



FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN
Licenciatura en Administración de Empresas

2018

Proyecto de Inversión para la apertura y gestión
de un complejo de cabañas en San Luis, Salta.
Año 2017.



Proyecto

Docente a cargo: Lic. Cecilia González de Cruz

Autora:
Jesica Ulloa

Directora:
Lic. Salomé Sosa

AUTORIDADES UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SALTA

GRAN CANCELLER

S. E.R. Mons. MARIO ANTONIO CARGNELLO ARZOBISPO DE SALTA

RECTOR

Ing. RODOLFO GALLO CORNEJO

VICERRECTORA ACADÉMICA

Mg. CONSTANZA DIEDRICH

VICERRECTOR ADMINISTRATIVO

Dr. DARIO EUGENIO ARIAS

VICERRECTOR DE FORMACIÓN

Pbro. Dr. CRISTIAN ARNALDO GALLARDO

DECANO DE LA FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

CPN FEDERICO GUIJARRO JIMÉNEZ

JEFE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Lic. MABEL LAS HERAS

ÍNDICE Página**PRIMERA PARTE**

INTRODUCCIÓN	5
I. DIMENSIÓN EPISTEMOLÓGICA	7
1. DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN	8
2. MOTIVACIÓN	8
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
3.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	10
3.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
4. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO.....	11
5. JUSTIFICACIÓN	11
6. ORIGEN DEL PROBLEMA	13
7. ANTECEDENTES.....	14
8. ORIGINALIDAD DEL PROYECTO	15
9. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO/ VIABILIDAD.....	16
10. PRINCIPIOS ÉTICOS Y LEGALES	16
11. OBJETIVOS	17
12. MARCO TEÓRICO	18
13. HIPÓTESIS	19
14. OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	19
II. DIMENSIÓN DE LA ESTRATEGIA GENERAL	22
15. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN	23
15.1. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO O POBLACIÓN	23
15.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	23
15.3. DETERMINACIÓN DE LA UNIDAD DE OBSERVACIÓN.....	24
15.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
15.5. TIPO DE DISEÑO.....	25
III. DIMENSIÓN DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.....	26
16. FUENTES, MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	27
17. PLAN DE TABULACIÓN DE DATOS	29

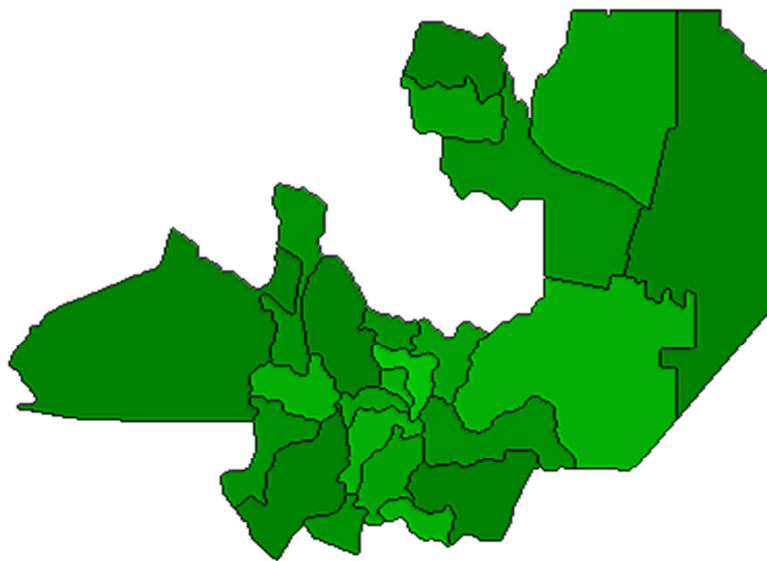
SEGUNDA PARTE

MARCO TEORICO.....	30
CAPITULO I: PROYECTOS DE INVERSION.....	30
ETAPAS DEL PROYECTO DE INVERSION.....	31
ESTUDIO DE MERCADO.....	32
SEGMENTO DE MERCADO Y PREFERENCIA DE LOS CONSUMIDORES.....	34
COMPETENCIA.....	34
ELEMENTOS BASICOS EN EL ESTUDIO DE MERCADO.....	35
ESTUDIO TECNICO.....	37
PARTES QUE CONFORMAN UN ESTUDIO TECNICO.....	38

ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO.....	39
ESTADOS FINANCIEROS DEL PROYECTO.....	40
EVALUACION FINANCIERA.....	41
PRESUPUESTO.....	42
METODOS DE EVALUACION DE LOS PROYECTOS DE INVERSION.....	42
RIESGO- INCERTIDUMBRE.....	44
 CAPITULO II:	
SERVICIOS.....	45
CONCEPTO DE SERVICIO.....	45
TIPOS DE SERVICIOS.....	45
SERVICIOS DEL MERCADO.....	46
SERVUCCION.....	46
ELEMENTOS DEL SISTEMA DE SERVUCCION.....	47
CADENA DE VALOR.....	48
META.....	49
MISION Y VISION DEL NEGOCIO.....	49
ORGANIGRAMA.....	50
ESTRATEGIAS GENERICAS PARA LOGRAR LA MISION.....	51
 TERCER PARTE	
 PROYECTO DE INVERSION PARA LA APERTURA Y GESTION DE UN COMPLEJO DE CABAÑAS EN SAN LUIS. AÑO 2017.....	52
 CUARTA PARTE	
CONCLUSIONES.....	136
 QUINTA PARTE	
BIBLIOGRAFÍA.....	141
 SEXTA PARTE	
ANEXOS.....	143
 SEPTIMA PARTE	
HOJA DE EVALUACION.....	155

INTRODUCCIÓN

Después de un breve análisis en la provincia de Salta, se propone un proyecto aprovechando las grandes ventajas con las cuentas esta hermosa provincia. La misma se encuentra al noroeste de la República Argentina con una superficie de 154.775 km², su población total es de 1.079.051 habitantes.



<https://www.viarural.com.ar/viarural.com.ar/mapa/salta/salta.htm>

El proyecto consiste en la implementación de un complejo de cabañas en la localidad de San Luis, ubicada cerca de la ciudad de Salta y a una corta distancia del aeropuerto de la provincia, donde se encontrará tranquilidad, en el cual conviven casas coloniales y edificios de estilo moderno.

Se realizará un análisis de los distintos tipos de ofertas de alojamientos que hay en la zona, cuáles serán los potenciales clientes, siendo el principal objetivo que el complejo de cabañas de esta investigación sea en lo primero que piensen los viajeros a la hora de visitar la provincia de Salta.

El papel del licenciado en administración de empresas en este ámbito radica que al tratarse de un proyecto de inversión se deberán realizar estudios correspondientes para ver si el proyecto analizado resulta rentable antes de ejecutarlo y para esto, se deben aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera.



I. DIMENSIÓN EPISTEMOLÓGICA

1. DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Proyecto de Inversión para la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017.

2. MOTIVACIÓN

Al hacer un análisis se pudo observar que en los últimos años la provincia de Salta es una de las más elegidas a la hora de vacacionar, teniendo así un gran crecimiento en la actividad turística.

Al hacer un estudio de las diversas zonas de la provincia de Salta, se descubrió que San Luis es una localidad en constante crecimiento combinando las arquitecturas de antiguas fincas con modernas casas de campos que conservan el estilo colonial, local se ha convertido en un destino turístico elegido por quienes desean alojarse para disfrutar de la naturaleza, a lo que se le suma sus habitantes que maravillan a todos por sus tradiciones y amabilidad hacia los demás.

En consecuencia, es un tema muy interesante porque le permite a la investigadora aplicar diversos temas estudiados en la carrera al momento de desarrollar el proyecto.

Este proyecto será un pequeño aporte para el gran crecimiento turístico que está teniendo la provincia, dándoles una nueva alternativa adónde recurrir a las personas que arriban a la provincia.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión de un complejo de cabañas en la localidad de San Luis, Salta en el año 2017 de acuerdo a las necesidades de los clientes y el beneficio que puede generar una localidad rustica y colonial?

3.2. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las estrategias que permiten alentar el desarrollo turístico a través de una cobertura de servicio diferente de estadía a los clientes?

¿Cuáles son las expectativas que los potenciales clientes esperan recibir?

¿Cuáles son las acciones de diferenciación de la competencia que puede brindar la empresa por el servicio que brindará?

¿Cuáles son las iniciativas de posicionamiento en el mercado que se pueden implementar en el plazo de 12 meses?

