquiera sea su localización, urbana o rural.

4. Contar con entrada para pasajeros independiente de la de servicios, excepto en los casos donde no se presten servicios de hotelería y complementarios.

5. Cuando existan locales en los cuales se ejecute o difunda música, los mismos deberán estar acústicamente

aislados, salvo que se trate de música ambiental o de fondo.

6. Los establecimientos instalados en edificios de cuatro (4) plantas o más de cuatro plantas, deberán contar con ascensor de una capacidad no inferior a cuatro (4) personas, por cada cien (100) plazas o fracción, descontadas las plazas de planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotado en todos los casos de mecanismo de maniobra selectiva-colectiva.

Todo de acuerdo a lo que se establezca para cada clase y categoría, debiendo además cumplir con las normas establecidas por la autoridad competente.

7. Todas las unidades de alojamiento estarán equipadas al menos con el siguiente mobiliario e instalaciones:

a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80 m. por 1.95 m. o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1.40 m. por 1.95 m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0,18 m. Quedan prohibidas las camas cuchetas, salvo en los casos que el organismo de aplicación lo autorice fehacientemente en forma temporal.

b) Una mesa de noche o mesada por plaza.

c) Un sillón, butaca o silla y una mesa escritorio por habitación.

d) Un armario o placard con capacidad y comodidades para colgar ropa, almacenarla en estantes y cajones, en cantidad suficiente.

e) Una alfombra de pie de cama para cada plaza excepto en los casos en que la habitación esté totalmente alfombrada.

f) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.

g) Las unidades destinadas al alojamiento deberán estar identificadas, conforme su ubicación dentro del edificio.

8. Los baños privados de las habitaciones contarán como mínimo con el siguiente equipamiento:

a) Lavabos con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.

b) Bañera o receptáculo con ducha, provistos de mampara o cortina y con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.

c) Inodoro.

d) Bidé independiente de todo otro artefacto con

servicio de agua fría y caliente mezclable.

e) Espejo con iluminación adecuada.

f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras para lavabo y ducha, toalleros, percheros, porta rollo para papel, porta vasos y agarradera.

g) Toma de energía eléctrica combinado, de acuerdo a disposiciones técnicas vigentes en la materia.

9. Los paramentos de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura de 2,00 m.

10. En el cálculo de superficies de habitaciones, que se establecerán para cada clase y categoría y tipo (simple, doble, triple), deberán excluirse placares y pasillos de acceso.

11. Los locales habitables deberán respetar las condiciones mínimas de iluminación (10% de la superficie del local) y de ventilación (5 % de la superficie del local), al exterior mediante patios de 2.50 m. x 2.50 m. de dimensiones mínimas, y edificaciones

en general aquí establecidas como así también las normas de Edificación de la localidad donde se ubique el establecimiento. En los casos de localidades

o radios urbanos cuyos Municipios o Comunas, carezcan

de Código de Edificación o normas específicas, se tendrá en cuenta lo dispuesto en idéntico dispositivo

vigente en la localidad más próxima, o en su defecto el correspondiente al de la cabecera de Departamento

o ciudad de Córdoba como última alternativa, y en ese

orden. En los casos de localizaciones en predios no comprendidos en la jurisdicción Municipal o Comunal, o predios rurales, el Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación fijará las normas de edificación

que estime convenientes para cada caso en particular.

12. En ningún caso las circulaciones internas de las habitaciones (excepto los baños) serán menores de 0.80 m. libre de todo obstáculo y/o mobiliario.

13. Deberá contar con la totalidad de los servicios de agua, luz eléctrica y gas, cumplimentando las normativas

de los Organismos competentes referidas a provisión e instalación de agua fría y caliente, energía eléctrica, gas y sistema de protección contra incendios.

14. El suministro de agua será como mínimo de doscientos (200) litros por persona y por día, debiendo

preverse una reserva de agua para atención de incendios en un porcentaje no inferior al diez por ciento

(10%) del total antes exigido, por plaza. En todos los casos el agua destinada a consumo e higiene personal

deberá cumplir con las condiciones de potabilidad vigentes en la Provincia.

15. Todo establecimiento destinado a alojamiento turístico deberá contar con sistema de tratamiento de

efluentes cloacales conforme a las normativas del Órgano competente, garantizando la preservación y/o protección de los recursos naturales del lugar (suelo y

agua superficial y/o subterránea).

16. Todas las instalaciones, de electricidad, de agua, gas y teléfono deberán cumplimentar los requisitos de

los Organismos competentes según corresponda.

Deberá contar con sistema de luz de emergencia en todas las circulaciones del edificio y con protección a través de fusible, llave térmica y disyuntor diferencial.

17. Contar con un sistema de protección contra incendios según normas del Organismo competente (Dirección Provincial de Bomberos) El personal del establecimiento deberá estar instruido en el manejo de

los mencionados dispositivos y de las medidas a adoptarse en caso de producirse un siniestro.

18. Contar con una adecuada señalización de salidas para casos de emergencia, claramente visible en todo

momento (conectada con luz de emergencia).

19. El ancho mínimo de pasillos y escaleras de público será de 0,90 m. como mínimo.

20. Todo personal afectado a la atención de pasajeros

deberá estar uniformado.

21. Contar con botiquín de primeros auxilios.

(...)

IX. ESPECIFICACIONES PARA LA CLASE APARTCABAÑAS

Generales.

Artículo 30.- Son requisitos generales mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APART-CABAÑAS los siguientes:

1. Cada cabaña estará compuesta como mínimo de un dormitorio con capacidad y comodidades para dos personas, baño, cocina o kitchenette y estar-comedor debidamente amoblado y equipado.

2. La edificación del conjunto de las cabañas y edificios complementarios, deberá respetar un FOS (Factor de Ocupación de Suelo) máximo de 0.15 (15%

de la superficie del predio donde se localiza). Las cabañas y edificaciones que componen el conjunto deberán estar separadas entre sí, y de cualquier otra edificación, y de los límites del terreno que ocupan por una distancia no menor de 8.00 m. y de acuerdo a lo que establezca la reglamentación para cada categoría.

En los casos de cabañas apareadas y/o adosadas unas a otras, solo podrán hacerlo en grupos de dos, y utilizando para ello no más de un lado de cada una de las cabañas.

3. En los conjuntos de cabañas, el predio de localización deberá contar con calles internas de circulación peatonal y vehicular las que serán correctamente delimitadas y ejecutadas.

4. Cada unidad deberá tener espacio propio para estacionamiento, integrado a la unidad.

5. Contar con iluminación exterior en todo el predio.

6. Deberá contar con servicio de limpieza y de recolección de residuos.

7. Deberán contar con servicio de mucamas.

8. Deberá contar con los servicios de: agua, luz eléctrica y gas, cumplimentando las normativas de los

organismos competentes referido a la provisión e instalación de agua fría y caliente, energía eléctrica, gas y sistema de protección contra incendios.

9. Cada unidad deberá contar con sistema de identificación.

10. Cada unidad deberá tener un tendedero o lugar de secado de ropa.

11. Cada unidad contará con una galería o quincho con asador, que podrá albergar a su vez la función de cochera.

12. Contar con botiquín de primeros auxilios.

13. Los Apart-Cabañas, deberán reunir como mínimo un conjunto de tres o más de tres cabañas, y deberán contar con Recepción independiente ubicada dentro del predio con una superficie mínima de doce (12) m²,

dotada de servicios sanitarios.

Ambientes y equipos

14. **Dormitorio.** Se considerarán aquellos locales destinados exclusivamente a esa actividad. Tendrá ventilación directa al exterior y estará dotada del siguiente equipamiento:

a) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0.80 m. por 1.95 m o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1.40 m por 1.95 m. Los colchones serán de un espesor mínimo de 0,18 m.

b) Un sillón, butaca o silla por ambiente y una mesita escritorio de 0,80 m por 0,60 m.

c) Un armario o placard, con las dimensiones apropiadas para guardar ordenadamente la ropa y efectos personales de los huéspedes en cantidad suficiente.

d) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.

14. La superficie mínima de los locales dormitorios será la siguiente:

a) Simple y doble: 9.00 m²

b) Triple: 13.50 m²

c) Cuádruple: 16.50 m²

e) Lado mínimo de las habitaciones con destino dormitorio: 3.00 m.

15. El lado mínimo de los otros locales será de 3.00 m, excepto para el caso de baño y cocina, donde será

de 1,50 m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral las superficies y el lado mínimo de las habitaciones deberán considerarse sin tener en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas del encuentro del piso y el paramento de cierre del techo.

16. La altura mínima de los locales habitables será de 2,20 m. Cuando el techo de la habitación sea de fuerte pendiente y actúe como cierre lateral, la altura mínima

del sector habitable no podrá ser inferior a 2,00 m.,. Para el cálculo de las superficies no se tendrá en cuenta el espacio residual de las zonas cercanas al

encuentro de piso con el paramento inclinado de techo, que no superen los 2.00 m. de altura.

17. **Baño.** El local destinado a sanitario podrá ventilar directamente al exterior o a través de conducto de ventilación. Contará con el siguiente equipo:

- a) Lavabos con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables.
- b) Bañera o receptáculo con ducha provisto de mampara o cortina con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable.
- c) Inodoro.
- d) Bidet independiente de otro artefacto con servicio de agua fría y caliente mezclable.
- e) Espejo sobre lavabo con iluminación adecuada.
- f) Accesorios sanitarios: repisa, jaboneras para lavabo, ducha y bidet, toallones, percheros, portarrollos, portavasos y agarradera.
- g) Tomacorriente combinado.
- h) Los paramentos de los baños deberán estar revestidos con material impermeable hasta una altura mínima de 2,00 m.
- i) La superficie mínima de baños será de 3,00 m² y su lado mínimo será de 1,50 m.

18. **Estar-comedor.** La superficie del local estará en relación directa con la capacidad de plazas fijadas para la unidad, con un mínimo de 12.00 m² y de acuerdo a lo que se establezca para cada categoría. Contará con mesa y cuatro (4) sillas como mínimo, las

que se incrementarán según el crecimiento de las plazas. La sala de estar contará con sillones o similar equipamiento

19. La **cocina** deberá contar como mínimo con una superficie de 6.00 m² y equipada con cocina, con horno, una pileta con agua caliente y fría mezclables, mesada, armario o alacena con capacidad para utensilios y víveres, una heladera, disponiendo además, de equipo extractor.

20. Cada unidad estará equipada, como mínimo, con:

- a) vajilla, cubiertos y cristalería con medio juego americano (4 piezas cada una de ellas) y con batería de cocina adecuada a la cantidad de plazas contando como mínimo con una cacerola chica y mediana, y una sartén grande y una chica, una pava, un hervidor, un colador de pastas y uno de té, un jarro de mano todo en perfectas condiciones de uso;
- b) cada unidad deberá contar como mínimo por día y por plaza con un juego de una toalla de mano y un toallón de baño, papel higiénico y jabón de tocador;
- c) deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo dos (2) veces a la semana.
- d) contar con aparato de televisión.

21. Tener calefacción en todos los ambientes, por sistemas centrales o descentralizados, de manejo individual.

Requisitos particulares por categoría

Artículo 31.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea encuadrado en la Clase APARTCABAÑAS

Categoría 3 ESTRELLAS, los siguientes:

De las Cabañas:

1. Tener capacidad mínima de dos (2) plazas por

cabaña, contando con sala de estar, cocina, comedor, dormitorio y baño.

2. Cada cabaña deberá estar separada una de otra, y de cualquier otra edificación, y de los límites del terreno a una distancia no menor de 10.00 m. En esta categoría no está permitido el apareamiento de cabañas.