3.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la viabilidad de un proyecto de inversión sobre la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017, como un servicio que se ajuste a las necesidades del cliente, los beneficios de la zona y cómo puede resultar rentable?

4. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

El objeto de estudio de la presente investigación es la elaboración de un proyecto de inversión que contemple las acciones necesarias para iniciar y gestionar un complejo de cabañas en San Luis, provincia de Salta, en el año 2017, analizando la rentabilidad y viabilidad del tema.

5. JUSTIFICACIÓN

5.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Para llevar a cabo la presente investigación, se analizará bibliografía correspondiente a: Proyecto de Inversión, Tipos de lugares que brindan

servicios de hospedajes, Organigrama, Posicionamiento del producto, servicio, mercado, oferta, demanda, cadena de valor,

Con el propósito de abordar tales temáticas, los libros de referencia fueron Baca Urbina, G (1995), sobre *Evaluación de proyectos*, el libro de De La Poza Lleida, J. acerca de Servicios Turísticos, la obra de Dorado, J. y Cerra, J. sobre Manual de Recepción y Atención Al Cliente, Economía Principios y Aplicaciones entre otros autores que fueron de gran ayuda al momento de realizar diversos estudios que eran de suma importancia para poder desarrollar este proyecto.

5.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El resultado de la investigación será de gran utilidad en la carrera de Administración de Empresas, ya que al realizar un proyecto de inversión se debe considerar que se necesitan aplicar todas aquellas materias pertinentes para realizar un estudio de mercado, estudio de oferta y la demanda para realizar un proyecto de inversión.

5.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La intención de este trabajo será expresar la importancia de llevar a cabo un Proyecto de Inversión para la apertura y gestión de un complejo de

cabañas en San Luis, Salta en el año 2017, analizando todos los aspectos inherentes al mercado, cliente, oferta y demanda.

6. ORIGEN DEL PROBLEMA

El origen del problema de esta investigación radica en que se observa que la provincia de Salta obtuvo un gran crecimiento en actividad turística y que la zona de San Luis es un lugar muy buscado por quienes desean encontrarse con la naturaleza y a la vez, disfrutar de esa arquitectura colonial que puede encontrarse ahí.

También, al realizar un sondeo de opinión a un sector de turistas nacionales y extranjeros, se notó que consideraron que era necesario instalar un complejo de cabañas en la zona de San Luis con las características coloniales para que ellos tuvieran la sensación de estar en un ambiente que los haga sentir lejos de una gran ciudad pero con las características de una pequeña aldea moderna.

7. ANTECEDENTES

Garzón, G. (2003).El alojamiento turístico como alternativa de inversión. Licenciatura en Turismo, Escuela Universitaria de Turismo. Universidad Católica de Salta.

En el trabajo citado se realiza un análisis de la oferta de alojamiento en la provincia y la ciudad de Salta, además de investigar las características de la demanda que elige la provincia y las variables que influyen en la misma.

La presente investigación muestra la rentabilidad y viabilidad de un proyecto de inversión de un complejo de cabañas en la localidad de San Luis, en el año 2017 de acuerdo a la demanda a la que se destinará y la diferenciación del servicio que se brindará.

Lanuza, M. (2002).Proyecto de inversión de lavadero de ropas para clínicas y hospitales. Licenciatura en Comercialización. Facultad Escuela de Negocios. Universidad Católica de Salta.

El trabajo citado se realiza un proyecto de inversión para crear un lavadero de ropas y hospitales en la ciudad de Salta, realizando estudios detallados de mercado basado en la demanda y oferta a través de encuestas para poner en marcha el proyecto deseado.

En la presente investigación tratándose de un proyecto de inversión de un complejo de cabañas en la zona de San Luis también se realizará amplio un estudio de mercado realizando encuestas y obteniendo información de la secretaria de turismo de la provincia destinado a la finalidad de un proyecto hotelero.

López Díaz, R. (2007).El turismo alternativo en Salta. Licenciatura en Administración de empresas. Facultad de Economía y Administración. Universidad Católica de Salta.

En la investigación citada se encuentra basada en el turismo alternativo en la provincia de Salta que se caracteriza por ser un turismo no masivo donde el turista quiere vivir su experiencia de forma participativa. El presente proyecto se basa en el turismo tradicional donde el cliente es solo un espectador pasivo del destino que eligió visitar y conocer.

8. ORIGINALIDAD DEL PROYECTO

Esta investigación resulta original puesto que con el correr de los años la zona de San Luis se encuentra en constante crecimiento, hallándose en ella barrios residenciales con una gran tranquilidad para aquellas personas que desean descansar y compartir momentos agradables con sus familias.

Es así, que en la presente investigación se analiza un proyecto de inversión que ofrece una posibilidad a los turistas que llegan a Salta de poder hospedarse en un lugar distinto a los demás, ya que se brindará un ambiente colonial y que contará con una infraestructura totalmente rústica, el personal capacitado continuamente para que los clientes sean tratados con excelencia.

9. FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

ANÁLISIS FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	➤ Brindar las herramientas y conocimientos financieros necesarios para la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta, en el año 2017.	➤ La distancia que tiene el complejo de cabañas que se pretende analizar con la ciudad de Salta, puede resultar poco beneficioso en relación a la competencia del rubro turístico.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	➤ Incentivar el turismo en la localidad de San Luis por la idea de que exista un complejo de cabañas en esa zona que represente un servicio de calidad. ➤ Micro emprendimientos fomentados desde el gobierno.	➤ Luego de realizado el proyecto de inversión, los resultados sean desfavorables para el emprendimiento hotelero al no resultar rentable ni viable. ➤ Inestabilidad económica.

10. PRINCIPIOS ÉTICOS Y LEGALES

Luego de recolectar la información, el uso a darle será exclusivamente para los fines de la presente investigación, quedando a criterio de quien escribe, la divulgación de la información a los demás emprendimientos del medio con características similares al emprendimiento analizado.

11. OBJETIVOS

General

- ✓ Analizar la viabilidad de un proyecto de inversión sobre la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017 de acuerdo a las necesidades que los clientes buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad rústica y colonial para la rentabilidad del negocio.

Específicos

- ✓ Identificar las ventajas de la ubicación que tendrá el proyecto a realizar.
- ✓ Analizar el mercado consumidor del servicio de alojamiento en la zona de San Luis.
- ✓ Mencionar las características de los potenciales clientes de este servicio.
- ✓ Examinar el mercado competidor en la zona de San Luis.
- ✓ Definir acciones de diferenciación de la competencia por el servicio innovador que se brindará.
- ✓ Establecer un programa de acción táctica de impulsión.
- ✓ Determinar la rentabilidad del proyecto de inversión.

12. MARCO CONCEPTUAL

Capítulo I

Concepto de Proyectos de Inversión

Etapas del Proyecto

Estudio de Mercado

Competencia

Elementos básicos del estudio de mercado

Estudio técnico

Estudio económico- financiero

Estados financieros del proyecto

Flujo de efectivo del proyecto

Evaluación Financiera

Métodos de evaluación de los proyectos

Riesgo e incertidumbre

Capítulo II

Concepto de servicio

Tipos de servicios

Servicios del mercado

Cadena de valor

Metas

Misión y Visión del negocio

Organigrama

Estrategias genéricas para lograr la visión

13. HIPÓTESIS

Un proyecto de inversión sobre la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017 resulta viable y rentable porque se ajusta a la demanda, las necesidades que los clientes buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad residencial con un alto contenido colonial.

IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: proyecto de inversión.

Variable dependiente: demanda, las necesidades que estos buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad rustica y colonial.

14. OPERALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

OPERACIONALIZACIÓN CONCEPTUAL

Proyecto de inversión:

“Se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general” (Baca Urbina, G. 1995).

Gestión:

Es un proceso que incluye múltiples y complejas variables atravesadas por la dimensión de tiempo. Es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinada a establecer los objetivos y medios para su realización, a precisar la organización de sistemas con el fin de elaborar la

estrategia de desarrollo y ejecutar la gestión del personal (Blejmar, B. 2005)

Cabaña: se utiliza para hacer referencia a un tipo de vivienda realizada normalmente con materiales naturales que se obtienen directamente del medio ambiente. La cabaña es un tipo de vivienda típico de entornos rurales o naturales, especialmente de bosques y de espacios donde hay una importante abundancia de madera (principal material con el que se construye esta vivienda).