3. En todos los casos deberá existir una habitación privada como mínimo con capacidad para dos (2) plazas.

4. Cada cabaña deberá contar con una sala de estar-comedor con una superficie mínima de 16,00 m²

para las cuatro (4) primeras plazas, incrementándose en un (1) m² por cada plaza subsiguiente, con un lado mínimo de 3,00 m.

5. Contar con servicio telefónico, interno y directo al exterior.

6. La superficie mínima de la cocina será de 6.00 m² siendo su lado mínimo de 1,50 m. Además del equipamiento requerido en el art. 30 inc. 21, deberá poseer horno a microondas.

7. Contar con calefacción y acondicionamiento térmico en todos los ambientes.

8. Contar con protecciones contra insectos en todas las aberturas exteriores.

9. En caso de contar con estufa a leña, la leña será provista por el establecimiento.

10. Tener una cochera cubierta por cabaña integrada a la misma.

11. Poseer quincho o galería cubierta con asador de una superficie mínima de 13.00 m². Este espacio puede ser compartido por el de la cochera.

Del Conjunto:

12. Tener Recepción y Portería con una superficie mínima de 15,00 m² más 0,20 m² por plaza a partir de las 20 plazas.

13. Tener Sala de Estar de una superficie mínima de 35,00 m² más 0,50 m² por plaza a partir de las 20 plazas, que deberá contar con servicio sanitario diferenciado por sexo.

14. Contar con servicio de vigilancia permanente.

15. Contar con un área de juegos de niños.

16. Contar con pileta de natación con una superficie mínima de 30 m² hasta 20 plazas, aumentándose 1 m²

por plaza adicional con una profundidad promedio de 1,20 m. Se incorporará área de pileta para niños, con profundidad promedio de 0,50 m y con cercado perimetral de protección. Deberá contar con equipo de purificación de agua.

17. Contar con servicios de teléfono-fax, conexión a Internet y mensajería.

18. Contar con servicio de cajas de seguridad para uso de los alojados.

19. Contar con personal bilingüe.

20. Deberá contar como mínimo con espacios e instalaciones apropiadas para la práctica deportiva de por lo menos dos deportes. (Fútbol, volley, tenis, paddle, básquet, etc.)

21. Ofrecer servicio de limpieza, lavandería y mucamas.

CAPITULO TERCERO – DE LA INSCRIPCIÓN

Artículo 38.- A los fines de la inscripción los titulares de los establecimientos sujetos al presente régimen deberán presentar ante el Organismo de Aplicación:

a) Plano del inmueble en donde funcionará el negocio, aprobado por la Municipalidad donde se encuentra localizado el inmueble y por los Organismos profesionales competentes

b) Constancia de Habilitación otorgada por los municipios en el ámbito de sus respectivas competencias específicas, donde se certifique la inscripción comercial y el estado de salubridad, seguridad e higiene del establecimiento.

c) Declaración jurada donde consten las comodidades

y servicios que se prestarán, nombre del encargado o administrador si fuere una persona distinta a la del titular; el período del año durante el cual funcionará el negocio y las tarifas que se cobrarán.-

d) Un libro de Registro de Pasajeros y un libro de Actas o Reclamos, el primero podrá suplirse por un sistema de registro computarizado.-

e) Toda otra declaración, información o documentación

que en cada caso el Organismo de Aplicación requiriese.

f) Certificado de Libre Deuda expedido por el Organismo de Aplicación.

El Organismo de Aplicación, inscribirá al establecimiento

asignándole su Clase y Categoría. La inscripción del establecimiento se dictará mediante

Resolución, en tanto y en cuanto se cumplan los requisitos de la presente Reglamentación, donde constará la clase y categoría asignadas. La

Habilitación de la Clase y Categoría se otorgará una vez realizada la inspección y verificación en el lugar, de los datos suministrados, a través del Certificado de

Habilitación de Alojamiento Turístico. (CHAT).

En ningún caso la Habilitación de la Clase y Categoría

será definitiva.

La Habilitación de la Clase y Categoría permanecerá vigente en tanto y en cuanto se cumplan los requisitos

que establece la Reglamentación, y podrá ser modificada por el Organismo de Aplicación, en los casos de constatarse el no cumplimiento de los requisitos establecidos para cada clase y categoría.

CAPITULO CUARTO – DE LAS TARIFAS Y SERVICIOS

Artículo 39.- Las tarifas reglamentarias son las que se

registran ante el Órgano de Aplicación, de acuerdo a lo que el mismo disponga por Resolución.

En todos los casos se registrarán tarifas diarias, incluyendo cargas impositivas.

Artículo 40.- El servicio de alojamiento supone el derecho al uso de las dependencias generales de la casa destinadas a los huéspedes; de la unidad habitacional asignada y su baño privado si lo tuviere, con todos sus muebles e instalaciones; a la utilización

de la cama colchón, almohada, fundas, sábanas,

frazadas, toalla de mano y de baño; energía eléctrica, jabón de tocador y papel higiénico. La limpieza de las habitaciones ocupadas deberá realizarse como mínimo

una (1) vez al día, procediéndose al cambio de toallas

diariamente y de la ropa de cama cada Tres (3) días, salvo que por circunstancias especiales fuere necesario hacerlo con mayor frecuencia.

El servicio de pensión completa comprende además del alojamiento, el de desayuno, almuerzo y cena; y el

de media pensión, el de desayuno, almuerzo o cena.

Artículo 41.- Las tarifas por alojamiento se registrarán

por unidad de alojamiento, suite o departamento, consignando

si las mismas incluyen o no los adicionales

por persona, correspondiente a los servicios de desayuno,

almuerzo y cena para pensión completa; y a los

de desayuno, almuerzo o cena para media pensión.

Artículo 42.- El titular del establecimiento cobrará el día de ingreso de los huéspedes al establecimiento, no

así el de egreso si éste se produjere ante de las diez (10) horas. Considérase día de ingreso a los fines del cobro de tarifas el que comienza a las seis (6) horas.