Demanda: “son las motivaciones que pueden llegar a tener los individuos para consumir determinados bienes son múltiples”.

Necesidad:

“Es la sensación de carencia de algo unida al deseo de satisfacerla” (Mochon, F. y Beker, V. 1993).

Beneficio:

Es un término genérico que define todo aquello que es bueno o resulta positivo para quien lo da o para quien lo recibe, entendiéndose como un beneficio todo aquello representativo del bien, la cuestión enmarca una utilidad la cual trae consecuencias positivas que mejoran la situación en la que se plantean los problemas a superar (Disponible en www.conceptosdefinición.com Consultado el 04/09/17).

Viabilidad: es la cualidad de viable (que tiene probabilidades de llevarse a cabo o de concretarse gracias a sus circunstancias o características). El concepto también hace referencia a la condición del camino donde se puede transitar.

Rentabilidad:

“Hace referencia a los beneficios que se han obtenido o se pueden obtener de una inversión que hemos realizado previamente” (Disponible en <http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html> Consultado el 19/07/17).

OPERALIZACIÓN EMPÍRICA

VARIABLE	DIMENSIÓN	SUBDIMENSIÓN	INDICADORES
Variable independiente: proyecto de inversión	Estudio de Mercado	Estudio de lugar.	Emplazamiento de la cabaña.
	Análisis de la competencia	Competidores directos e indirectos	Nómina de cabañas cercanas a la zona y de zonas más alejadas.
	Análisis de oferta y demanda.	Curva de oferta y demanda	Promociones existentes de cabañas en San Luis y en la provincia de Salta. Sondeo de opinión de turistas sobre sus expectativas de alojamiento.
	Aspectos económicos y financieros.	Tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN), flujo de caja.	Gastos del emprendimiento. Ganancias. Tipo de cambio de moneda extranjera.
Variable dependiente: demanda, las necesidades que estos buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad rústica y colonial	Estudio de Mercado	Estudio de la zona donde se realizara el proyecto.	Estudios específicos de cómo se realizara el proyecto.
	Análisis de las necesidades de los clientes.	Tipos de clientes Gustos de los clientes	Cuestionarios a turistas que visitan la provincia para conocer más sobre sus preferencias.

II. DIMENSIÓN DE LA ESTRATEGIA GENERAL

15. ASPECTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

15.1. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO O POBLACIÓN

El universo o población de la presente tesis será mercado turístico de Salta en el año 2017 y el comportamiento de las personas que intervienen en ese mercado.

15.2. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

En la presente investigación, se realizarán cuestionarios de preguntas cerradas a turistas que visiten la provincia de Salta en el año el primer semestre del año 2017 estará definida hacia turistas extranjeros y turistas nacionales y a la vez hemos seleccionado:

Extranjeros, Familias, Jóvenes, Personas de tercera edad.

Nacionales: Familias, Jóvenes, Grupos de tercera edad (entre 60 años en adelante).

Entre los cuales realizaremos un total de 50 cuestionarios ya que consideramos que con los resultados obtenidos podemos hacer un estudio de la cantidad de turistas que llegan a la provincia y saber cuáles son las características que buscan al momento de alojarse en la provincia y de esta manera poder aplicarlo en nuestro proyecto.

Así mismo se analizarán los competidores de servicios de alojamiento de cabañas existentes en la zona de San Luis:

- ✓ Cabaña Villa del sol.
- ✓ Cabaña Las Elenas.
- ✓ Cabaña Inti Wasi.

15.3. DETERMINACIÓN DE LA UNIDAD DE OBSERVACIÓN

La unidad de observación de esta investigación serán los siguientes: Estudio de mercado, inversión inicial, capital de trabajo, Flujo de Caja o Cash-Flow, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR)

15.4. TIPO DE INVESTIGACIÓN

- * *Finalidad:* Básica, ya que se realizará un Proyecto de Inversión para la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017.
- * *Alcance temporal:* Seccional, puesto que se determina en tiempo y espacio actuales.
- * *Profundidad:* exploratoria y descriptiva.
- * *Amplitud:* microsociológica, ya que se analiza sólo a una empresa de un rubro específico.
- * *Fuentes:* primarias y secundarias.
- * *Carácter:* cuantitativo, ya que se realizarán todos los cálculos financieros para establecer la viabilidad del proyecto de inversión sugerido.
- * *Marco o contexto:* de campo.
- * *Concepción de fenómeno:* nomotética porque se intenta realizar conclusiones vinculadas al ámbito financiero de mercado.
- * *Modalidad:* estudio de caso con un control de variables del mismo tipo.
- * *Orientación que asume:* hacia la aplicación, puesto que se elaborará una estrategia que permita alentar el desarrollo turístico a través de una cobertura de servicio diferente al brindar una excelente estadía a los clientes.
- * *Tiempo de ocurrencia de los hechos:* prospectiva porque se quiere exponer iniciativas de posicionamiento en el mercado en el corto plazo (1 año).
- * *Control de las variables:* de caso.

* *Alcance de los resultados: descriptiva/ analítica.*

15.5. TIPO DE DISEÑO

Tipo de diseño Cuantitativo, bajo la perspectiva experimental con un estudio interpretativo del análisis la viabilidad y rentabilidad del proyecto de inversión sobre la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017 de acuerdo a la demanda, las necesidades que los clientes buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad rustica y colonial.

III. DIMENSIÓN DE LAS TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

16. FUENTES, MÉTODO Y TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

16.1. En la presente investigación, se abordarán fuentes primarias de recolección de información como cuestionarios de preguntas cerradas para tener resultados precisos sobre la necesidad del público objetivo para reconocer si el emprendimiento analizado se adapta a lo que establece la teoría acerca de la planeación empresarial y la gestión de emprendimiento.

Se recurrirá además, a fuentes secundarias de bibliografía vinculada al contenido de los capítulos del marco teórico que se desarrolló anteriormente.

16.2. El método de recolección de información será la observación directa intencional como entrada al campo, dónde se advertirá cómo emprendimientos de similares características al emprendimiento analizado han llevado a cabo su gestión empresarial para poder establecer así, las fortalezas y debilidades en este sentido de la gestión propia.

16.3. Finalmente, las técnicas que se llevarán a cabo en esta investigación para la recolección de información será la observación y el cuestionario de preguntas cerradas.

Modelo de Cuestionario

Preguntas	Objetivo
¿Porque eligió la provincia de Salta para realizar su viaje? ☐ Por gusto ☐ Para conocer parte de este país ☐ Por cercanía a mi lugar de origen ☐ Porque tiene algún familiar o conocido en la provincia.	Elaborar una estrategia que permita alentar el desarrollo turístico a través de una cobertura de servicio diferente al brindar una excelente estadía a los clientes.
¿En qué tipo de alojamiento le gustaría hospedarse? ☐ Hotel ☐ Hostal ☐ Cabañas	Identificar las expectativas de los potenciales clientes
¿Cuáles son las características que tiene en cuenta a la hs de elegir un alojamiento Atención de personal ☐ Calidad de servicios ☐ Precio ☐ Comodidad ☐ Comentarios de otros	Determinar acciones de diferenciación de la competencia por el servicio innovador que se brindará.
¿Cuáles son los gastos aproximados que desea realizar en la provincia de Salta? ☐ Menos de 2000 ☐ Entre 2000 y 5000 ☐ Más de 5000	Identificar las expectativas de los potenciales clientes
¿Cuál es el motivo de su viaje? ☐ Trabajo ☐ Vacaciones ☐ Visita de familia o conocidos ☐ Recomendación de venir aquí	Determinar acciones de diferenciación de la competencia por el servicio innovador que se brindará.

17. PLAN DE TABULACIÓN DE DATOS

Para realizar el proyecto se realizará un cuestionario a aquellas personas que se consideran como potenciales clientes para obtener más información que servirá al momento de llevar a cabo el proyecto.

Luego según los resultados obtenidos y sumándole la información utilizada en el trabajo de campo, se elaborarán conclusiones, para la entrega de la misma a las autoridades de la facultad.

Al obtener la devolución del trabajo realizado con correcciones de las autoridades de la facultad, se procederá a la defensa oral de la investigación en la fecha asignada por las autoridades.

MARCO TEORICO

Capítulo I: Proyecto de Inversión

Concepto

De acuerdo a Baca Urbina, G. (1995, p. 2), *“se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general”*.