En ningún caso podrá cobrarse más de UN (1) día de alojamiento si se hubiere usado los servicios por menos de doce (12) horas.

Artículo 43.- Los menores de cinco (5) años abonarán

solamente el sesenta (60%) de las tarifas autorizadas.

CAPITULO QUINTO – DE LOS LIBROS, FACTURAS

Y FICHA DE TARIFAS

Artículo 44.- Todos y cada uno de los huéspedes deberán ser registrados en el Libro de Registro de Pasajeros en el sistema computarizado, en que se consignará nombre y apellido, edad, profesión, nacionalidad, domicilio real, número de documento de

identidad, día y hora de ingreso y egreso, número de factura y/o ticket (conforme establezca la AFIP) y su importe total, número de habitación ocupada y observaciones, si las hubiera.

Artículo 45.- El Libro de Actas y Reclamos estará permanentemente a disposición de los huéspedes a los fines de que éstos dejen asentadas en él las manifestaciones que desearan.

El Organismo de Aplicación de la presente Reglamentación,

determinará los métodos y/o mecanismos que considere más apropiados para receptor las quejas y sugerencias.

Artículo 46.- La facturación deberá ajustarse a las normas dictadas por la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) o el Organismo que en el territorio provincial lo reemplace.

Artículo 47.- Una vez inscripto el establecimiento y/o cuando se introduzcan modificaciones en las tarifas, categoría o servicios, el Organismo de Aplicación entregará al titular del establecimiento una ficha de tarifas registradas y una planilla de empadronamiento

del negocio, debidamente autorizadas. En caso de extravío, pérdida o destrucción el hotelero deberá solicitar de inmediato su restitución.

Artículo 48.- En la ficha de tarifas deberá constar como mínimo, la clase, categoría y denominación del establecimiento, número de inscripción en el Registro de Alojamiento Provincial, y las tarifas registradas discriminadas según los servicios a los que correspondan. Todo de acuerdo a lo que determine el Organismo de Aplicación.

Artículo 49.- La ficha de tarifas deberá ser colocada a

la vista de los Huéspedes en Recepción o Portería, y una fotocopia en cada una de las habitaciones destinadas a pasajeros.

CAPITULO SEXTO - DE LAS TRANSFERENCIAS y/o CAMBIOS DE TITULARIDAD

Artículo 50.- En el caso de operarse la transferencia del Fondo de Comercio afectado a la explotación hotelera,

el adquirente deberá comunicar tal circunstancia al Organismo de Aplicación, quien tomará conocimiento

del cambio de titularidad, previa presentación por parte del administrado de la siguiente documentación:

1. Formulario provisto por el Organismo de Aplicación, debidamente cumplimentado.
2. Certificado de libre deuda expedido por el Organismo de Aplicación.
3. Acreditar el cumplimiento de las disposiciones de la Ley Nacional Nº 11687, acompañando copia certificada del instrumento definitivo, referido a la transferencia del Fondo de Comercio, debidamente inscripto en el Registro Público de Comercio.
4. El adquirente deberá acompañar con la solicitud de transferencia referida en el apartado 1º.- un (1) libro de Registro de Pasajeros, y/o sistema computarizado y un (1) Libro de Actas para su autorización, cuando el tramitante no los hubiera entregado.-
5. Certificado de Habilitación Municipal, relacionado a la inscripción comercial, y a los aspectos que hacen a la seguridad, salubridad e higiene del establecimiento.

Artículo 51.- Se considerarán cambios de firma, en referencia a la titularidad sobre el Fondo de Comercio afectado a la explotación hotelera, aquellos que no se ajusten a lo dispuesto en el artículo anterior.

CAPITULO SEPTIMO DE LAS INSPECCIONES

Artículo 52.- El Organismo de Aplicación del presente Decreto Reglamentario, ejercerá las funciones de inspección y contralor de los establecimientos reglados

por el presente Decreto, las que serán ejercidas a través de los Departamentos correspondientes pudiendo, en caso necesario, requerir la colaboración de la policía de la zona. Cumplida la inspección se procederá a labrar acta por triplicado consignando lo constatado en forma sumaria, la que será firmada por el inspector actuante y el titular, administrador o persona a cuyo cargo se encuentre el establecimiento

en el momento de la inspección. El duplicado será entregado al titular del establecimiento o persona que se encuentre a cargo.

Artículo 53.- En caso de constatarse deficiencias o infracciones se procederá en el mismo acto de la inspección a citar y emplazar al titular del establecimiento para que dentro del término de cinco (5) días hábiles formule descargo y ofrezca pruebas, dejándose constancia de ello en el acta labrada.

Artículo 54.- Cuando las Municipalidades de la Provincia constataren infracciones a las disposiciones del presente Decreto podrán remitir al Organismo de Aplicación el acta de constatación dentro de los diez (10) días hábiles de labrada a los fines de su trámite.

CAPITULO OCTAVO – DE LAS RESERVAS

Artículo 55.- El hotelero está obligado a cumplir con los compromisos de reserva cuando hubiere dado previa conformidad, de comodidades y servicios siempre que el solicitante por sí o por un tercero hubiere efectuado un depósito de garantía correspondiente a la tarifa de UN (1) día. Si la reserva

fuere por más de UN (1) día se abonará además el VEINTE POR CIENTO (20%) de la tarifa total de los días subsiguientes para pensión completa, o media pensión y el TREINTA POR CIENTO (30%) para alojamiento solamente. El depósito de garantía integrará el monto total de la factura como pago a cuenta si el solicitante cumpliera total o parcialmente con la reserva.

Artículo 56.- Cuando un huésped se retirare del establecimiento antes de cumplir el término de la reserva por causas no imputables al hotelero, éste tendrá derecho a cobrar además de la tarifa correspondiente a los días en que el huésped estuvo alojado en el establecimiento, hasta UN (1) día más de alojamiento por los días no utilizados.

Artículo 57.- El hotelero está obligado a mantener las disponibilidades reservadas por el término de UN (1) día cuando la reserva fuere por menos de Cinco (5) días, y por Dos (2) días si fuere por Cinco (5) días o más.