Cuando una persona o una empresa desean realizar una inversión con dinero con el que cuenta, deseando brindar algún servicio o un producto que considere que un grupo de personas busquen satisfacer algún tipo de necesidad que tenga, en el caso aquí planteado, se realizará un proyecto de inversión de un complejo de cabañas en la provincia de Salta, en la Localidad de San Luis.

“Evaluación de un proyecto de inversión: Tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable”.¹

Todos los proyectos de inversión deberán realizarse con información relativa a los aspectos de mercado, técnicos, organizacionales, financieros y de evaluación, de tal modo que los resultados obtenidos de los análisis y evaluaciones den como resultado una toma de decisiones adecuada para realizar o no un proyecto de inversión, o bien para darle un nuevo enfoque a su estructura.

En la actualidad, una inversión inteligente requiere una base que la justifique. Dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que

¹ Baca, Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 3ª. Edición. 1998

indique la pauta que debe seguirse. De ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos.

Cabe señalar que el hecho de realizar un análisis exhaustivo no implica necesariamente que la inversión quedará fuera de riesgo. El futuro siempre nos prepara sorpresas y en los cálculos no se incluyen los hechos fortuitos como incendios, desastres naturales, huelgas, etc., ni los factores de tipo económico y político, como las devaluaciones, los golpes de estado, etc.

Etapas del proyecto

Para llevar a cabo nuestro estudio nos basaremos a las siguientes etapas:

Estudios Preliminares

En esta primera etapa se conceptualiza el proyecto de forma general delimitando los rangos máximos y mínimos de inversión con información que se tiene sin hacer mayor investigación para conocer la probabilidad de realizar dicha inversión. A partir de la información existente, se determinan los costos y los ingresos.

Estudio de pre factibilidad

Con el propósito de determinar la rentabilidad y viabilidad de un proyecto deberá realizarse un estudio destinado a profundizar con información más detallada del estudio de mercado, tecnología que se empleará y la rentabilidad del proyecto en el análisis de alternativas planteadas.

Estudio de Factibilidad

En esta etapa se realizará un estudio completo y final con en el nivel más profundo en el análisis. Deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, así como deberá presentarse una lista de contratos de venta ya establecidos; se deben actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión, entre otros.

La información presentada en el proyecto definitivo no debe alterar la decisión tomada respecto a la inversión, siempre que los cálculos hechos en el anteproyecto sean confiables y hayan sido bien evaluados.

Contiene toda la información del anteproyecto, pero son tratados los puntos finos de la alternativa más viable resultante elaborándose un documento del proyecto que está integrado por:

Estudio de Mercado

La realización de este estudio nos permite demostrar la existencia de la necesidad de un servicio considerando los elementos de juicio necesarios.

“Los objetivos son:

- *Ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado.*
- *Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.*
- *Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios.*
- *Como último objetivo, tal vez el más importante, pero por desgracia intangible, el estudio de mercado propone dar una idea al inversionista del riesgo que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado. Una demanda insatisfecha clara y grande, no siempre indica que pueda penetrarse con facilidad en ese mercado, ya que éste puede estar en manos de un monopolio u oligopolio. Un mercado aparentemente saturado indicará que no es posible vender una cantidad adicional a la que normalmente se*

*consume”.*²

La investigación que se realice debe proporcionar información que sirva de apoyo para la toma de decisiones, y en este tipo de estudios la decisión final está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

“La investigación que se realice debe tener las siguientes características:

- *La recopilación de la información debe ser sistemática.*
- *El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso.*
- *Los datos recopilados siempre deben ser información útil.*
- *El objeto de la investigación siempre debe tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones”.*³

Objetivos de mercado del proyecto

Los objetivos que se utilizarán para la realización del estudio de mercado serán:

- Analizar la demanda que existe en la provincia de Salta.
- Determinar cuál es la situación de mercado hotelera que existe en la provincia de Salta.
- Analizar cuáles serán nuestra competencia.
- Definir cuáles son las necesidades de nuestros potenciales clientes.

² Baca, Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 3ª. Edición. 1998.

³ Baca, Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 3ª. Edición. 1998.

Segmento de Mercado y preferencia de los consumidores

Se elige realizar un cuestionario para obtener información como fuente externa y cuantitativa, se ha encuestado a un grupo de personas que consideramos como potenciales clientes para conocer cuáles son sus preferencias sobre el sector de turismo.

A la vez el cuestionario permitirá obtener información para tomar decisiones que sean necesarias para tomar la mejor decisión respecto al complejo de cabañas que deseamos proyectar (servicios, precios, características de las cabañas, etc.)

Extranjeros:

- Familias
- Jóvenes
- Personas de tercera edad

Nacionales:

- Familias
- Jóvenes
- Grupos de tercera edad

Competencia

El mercado competidor es una de las principales fuentes de información para aquellos proyectos nuevos respecto a los cuales no se tengan un conocimiento particular. De su análisis se podría conocer acerca de los precios que se cobran, condiciones de crédito que ofrecen, la publicidad a enfrentar, diversidad de tamaño, entre otros.

Existen dos tipos de competencia

- Directa.
- Indirecta. Se compite por un proveedor o por un distribuidor.

“Existen 4 fuerzas que también pueden ser consideradas como amenazas en el sentido competitivo. Estas son:

Productos sustitutos: Son productos que pueden desempeñar la misma función que el producto que tiende a satisfacer la misma necesidad.

Competidor potencial: Son empresas que pueden ingresar al sector y convertirse en competidores.

Compradores: Son fuerzas competitivas que pueden atentar sobre la rentabilidad de empresas en diversas circunstancias.

Proveedores: Pueden ejercer poder de negociación sobre la empresa, amenazando con elevar los precios o reducir la calidad del producto o servicio.”⁴

Elementos básicos en el estudio de mercado:

Mercado: Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a recursos materiales.

Frente a la devaluación que se encuentra viviendo Argentina con su moneda, para los turistas que acceden al país les resulta muy barato vacacionar.

En un contexto difícil en el que muchos argentinos optaron por ir a Brasil y Chile por los beneficios en el cambio de la moneda, se considera que la temporada en Salta fue buena.⁵

Demanda: Según Mochón, F. y Beker, V. (1993, p, 67), “son las motivaciones que pueden llegar a tener los individuos para consumir determinados bienes son múltiples”.

⁴ Arceo J. “Proyectos de inversión Inmobiliaria”, 2002

⁵ <http://www.telam.com.ar/notas/201603/138157-salta-turismo-impacto-economico-perspectivas-semana-santa.html>

“Con la llegada del verano, la provincia de Salta recibió durante el mes de enero importantes ingresos provenientes de la actividad turística en crecimiento, tras haber recibido unos 240.000 arribos de visitantes, lo que significa 2 por ciento más que el año pasado”, según informaron fuentes oficiales.

En tanto, el aeropuerto Martín Miguel de Güemes se consolidó como el más importante de la región del NOA, ya que su movimiento se estima en 93.400 pasajeros, un 10 % más que el mismo período del 2016, según datos provisorios de Aeropuertos Argentina 2000. Según las encuestas de perfil, el 15% de los turistas llegaron a Salta en avión: si sólo consideramos los turistas extranjeros este porcentaje asciende al 42%. Por otro lado, el 32% de los turistas arribó en ómnibus de línea regular y el 47% lo hizo en auto particular.

Los resultados preliminares de las encuestas de perfil indican que el 87% de los turistas fueron nacionales, entre ellos se destacaron los propios salteños y también los visitantes de Buenos Aires, Tucumán Córdoba, Jujuy, Santa Fe y Santiago del Estero. Mientras que entre los visitantes extranjeros se destacaron los países de Bolivia, Brasil, Chile, Estado Unidos, Francia, España, Suiza e Italia.”⁶

Según la información obtenida en la secretaría de turismo y en las noticias vistas antes, se puede decir que Salta se afirma como uno de los principales destinos turísticos de Argentina.

Oferta: Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Nuevamente según Mochon, F. y Beker, V. (1993, p, 70) *“conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual”*.

Con los datos obtenidos en la Secretaria de Cultura y Turismo se estudiará la competencia analizando los diferentes hoteles de la provincia de Salta:

⁶ <http://www.elintransigente.com/sociedad/2017/2/1/crece-actividad-turistica-salta-recibio-240000-visitantes-421454.html> Consultado el 25/07/17

servicios que brindan, tipos de clientes a los que se destinan, sus comodidades-calidades y sus precios.

Precio. “Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar el bien o servicio, cuando la oferta y la demanda estén en equilibrio”.⁷

Estudio técnico

Consiste en Identificar y especificar las características que debe tener el activo fijo, así como la creación de un proceso de producción óptimo que permita la mejor utilización y control de los recursos destinados al funcionamiento del proyecto.

Se encarga de verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende y analiza determinando el tamaño óptimo la localización óptima, los equipos, las instalaciones y la organización que requiere para realizar la producción.

En si se pregunta sobre dónde, cuando, como, y con que producir lo que se desea por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.

⁷ Huerta, Ernestina y Siu Carlos, “Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital”, México, 2000

El estudio técnico del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de los bienes o servicios sociales.

Los distintos tipos de proceso productivo pueden clasificarse en función de sus flujos o productivos o del tipo de producto, teniendo cada uno efectos distintos sobre el flujo de fondos del proyecto. El proceso productivo y la tecnología que se selecciona influirán directamente sobre la cuantía de las inversiones, costos e ingresos del proyecto.

La importancia de la incidencia de la obra física en la estructura del flujo de caja se manifiesta a través de la tecnología usada teniendo influencia directa sobre el costo de operación.

Los factores predominantes en la selección de la mejor alternativa técnica son absolutamente de carácter económico, sin embargo, pueden ser necesarios considerar algunos elementos de orden cualitativo que en algunos momentos adquiera tanta relevancia como los factores económicos. La flexibilidad de adaptación de la tecnología es distinta considerando el procedimiento de materia prima y la capacidad para expandir o contraer los niveles de producción frente a la estacionalidad en el proceso.

Normalmente se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnología más moderna, solución que puede ser óptima técnicamente, pero no serlo financieramente. Uno de los resultados de este estudio será definir la función de producción que optimiza los recursos del proyecto.

Partes que conforman un estudio técnico

Factibilidad de Ubicación

“La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas que deben tomarse en cuenta. La localización tiene un efecto condicionado sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como la variabilidad de los costos de operación y

capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas a cada ubicación posible. La selección de ubicación debe considerar su carácter definitivo o transitorio y optar por aquellas que permitan obtener el máximo rendimiento del proyecto. El objetivo de la localización es asegurar mayores ganancias entre aquellas alternativas que se consideran viables.

Los factores que más comúnmente influyen en la decisión de la localización de un proyecto son las siguientes:

- ✓ *Medios y costos de transporte*
- ✓ *Disponibilidad y costo de mano de obra*
- ✓ *Cercanía de las fuentes de abastecimiento*
- ✓ *Factores ambientales*
- ✓ *Cercanía del mercado*
- ✓ *Costos y disponibilidad de terrenos*
- ✓ *Topografía de suelos*
- ✓ *Estructura impositiva legal*
- ✓ *Disponibilidad de agua, energía y otros suministros*
- ✓ *Comunicaciones*
- ✓ *Posibilidad de desprenderse de desechos”.⁸*

Estudio Económico-Financiero

Tiene como finalidad demostrar que existen recursos suficientes para llevar a cabo el proyecto y se tendrá un beneficio. El capital invertido deberá ser menor al rendimiento que se obtendrá.

⁸ Baca, Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 3ª. Edición. 1998

Estados financieros del proyecto

“Los estados financieros son los documentos contables que se elaboran con la finalidad de informar sobre la posición financiera de una entidad en una fecha dada, los resultados de operación y los cambios en la posición financiera para el ejercicio contable de manera fehaciente, veraz y oportuna.”⁹

Para efectuar el análisis y la evaluación de los proyectos de inversión es necesario hacer un ejercicio de simulación financiera, cuya base serán las operaciones que se pretenden llevar a cabo en proyecciones financieras que se concentran en estados financieros pro forma, son básicamente los siguientes:

Estado de Inversión Inicial del proyecto

Cuando se habla de inversión inicial nos estamos refiriendo a la totalidad de entradas y salidas que se efectuarán para determinar los costos y gastos iniciales en el momento cero o de partida del proyecto. Por lo tanto, sus principales componentes son:

- ✓ Precio neto pagado por el bien de capital
- ✓ Costos y gastos de arranque
- ✓ Estímulos fiscales

Estado de Resultados del proyecto

Este estado deberá mostrar en forma detallada de ingresos y egresos que se esperan realizar durante la vida económica del proyecto.

⁹ Baca, Urbina Gabriel. “Evaluación de Proyectos”, 3ª. Edición. 1998.

Balance General del proyecto

Tienes por objeto permitir a los involucrados en el desarrollo del proyecto, evaluar la situación financiera, y de manera particular establecer las condiciones relativas a los activos circulantes y pasivos a corto plazo, o sea al capital de trabajo.

Flujo de efectivo del proyecto

Deberá mostrar en forma detallada y ordenada las operaciones de entrada y salida que se espera realizar durante la vida del proyecto.

Evaluación Financiera

La evaluación de un proyecto tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable para poder asignar los recursos económicos a la mejor alternativa.

Como sabemos cada estudio es único y diferente a todos los demás, sin embargo, la metodología a seguir en todos y cada uno de ellos posee la particularidad de poder adaptarse a cualquier proyecto. Las áreas generales en las que se puede aplicar la metodología de la evaluación de proyectos son:

- ✓ Instalación de una planta totalmente nueva
- ✓ Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente
- ✓ Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales
- ✓ Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente

Presupuesto

Al hablar de planeación en inversiones a largo plazo se debe encontrar basado en pronósticos y presupuestos de ventas futuras, costo, requerimientos de producción y disponibilidad de numerario, entre otros elementos.

El presupuesto es una expresión cuantitativa de los objetivos gerenciales y un medio para controlar el progreso hacia el logro de tales objetivos.

Método de evaluación de los proyectos de inversión

La decisión de aceptar o rechazar un proyecto de inversión se realiza en base a la aplicación técnica de uno o varios métodos de evaluación. Los más comunes para la evaluación de proyectos de inversión son:

✓ Periodo de recuperación: Tiene como objetivo determinar el tiempo necesario para que el proyecto genere los recursos suficientes para recuperar la inversión realizada. Por el número de años que una empresa necesita su inversión original a partir de los flujos de efectivo.

Ventajas:

- ✓ Se conoce exactamente el tiempo en que se recupera la inversión.
- ✓ Se calcula fácilmente.

Desventajas:

- ✓ No toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo
- ✓ No considera los flujos de efectivo generados después del periodo de recuperación y de esta manera descarta proyectos que son muy redituables.
- ✓ Método de Valor Presente Neto: Para llevar a cabo este método, se obtiene el valor presente de los flujos netos de efectivo que se esperan de una inversión, descontados al costo de capital, y se resta el costo inicial de desembolso del proyecto. Si el valor presente neto es positivo, el proyecto debe ser positivo de lo contrario debe rechazarse.

Ventajas:

- ✓ No le importa el signo de los flujos de efectivo (positivo o negativo)
- ✓ Método de la tasa interna de retorno o TIR: Es la tasa de interés que igual al valor presente de los flujos de efectivo esperados para el futuro, o ingresos, con el costo inicial del desembolso. Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza.

Para evaluar el proyecto, se debe comparar la TIR del proyecto con la tasa del costo de capital. Si la TIR es mayor que la tasa del costo de capital, se acepta el proyecto, sino es así, se rechaza.

Ventajas:

- ✓ Considera el valor del dinero a través del tiempo

Desventajas:

- ✓ No funciona si existen flujos de efectivo negativos en el proyecto.
- ✓ Las variaciones que sufre la TIR año con año.

Riesgo e incertidumbre

“El riesgo y la incertidumbre representan la probabilidad que existe, de que el cambio en las variables macroeconómicas y operacionales ocasione la reducción y/o eliminación de la rentabilidad de la inversión.”¹⁰

- ✓ Análisis de sensibilidad: Una vez elaborados todos los estados financieros con sus proyecciones y tomando en cuenta a todas las variables que conformara la información financiera, modificaremos sus valores y cantidades con el fin de crear diferentes escenarios.

¹⁰ Baca Urbina Gabriel, “Evaluación de Proyectos” 3ª. Edición, 1998

Capítulo II

Servicio

“Cualquier acción, acto o prestación, de naturaleza intangible, prestado humana o mecánicamente o de manera mixta, a personas, personas jurídicas o propiedades y animales”.¹¹

Este proyecto en especial contempla a los turistas que visitan nuestra provincia creando una nueva opción a la que podrán acceder si desean elegir como destino la provincia de Salta.