Artículo 58.- El solicitante podrá cancelar la reserva teniendo derecho a la devolución total del depósito de garantía si se produce con VEINTE (20) días de anticipación y al CINCUENTA POR CIENTO (50%) de dicho depósito si se cancela entre los DIEZ (10) y DIECINUEVE (19) días de antelación.

Artículo 59.- El solicitante no tendrá derecho a reclamar la devolución del depósito de garantía cuando por causas no imputables al hotelero no hubiere cumplido con la reserva o hubiere solicitado su cancelación con menos de DIEZ (10) días de anticipación.

Artículo 60.- En casos de reservas "por paquete" las partes podrán convenir de común acuerdo el monto de depósito de garantía y de las indemnizaciones al hotelero por cancelación de reservas o por incumplimiento total o parcial de los huéspedes. Entiéndase por reserva "por paquete" la que se concreta por QUINCE (15) plazas como mínimo.

Cuando no existiere convenio expreso o cuando esta reserva se realice con intervención de Organismos Oficiales serán de aplicación las normas generales de los artículos 59°, 61° y 62°.

Artículo 61.- En los casos de reserva efectuada en la Delegación del Organismo competente sita en Casa de Córdoba en Capital Federal y que el huésped no se presentara al establecimiento hotelero, ni mediara una cancelación de los artículos precedentes, el Organismo de Aplicación, transferirá el CIEN POR CIENTO (100%) del monto de la seña contra presentación del telegrama que oportunamente confirmara dicha reserva.

CAPITULO NOVENO – DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 62.- Las medidas mínimas establecidas en el presente Decreto regirán en cuanto, las normas de edificación vigentes en el lugar de construcción del establecimiento, de la localidad más cercana, o cabecera de Departamento o de la ciudad de Córdoba, según corresponda, no exija otras mayores. Los aspectos edilicios no reglamentados en el presente decreto se regirán por las normas de edificación vigentes en el lugar de construcción del establecimiento. En caso de no existir dichas normas, serán de aplicación las normas edilicias que rigen en la ciudad más próxima, o de la cabecera de Departamento o de la ciudad de Córdoba, en ese orden, en cuyo caso la presentación de los planos, deberá efectuarse conforme esas normativas, firmadas por un profesional responsable, y registradas en el Colegio Profesional correspondiente.

Artículo 63.- Todos los edificios y/o construcciones afectados a actividades de alojamiento de personas, reconocidos por la presente Reglamentación, cualquiera fuera su clase y categoría, inscripto o no ante el Organismo de Aplicación, deberán inscribirse, reclasificarse y recategorizarse, conforme las disposiciones establecidas en la Ley 6483 y el presente Decreto Reglamentario. Los establecimientos y/o construcciones afectados a actividades de alojamiento de personas, no comprendidos en la presente Reglamentación, quedarán sujetos a las disposiciones que en la materia establezcan los municipios y/o comunas de su jurisdicción.

Artículo 64.- Todos los establecimientos que brinden servicio de alojamiento, sin fines de lucro, a sus afiliados y/o asociados, (Colonias de Vacaciones, Asociaciones civiles, mutuales etc.) deberán registrarse ante el Organismo de Aplicación del presente Decreto Reglamentario, y cumplir con las disposiciones legales relativas al control de personas alojadas, de acuerdo a lo que el Organismo determine.

Artículo 65.- El registro de casas de familias individuales o en grupos de hasta dos casas, que brinden servicio de alojamiento, quedan sujetas a las

disposiciones y normas generales y legales relativas al control de personas alojadas, que el Municipio habilitante determine, y bajo su responsabilidad.

Artículo 66.- Los establecimientos INSCRIPTOS, en el Organismo de Aplicación, que a la fecha de la promulgación del presente Decreto estén clasificados y categorizados, y que por motivos edilicios y dimensionales, y/o de cantidad y calidad de servicios, no reúnan los requisitos establecidos en la presente Reglamentación para mantener la clase y categoría antes otorgada, serán objeto de evaluación y análisis particularizado.

a.) En los casos de no cumplir con la cantidad y calidad de los servicios requeridos para mantener la clase y categoría, el Organismo de Aplicación podrá mediante Resolución mantenerle provisoriamente la anterior clase y categoría, por un plazo de hasta dos años a partir de la vigencia del presente Decreto Reglamentario, a cuyo término, y una vez incorporados los servicios faltantes, se les habilitará la clase y categoría que les corresponda.

b.) En los casos de no reunir los requisitos y las condiciones edilicias, dimensionales y de superficies mínimas establecidas en la presente reglamentación para mantener la clase y categoría, el Organismo de Aplicación, mantendrá la clase y categoría antes asignada al establecimiento.

c.) Para los casos de mantenimiento de clase y categoría y cuando la incorporación de los servicios exigidos, requiera de la necesidad de contar con espacios físicos, y/o de mayores superficies y dimensiones, y estas sean imposibles de reunir y de cumplir, dado las características constructivas y edilicias del inmueble, los mismos no serán exigibles.

d.) En los casos de establecimientos que no cumplan con el F.O.S., que para su clase y categoría se establecen, el mismo no se tendrá en cuenta para el mantenimiento de la categoría.

e.) El cumplimiento del F.O.S, no será obstáculo o impedimento para futuros ascensos de categoría, siempre que la incorporación de servicios, equipamientos, comodidades, instalaciones, infraestructura edilicia y nuevos locales y el incremento de superficies necesarios para dar cumplimiento con los requisitos establecidos para la nueva categoría, no impliquen una mayor ocupación del suelo.

Artículo 67.- A todos los establecimientos inscriptos ante el Órgano de Aplicación, en alguna de las clases y categorías establecidas en la presente Reglamentación, y que cumplan con la misma, se les otorgará un Certificado de Habilitación de Alojamiento Turístico, (CHAT), por un período de tiempo determinado, y con fecha de vencimiento, sujeto a renovación, conforme la metodología y modalidad que determine el Organismo de Aplicación.

Artículo 68.- Todas las infracciones a las disposiciones del presente Decreto serán sancionadas conforme

a lo establecido por la Ley 6483 modificado por la Ley 7383 y su respectiva Reglamentación.

Artículo 69.- A los fines del presente Decreto entiéndese por titular del establecimiento a toda persona física o jurídica que explote comercialmente y por cuenta propia un negocio sujeto a las disposiciones de la presente reglamentación en carácter de propietario, arrendatario, concesionario, administrador, o por cualquier título legítimo. Entiéndase por huésped o pasajero a toda persona que se aloje en un establecimiento en unidades habitacionales destinadas a esos fines, sin constituir su domicilio permanente en él, mediante el pago de la tarifa diaria correspondiente.

Artículo 70.- El titular del establecimiento podrá colocar una plaza adicional en las habitaciones con expresa conformidad por escrito del huésped, debidamente registrada en el Libro de Actas. En la incorporación de la plaza adicional podrá adoptarse la forma de cucheta. La plaza incorporada no revestirá carácter permanente.

Artículo 71.- Los cierres transitorios o definitivos, las modificaciones en los servicios, comodidades y/o características del negocio y los cambios de administrador o encargado deberán comunicarse con no menos de DIEZ (10) días de antelación y las alteraciones en la estructura edilicia del inmueble con TREINTA (30) días de anticipación, acompañándose en este caso el plano correspondiente. Las modificaciones de la firma titular del establecimiento

que no importen transferencia o las transferencias por causa de muerte del titular deberán comunicarse dentro de los TREINTA (30) días de producidas.

Artículo 72.- Cuando se registrare el cierre definitivo de un establecimiento inscripto, el Organismo de Aplicación procederá a eliminarlo del Registro de establecimientos inscriptos, previa expedición del

certificado de Libre Deuda.

Si posteriormente reabriera, la firma titular, deberá solicitar la inscripción del negocio de conformidad con las disposiciones del Cap. II del presente Decreto.

Artículo 73.- Los establecimientos inscriptos, estarán obligados a proporcionar la información estadística en tiempo y forma que el Org. de Aplicación determine.

Artículo 74.- En todas las tramitaciones relacionadas con el presente Decreto serán de aplicación las normas de la Ley de Procedimiento Administrativo de la Provincia en vigencia.

Artículo 75.- El Organismo de Aplicación, tomará las medidas y dictará las Resoluciones que estime necesarias para la mejor interpretación y aplicación de la Ley 6483 y su Reglamentación.

CAPITULO DECIMO – DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Artículo 76.- Derógase el Decreto N° 4636/89, el Decreto N° 376/99, y toda otra disposición que se oponga a la presente.

Artículo 77.- El presente Decreto será refrendado por el Señor Ministro de Gobierno y el Señor Fiscal de Estado, y firmado por la Señora Secretaria General de la Gobernación.

Artículo 78.- PROTOCOLICESE, comuníquese, publíquese en el Boletín Oficial y archívese
Dr. JOSÉ MANUEL DE LA SOTA, Gobernador de la Provincia de Córdoba - Dr. OSCAR FELIX GONZÁLEZ

- Ministro de Gobierno - Dra. OLGA ELENA RUITORT

- Secr. Gral. de la Gobernación - Dr. DOMINGO ANGEL CARBONETTI - Fiscal de Estado

Fuente: Boletín Oficial del 13/9/2000.

*

8.8. Anexo N° 8: Ley 7232. Régimen de promoción y desarrollo turístico

Fragmentos de ley N° 7232

LEY 7232

RÉGIMEN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO

EL SENADO Y LA CÁMARA DE DIPUTADOS
DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
SANCIONAN CON FUERZA DE:
LEY 7232

Objeto y Zonas Promovidas.

Artículo 1°- Declárase promovido a los fines del logro de los objetivos previstos por la ley N°5457, el desarrollo del sector turismo en todas las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso .

Artículo 2°- A los efectos de determinar los alcances y extensión de los beneficios establecidos en esta ley, instituyese dentro de las Áreas Turísticas y Rutas del Acceso definidas por el decreto N°6270, una zona de "Especial Promoción" integrada por las áreas Norte, Noroeste, Sierras del Sur y Mar Chiquita; una zona de

"Promoción A" constituida por las áreas Punilla con excepción del ejido Municipal correspondiente a Villa Carlos Paz, Capital -con excepción del ejido Municipal Ciudad de Córdoba, Calamuchita, Traslasierras y Sierras Chicas; y una zona de "Promoción B" compuesta por el ejido Municipal de Villa Carlos Paz, pertenecientes al área Punilla y el ejido Municipal ciudad de Córdoba correspondiente al Área Capital.

Para la construcción, equipamiento y comercialización de Hoteles de 4 y 5 estrellas se considerará zona de Especial Promoción a todo el ámbito de la provincia.

Artículo 3°- A los fines de la presente Ley se promueve las siguientes acciones de conformidad con

lo que establezca esta Ley y su Reglamentación:

a) La construcción y equipamiento de establecimientos nuevos destinados a la explotación de los alojamientos turísticos, ubicados en las Áreas Turísticas y Rutas de

Acceso, que ofrezcan normalmente hospedaje o alojamiento en habitaciones amuebladas por períodos

no menores al de una pernoctación a personal que no

constituyen su domicilio permanente en ellas; como así también los campamentos turísticos públicos y privados ubicados en esas mismas Áreas Turísticas y Rutas de Acceso. Todo ello debe encuadrarse dentro de alguna de las "clases" y "categorías" establecidas en la reglamentación respectiva.

Entiéndese por "Establecimientos Nuevos" a aquellos que al tiempo de sanción de esta Ley no tuvieran existencia física o que teniéndola nunca explotaron la actividad específica de alojamiento turístico.