Tipos de Servicio

Según el(los) prestador (es) sea(n)	El servicio es:	Ejemplos:
Personas, En general, entre personas	Tipo 1	Abogados, cuidados programas de radio, etc.
Producto(s) Se da cuando una(s) persona(s) consume(n) un producto uso de cualquier producto	Tipo 2	El servicio que presta una aspiradora, una tiza, etc. y en general el consumo
Persona(s) y (varios) producto (s).Ocurre	Tipo 3	El servicio de Taxi hotelería, restaurante,

¹¹ Cornejo, F. (2011). Módulo Marketing Estratégico. Facultad de Economía y Administración, Universidad Católica de Salta.

cuando productos posibilitan prestación	existen que la		etc En general, en este nivel se encuentra la mayoría de los servicios.
--	----------------------	--	--

Fuente: Cornejo, F. 2011, p 147.

El servicio que en la presente investigación se brindará será el de tipo 3, ya que es un servicio de excelente calidad para que los clientes se sientan muy cómodos en el tiempo que dure su estadía.

Servicios del mercado

Cuando se ingrese al complejo de cabañas estudiado, se brindará el servicio de acceso a DIRECT Tv dándole un valor agregado al servicio que estaremos brindando.

Servucción

“La producción del servicio”. “Es la organización sistemática y coherente de todos los elementos físicos y humanos de la relación cliente- empresa necesaria para la realización de una prestación de servicio cuyas características comerciales y niveles de calidad han sido determinadas.”¹²

¹² Albrecht, K.R.” Gerencia de servicio”(1991) Editorial LEEIS Editores. Bogotá, Colombia

Los elementos bases del sistema de servucción son:

✓ “El cliente o beneficiario: Sujeto activo del servicio, brinda información acerca de su necesidad, expectativa o deseo. La calidad y precisión de la información son condicione necesarias, aunque no la calidad de servicio prestado, que además evalúa. Es por ello que la total satisfacción de las necesidades del cliente es el primer elemento en el sistema de Servucción, este debe sentirse estimulado y motivado para solicitar el servicio que se vaya a prestar.

✓ El soporte físico: (elementos tangibles de la servucción). Lo constituye el soporte material necesario para la producción del servicio como instalación constructiva, accesos, locales, mobiliario, infraestructura general y de equipamiento, tecnología, piezas componentes y accesorios, materiales útiles, herramientas, medios de protección, entre otros.

✓ El personal: Son las personas empleadas por la empresa para brindar el servicio acorde a la información del beneficiario de acuerdo a sus conocimientos del proceso y las habilidades adquiridas. Este personal puede ser de contacto, de apoyo y de dirección. La atención personalizada al cliente es un punto de suma importancia en la Servucción; el personal encargado debe ser idóneo y estar preparado para satisfacer a cabalidad las necesidades de los consumidores.

- ✓ El servicio: Es el resultado de la interacción de los tres elementos de base que son el cliente, el soporte físico y el personal. Este resultado constituye un beneficio que debe satisfacer la necesidad del cliente. “

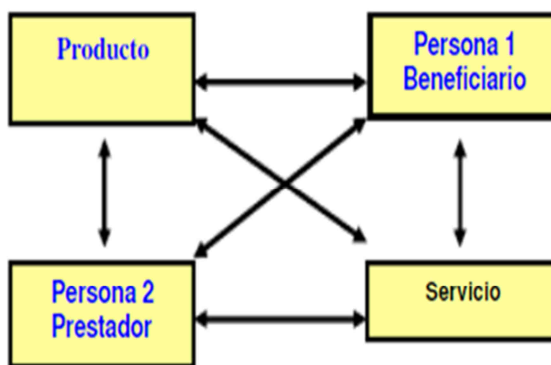


Figura 1.4. Sistema de servicio tipo base 3. [Fuente: Eigler y Langeard, 1989]

El complejo de cabañas que se ofrecerá es un servicio de base tipo tres, donde interactúan dos personas, un producto y se obtiene el servicio necesario o deseado.

Cadena de valor

De acuerdo a Hermedia, J; Serra, R. y Kastika, E. (1992, p. 286), *“la cadena de valor desagrega a la empresa en sus nueve actividades estratégicas más relevantes. Una empresa es “más” que otra si tiene más ventajas competitivas”*.

Con el propósito de lograr ventajas competitivas nuestra empresa estará permanentemente adecuándose al contexto, orientándose fundamentalmente a lograr una organización inteligente que aprende de la

experiencia y se adecua con gran velocidad a los cambios, potenciando a su personal mediante una capacitación oportuna y planificada.

Metas

Cornejo, F. (2011, p. 23), expone que *“un objetivo necesita ser cuantificado para poder ser evaluado, es decir debe ser especificado con respecto a magnitud y tiempo. Es entonces cuando el objetivo se convierte en una meta específica cuantificable”*.

Las metas que tendrá el personal de la organización serán:

- Satisfacción de los clientes
- Alta eficiencia.
- Alta calidad.
- Innovación.

Misión y visión del negocio

Según Cornejo, F. (2011, p. 20), la *“Misión es “razón de ser” (o misión) de la Empresa”*.

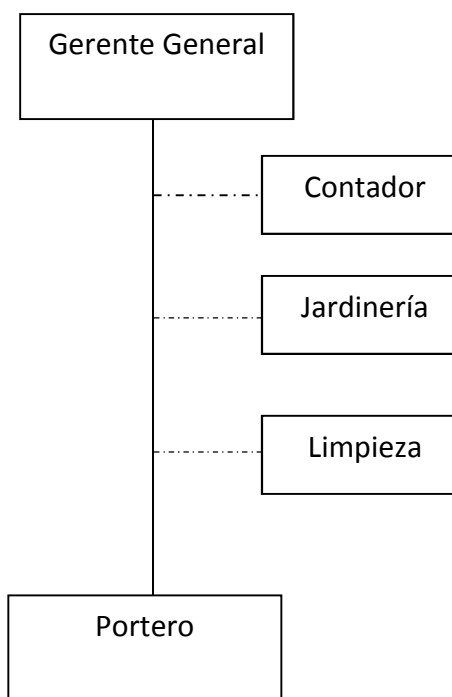
La misión del proyecto aquí analizado será estar realmente comprometidos con la provincia, realizando un gran aporte al desarrollo turístico, brindando todos los atributos de la calidad que sea requerida por

los turistas que deseen conocer nuestra provincia alojándose en nuestro hostel.

Asimismo, la visión será posicionar el complejo de cabañas y ser reconocidos como los mejores en el sector en el que participa.

Organigrama

Siguiendo a Dorado, J. y Cerra, J. (2004, p. 17), *“es la representación gráfica de la organización.”*



Esquema de elaboración propia.

Estrategias genéricas para lograr la visión

- ✓ Hacer un estilo de vida, de la cultura de la calidad orientada hacia el cliente.
- ✓ Trabajo en equipo revalorizando competitivamente al personal, que son los verdaderos protagonistas.
- ✓ Seguir impulsando el desarrollo turístico en la provincia de Salta.
- ✓ Brindando un servicio de excelente calidad.

En los últimos años se produjo un incremento en la actividad turística en Argentina en especial en la provincia de Salta. Este fenómeno responde principalmente que la provincia cuenta con variados relieves desde el desierto y los salares hasta valles y selvas, contiene una gran historia que a todos les gustaría conocer, la gastronomía, la cultura histórica popular le dan un muy alto valor agregado a la provincia como recepcionista de turistas.

El turismo receptivo en Salta tiene un 80% de componente nacional y regional y en el rubro receptivo internacional, el 48% de los turistas son europeos.

*Proyecto de Inversión para la
apertura y gestión de un
complejo de cabañas en San
Luis, Salta. Año 2017.*

Cabañas “Sueños de San Luis”



CONCEPCION DE LA IDEA INICIAL

El proyecto de implementación de un complejo de cabañas en la localidad de San Luis, surge al hacer un estudio de las diversas zonas de la provincia de Salta, con lo cual se descubrió que San Luis es una localidad en constante crecimiento combinando las arquitecturas de antiguas fincas con modernas casas de campos que conservan el estilo colonial, local se ha convertido en un destino turístico elegido por quienes desean alojarse para disfrutar de la naturaleza, a lo que se le suma sus habitantes que maravillan a todos por sus tradiciones y amabilidad hacia los demás.

El proyecto consiste en la implementación de un complejo de cabañas en la localidad de San Luis, ubicada cerca de la ciudad de Salta y a una corta distancia del aeropuerto de la provincia, donde se encontrará tranquilidad, en el cual conviven casas coloniales y edificios de estilo moderno.