La reglamentación determinará las "clases" y "categorías" de establecimientos promovidos según sus localizaciones dentro del ámbito de las Áreas Turísticas y Rutas de Acceso de conformidad con lo dispuesto por la Ley N°6483 y su reglamentación.

Quedando exceptuados de los beneficios previstos en este inciso los llamados "hoteles alojamiento" "por hora" o "albergues transitorios".

(...)

Instrumentos de Promoción

Artículo 4°- El desarrollo turístico promovido en la presente Ley realizará mediante la utilización por parte

del Estado Provincial de los siguientes instrumentos:

- a) Exenciones impositivas.
- b) Diferimiento en el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- c) Créditos en condiciones de fomento, de conformidad con lo que dispongan las entidades crediticias correspondientes.
- d) Venta en condiciones de fomento o cesión por cualquier título de bienes inmuebles integrantes del dominio privado del Estado Provincial.
- e) Subsidios, Becas y Asistencia Técnica.
- f) Provisión de infraestructura de servicios públicos esenciales dentro de las previsiones de los planes de gobierno, y de los respectivos créditos presupuestarios.
- g) Integración en sociedades de economía mixta.

Beneficiarios

Artículo 5°- Se encuentran comprendidos dentro de los alcances de esta ley las personas físicas o jurídicas legalmente constituidas que realicen alguna de las acciones promovidas en el artículo 3° y que el organismo de aplicación hubiere declarado "beneficiarios definitivos".

Artículo 6°- A los fines de declaración de "beneficiarios definitivos" el solicitante, además de cumplir con las disposiciones de la presente ley y su reglamentación, deberá .

- a) Constituir domicilio en el ámbito de la Provincia.
- b) Realizar en forma regular la actividad promovida, a excepción de las acciones que revistan carácter eventual o transitorio y las previstas en el Art. 15.
- c) Cumplimentar con las disposiciones legales que rigen la actividad de que se trata.

(...)

Artículo 8°- Las personas que proyecten realizar alguna de las acciones previstas en el Art. 3° podrá n solicitar al organismo de aplicación la declaración de "beneficiario provisorio" a cuyo fin deberán constituir domicilio en el ámbito de la provincia, y prestar garantía real ante la Dirección General de Rentas, y cumplir con los requisitos que establezca la reglamentación.

El Organismo de Aplicación se expedirá mediante resolución, dentro de los treinta (30) días a contar desde que el solicitante hubiere cumplimentado la totalidad de los requisitos establecidos a ese fin.

Artículo 9°- En la resolución aludida en el artículo anterior se fijará, según la naturaleza del Proyecto, el

plazo dentro del cual se deberá comenzar en forma regular la actividad promovida. El plazo no podrá exceder de tres años corridos a contar desde la fecha de resolución pudiendo el Organismo de Aplicación prorrogarlo por un año a solicitud del interesado, debiendo probarse que por razones de fuerza mayor o caso fortuito no se ha podido cumplimentar la obligación asumida dentro del término establecido.

Artículo 10º.- La calidad de "Beneficiario Provisorio" se transformará en "definitiva" cuando se concluya la obra correspondiente y se comience a desarrollar en forma regular la actividad de que se trata a cuyo fin el Organismo de Aplicación deberá dictar la resolución correspondiente tan pronto como se acrediten tales circunstancias y se cumplimenten los demás requisitos

establecidos por esta Ley y su reglamentación.

Beneficios, Alcances, Extensión.

Artículo 11º.- Las personas declaradas beneficiarias de esta ley, según sea la acción que desarrollen en el sector turismo gozarán de los siguientes beneficios con

la extensión y alcances que se establezcan en este artículo.

1) Cuando se trate de las acciones previstas en el artículo 3 inc a).

I) Exención en el pago del impuesto sobre los ingresos

brutos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción, del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 5 años y el 50% por

los subsiguientes en las zonas de Promoción "B".

Esta exención se refiere solo a la actividad promovida y correrá a partir del comienzo de la explotación de la actividad de que se trate.

II) Exención en el pago del impuesto Inmobiliario del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción

del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B".

III) Exención en el pago del Impuesto de Sellos del 100% por 15 años en las zonas de Especial Promoción

del 100% por 12 años en las zonas de Promoción "A" y del 100% por 10 años en las zonas de Promoción "B". Las exenciones previstas en los incisos b) y c)

tendrán carácter provisorio hasta que se comience a explotar la actividad de que se trata.

(...)

Artículo 12º Las exenciones del Impuesto

Inmobiliario establecidas en el artículo precedente solo se operarán sobre el inmueble destinado a la explotación de la actividad para la cual fue otorgado el

beneficio y comenzará a regir a partir de que se otorgue al solicitante el carácter de "beneficiario provisorio" y se comiencen a realizar las obras correspondientes.

8.9. Anexo Nº 9: Fotos de elementos temáticos decorativos



Foto Nº 1: Lámpara de techo



Foto Nº 2: Antiguos botellones



Foto Nº 3: Vieja prensa para vino

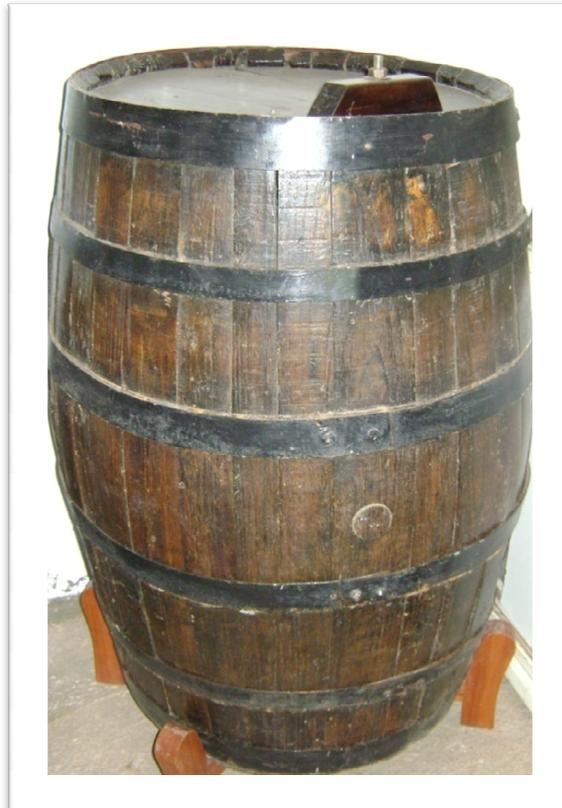


Foto Nº 4: Barrica de roble

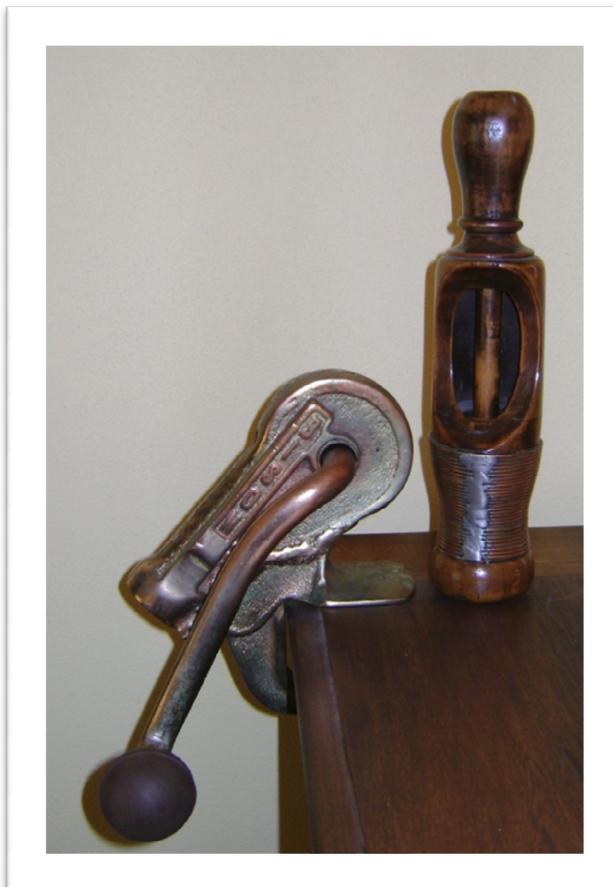


Foto N° 5: Antiguo sacacorcho de bronce y artefacto para colocar corchos.

8.10 Anexo Nº 10: Modelo de encuesta realizado para determinar el nombre del emprendimiento

<h2>Queremos conocer su opinión</h2> <p>Estamos realizando la elección del nombre para un nuevo complejo de cabañas en el Valle de Punilla, que estará envuelto en la cultura del vino, ya que se ubicará junto a los viñedos de una bodega. Por favor, selecciones la opción de su preferencia.</p>	
Le Charbounier – Cabañas	
Viñedo Serrano – Cabañas	
Cabañas del viñedo	

8.11. Anexo N° 11: Costos diarios estimados

Concepto	Costo
Sueldo Mucama- cocinera	2.000
Lavandería	450
Insumos limpieza	280
Insumos desayuno	3.600
Hosting página web	30
Abono Internet	120
Abono Direc Tv	300
Epec	2.400
Teléfono	100
Total de egresos por mes*	9.280
Costo diario por unidad**	52

NOTAS:

* : El cálculo se realizó considerando el supuesto del nivel de ocupación ideal del 100%.

** : El monto solamente se toma como referencia, debido a que se calculó un nivel de ocupación ideal del 100%.

9. Bibliografía consultada

- Apunte de “Enología”. Escuela de Gastronomía Azafrán - Instituto Argentino de Gastronomía. Año 2003.
- BONESSI, Fernando. Y BRUGNONI, María Alejandra. “Producto Turístico 1”. Córdoba: Editorial Copiar, 2002.
- Diccionario de la Real Academia Española - <http://buscon.rae.es>
- GONZALEZ Lydia; TALON, Pilar. “Dirección Hotelera. Operaciones y procesos”. Madrid: Editorial Síntesis, 2002.
- KOTLER, Philip. “Dirección de Mercadotecnia – análisis, planeación, implementación y control”. 8ª edición. México: Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A., 1996.
- Ley de Hotelería N° 6483. Provincia de Córdoba
- MONTANER MONTEJANO, Jordi. “Estructura del mercado turístico”. 2º edición. Madrid: Editorial Síntesis, 1999.
- SABINO, Carlos. “El proceso de la investigación”. Buenos Aires: Editorial Lumen / Humanitas , 1999.
- SAPAG CHAIN, Nassir ; SAPAG CHAIN, Reinaldo. “Preparación y evaluación de proyectos”. 4ª edición. Colombia: Editorial Mc Graw Hill, 2000.
- SAPAG CHAIN, Nassir. ”Proyectos de inversión. Formulación y evaluación”. México: Editorial Prentice Hall. 2007.

10. Páginas web consultadas

- http://www.7decopas.com.ar/vitivinicultura_regional.htm
- <http://www.areadelvino.com>
- <http://www.caminosdelvino.com>
- <http://www.corredorserrano.com>
- <http://www.lmcordoba.com.ar/2007/01/26/nota127848.html>
- <http://www.paseosdelvino.com/espanol/indexesp.html>
- <http://www.sitiosargentina.com.ar/notas/mayo-2005/HOTEL.htm>
- <http://www.tendenciasplus.com/contenidos/ver/160>
- <http://www.visitacostadelsol.com/content/view/431/145/>
- <http://www.asiespunilla.com.ar/charbonier/info.html>
- <http://www.encapilladelmonte.com.ar/charbonier/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Charbonier>
- http://www.mendoza.com.ar/bodegas_con_alojamiento_1.html
- <http://www.turismocordoba.com.ar/charbonier/>
- <http://www.cordobaturismo.gov.ar/Localidades.aspx?IdLocalidad=20768>