Esta investigación será un pequeño aporte para el gran crecimiento turístico que está teniendo la provincia, dándoles una nueva alternativa adónde recurrir a las personas que arriban a la misma.

Se realizará un análisis de los distintos tipos de ofertas de alojamientos que hay en la zona, cuáles serán los potenciales clientes, siendo el principal objetivo que el complejo de cabañas de esta investigación sea en lo primero que piensen los viajeros a la hora de visitar la provincia de Salta.

La oportunidad de mercado surgió al hacer un análisis donde se pudo observar que en los últimos años la provincia de Salta es una de las más elegidas a la hora de vacacionar, teniendo así un gran crecimiento en la actividad turística.

Actualmente existen en la zona cabañas, posadas y hoteles que brindan servicios a los turistas, pero las mismas no conservan el aspecto colonial por el cual es reconocida la Provincia de Salta.

El papel del licenciado en administración de empresas en este ámbito radica que al tratarse de un proyecto de inversión se deberán realizar estudios correspondientes para ver si el proyecto analizado resulta rentable antes de ejecutarlo y para esto, se deben aplicar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera.

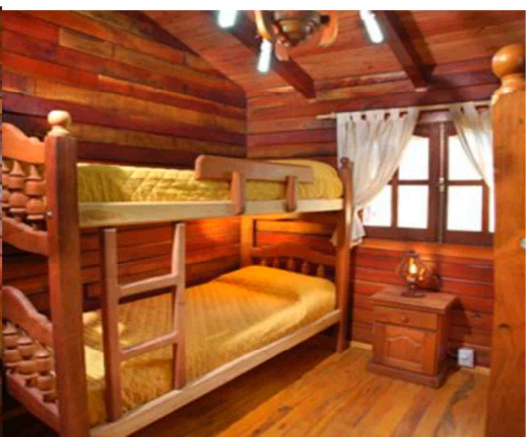
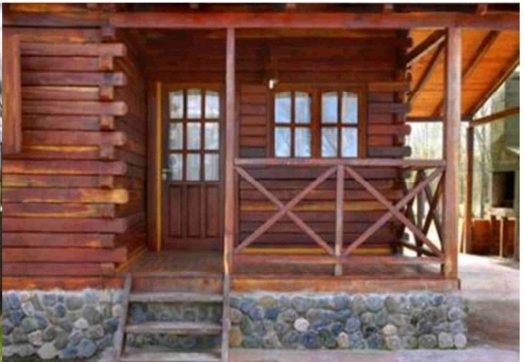
SERVICIOS QUE BRINDA

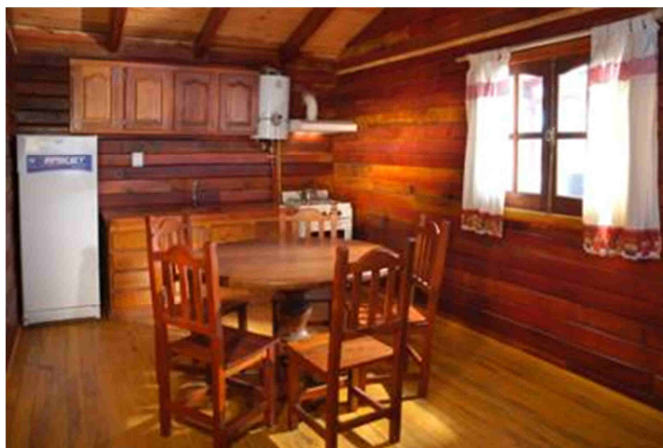
Según lo estipulado por el decreto N° 1125 del ministerio de Economía de la provincia de Salta (anexo), se brinda un servicio de cabañas de clasificación tres estrellas. Las cabañas deben tener las siguientes características:

- ✓ Tendrá una capacidad máxima de seis plazas por cabaña.
- ✓ En cada cabaña existirá una habitación privada, con capacidad para dos plazas.
- ✓ Cada cabaña constará de un baño equipado con: Lavado, Bidet, ducha (con servicio de agua fría y caliente mezclables), inodoro, botiquín o repisa con espejo, iluminados, toallero.
- ✓ Cada unidad contará con sala de estar independiente o vinculada a la cocina-comedor con un televisor con servicio DIRECT TV y un sofá.
- ✓ Tendrá ventiladores en todos los ambientes por separado.
- ✓ La cocina estará equipada con: cocina con horno, mesada con pileta con agua fría y caliente mezclables, heladera, vajilla, mantelería, elementos para cocinar, mesa y sillas acorde con la capacidad de la cabaña, extractor de aire
- ✓ Las habitaciones poseerán los siguientes elementos: alfombra, mesa de luz, iluminación individual de cabecera, ropero, ropa de cama de buena calidad y en cantidad suficiente.
- ✓ Las cabañas cuentan con servicio diario de limpieza, siendo éste optativo para los pasajeros y con cargo.

- ✓ Cada cabaña contará con un espacio parqueizado.
- ✓ Por cada cama habilitada se proveerá de una toalla de mano y un toallón de baño, los que serán cambiados diariamente. Las sábanas se renovarán cada dos días.
- ✓ Cada cabaña contará con un equipo extinguidor eficiente contra incendios.
- ✓ El predio estará totalmente cercado.
- ✓ Contará con cocheras cubiertas.
- ✓ Cada cabaña tendrá un tendedero y artefacto seca ropa.
- ✓ Por cabaña se cuenta con vereda de acceso tipo calcáreo o similar.
- ✓ Servicio telefónico.
- ✓ Cada cabaña tendrá un asador individual.
- ✓ El predio posee un espacio cubierto para juegos de niños.
- ✓ El predio cuenta con pileta.
- ✓ Se ofrece cancha de futbol.
- ✓ Se ofrecen viandas con envíos sin cargo, a través de un convenio con un comedor familiar de la zona. El cual brinda comidas regionales.

Cabañas “Sueños de San Luis”





DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Lo que se realizará en esta empresa será un servicio de hospedaje para turistas a través de un complejo de cabañas ubicado en la localidad de San Luis, cuya ventaja o diferencia con la competencia es que las mismas cuentan con características rústicas con un clima familiar y un contacto con la naturaleza.

El complejo de cabañas brindará un ambiente cálido con la infraestructura colonial que los turistas desean disfrutar, estacionamiento propio contemplando la seguridad de los vehículos de los huéspedes de posibles temporales y entretenimiento para los niños.

Las características diferenciales del servicio son:

- ✓ Cabañas rústicas
- ✓ Servicio personalizado y familiar.

- ✓ Tarifas y estructurada de acuerdo al Decreto N° 1125 Ministerio de Economía.
- ✓ Cabañas que se encuentran en un espacio natural pero con tan solo cinco unidades para no hacerse presentes en el predio de manera abundante.

La prestación de este servicio está pensando para cubrir distintas necesidades de mercado.

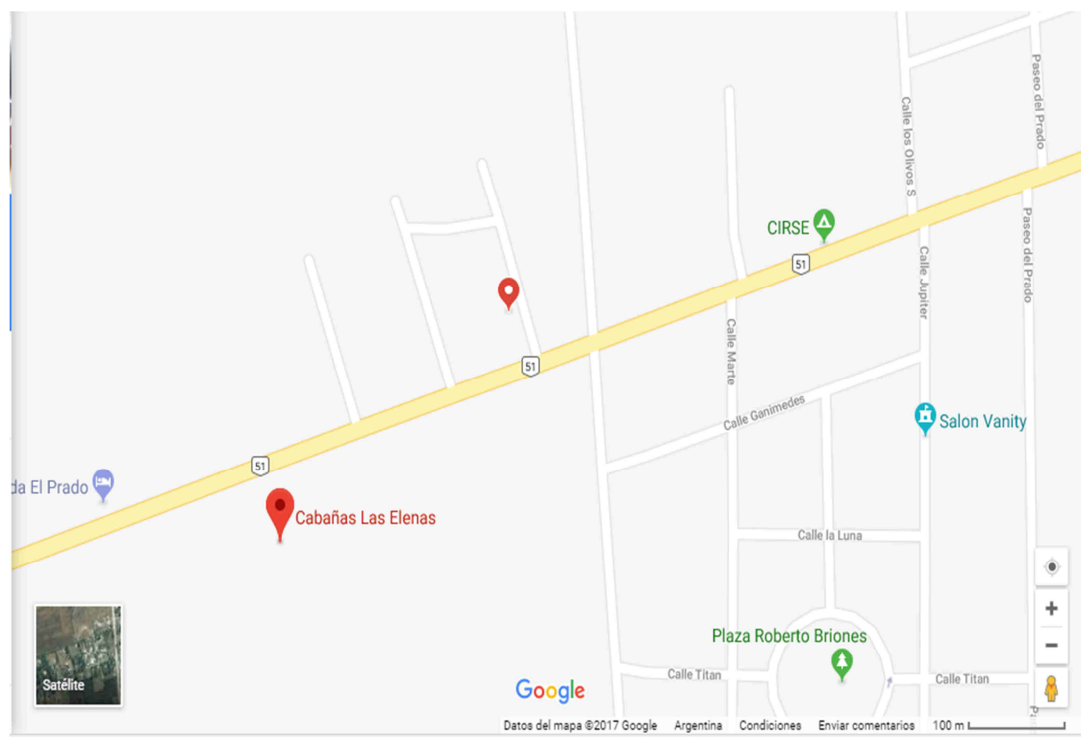
La ubicación que dispondrá el complejo, permite que puedan acceder al mismo, turistas que cuenten con medio de movilidad o no. Debido a que en la entrada del predio se encuentra una parada de colectivo, facilita a los visitantes que deseen conocer la ciudad.

El servicio está diseñado tanto para familias como parejas que deseen disfrutar de un momento de descanso.

Cabañas que se ofrecerán:

- ✓ Para dos personas.
- ✓ Para tres personas.
- ✓ Para cuatro personas.
- ✓ Para cinco personas
- ✓ Para seis personas

LOCALIZACION



La localización geográfica de la empresa es una decisión de tipo estratégico, vital para la viabilidad de la misma. Dicha decisión dependerá de ciertos factores que pueden favorecer o perjudicar la actividad económica presente y futura de la empresa.

Por ello, se localizará el complejo de cabañas “Sueños de San Luis” en la ruta 51 km 2. Esta ubicación nos proporciona ciertos parámetros necesarios para asegurar el éxito del proyecto.

- ✓ La proximidad del complejo de cabañas al aeropuerto de la ciudad de Salta.
- ✓ Paradas de colectivos próximos al establecimiento. permite que puedan acceder al mismo, turistas que cuenten con medio de movilidad o no.

Debido a que en la entrada del predio se encuentra una parada de colectivo, facilita a los visitantes que deseen conocer la ciudad

- ✓ Suministro de agua, gas, luz y teléfono.
- ✓ Ubicación en la ruta principal de San Luis.
- ✓ Lugar con contacto con la naturaleza.
- ✓ El complejo se encuentra a pocos minutos de la zona céntrica de la ciudad de Salta y del shopping Paseo Libertad.

ANALISIS DE FODA

PUNTOS FUERTES – FORTALEZAS

- ✓ Mentalidad emprendedora.
- ✓ Ubicación privilegiada en la ruta principal de San Luis (Ruta 51).
- ✓ Empresa adaptable a los cambios del entorno.
- ✓ Estrategia de comunicación diferenciada.
- ✓ Estacionamiento propio.
- ✓ Se encuentra cerca del aeropuerto de la ciudad de Salta.

- ✓ El complejo de cabañas pertenece a la categoría de tres estrellas.
- ✓ Las cabañas poseen un ambiente colonial como lo desean los turistas.
- ✓ Cuenta con un sistema de datos relacionado a sus clientes para realizar estadísticas en cuanto a la cantidad de días que los turistas alquilan las cabañas, temporadas altas, características de los clientes, entre otros; lo que proporciona a la empresa información para la toma de decisiones futuras.
- ✓ Dispone de un libro de quejas a disposición de los clientes, lo que permite determinar si se deben realizar cambios en el servicio de acuerdo a los gustos y preferencias de los mismos.
- ✓ Disponibilidad de pago con tarjeta de crédito, lo que permite llegar a un mayor porcentaje de turistas nacionales como extranjeros.
- ✓ El servicio que se ofrecerá no requiere de gran presencia de personal.
- ✓ En la entrada de la cabaña se encuentra una parada de colectivo.

PUNTOS DEBILES – DEBILIDADES

- ✓ Ser una empresa nueva sin reconocimiento en el mercado.
- ✓ El servicio no cuenta con servicios complementarios como cabalgatas, excursiones, entre otros.
- ✓ Las cabañas son de material de tronco, por lo cual requiere mayor costo de mantenimiento.
- ✓ Al ser de material de tronco se pierde parte de la demanda, ya que algunos clientes prefieren de material de losa.
- ✓ Las cabañas no cuentan con aire acondicionado, solo ventiladores.
- ✓ No ofrece transferencia al aeropuerto ni posee restaurant.

OPORTUNIDADES

- ✓ El ministro de turismo Dr. César Mariano Ovejero expresó que el turismo creció un 12% con respecto a enero y febrero del año pasado en términos de ocupación y arribos turísticos, con picos durante el Rally Dakar y el Carnaval. El impacto económico que dejaron los turistas ascendió a \$570 millones, que se distribuyeron de forma directa e

indirecta en todos los estratos sociales, y son 38 mil los puestos de trabajo que se generan en la provincia de la mano de esta actividad.

✓ Se observa que la provincia de Salta dejó de ser un destino estacional. La temporada alta no es solamente en el mes de julio, sino que durante todo el año hay picos de ocupación y de visitantes que llegan a la provincia. Para esto creció la oferta, se sumaron nuevos destinos dentro del territorio y se realiza una promoción estratégica reconocida como líder en el país.

✓ La provincia está en un punto estratégico de Sudamérica y cuenta con dos aerolíneas internacionales (BOA y Amazonas) lo que potencia la posibilidad de miles de turistas de llegar a Salta. Desde 2007 creció un 89% la cantidad de arribos y un 23% en relación al mismo periodo del año pasado. Además, aumentó la cantidad de vuelos a Buenos Aires y el aeropuerto Martín Miguel de Güemes integra el corredor federal.

✓ El ministro Dr. Ovejero Mariano expresó que la ciudad de Salta fue ubicada como uno de los mejores lugares del mundo para vivir y Cafayate entre los destinos más románticos a nivel global. El 80% de los visitantes son argentinos, principalmente de Buenos Aires, y el resto proviene del exterior.

✓ La ley Nacional de turismo expresa: *“Declárase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el*

desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado. El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica del Estado. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.”

AMENAZAS

- ✓ Aumento de las preferencias de los turistas por el interior de la provincia, ya que el gobierno en sus propagandas turísticas fomenta a los paisajes y lugares de estos departamentos.
- ✓ Incertidumbre con relación a variables económicas.

- ✓ Incertidumbre del comportamiento futuro de los agentes económicos que actúan en el mercado.
- ✓ Entrada de nuevos competidores con costos más bajos.
- ✓ Incremento en la venta de los servicios sustitutos, como hostales, hoteles, entre otros.
- ✓ Crecimiento lento del mercado.
- ✓ Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.

VENTAJAS COMPETITIVAS

- ✓ Otorgar a los turistas nacionales y extranjeros un complejo de cabañas con características tradicionales y rústicas, que les permita poder disfrutar de una atención personalizada, con un clima familiar y un contacto con la naturaleza.

ESTUDIO DE MERCADO

NECESIDADES DE INFORMACIÓN PARA EL ESTUDIO DE MERCADO

Se buscará:

- ✓ Determinar si la provincia de Salta cuenta con proveedores locales de los materiales que se requieren para brindar el servicio en las cabañas.
- ✓ Evaluar a los proveedores existentes.
- ✓ Determinar los medios de comunicación que los clientes prefieren para conocer los beneficios de los servicios que otorgara la cabaña.
- ✓ Indagar si en la localidad de San Luis existen otros hospedajes con las características que se desea brindar el servicio del complejo de cabaña a instalar.
- ✓ Conocer el comportamiento actual de los turistas nacionales y extranjeros frente a la oferta actual de hospedaje.
- ✓ Indagar sobre las características de los potenciales clientes como sus aspectos socioeconómicos, edad, sexo, entre otros.
- ✓ Averiguar el grado de satisfacción de los potenciales clientes con la oferta actual de hospedaje.
- ✓ Determinar si los clientes requieren servicios adicionales como cabalgatas, trekking, entre otros.
- ✓ Averiguar si el precio es realmente sinónimo de calidad para los turistas.

- ✓ Investigar el grado de conocimiento que poseen los turistas sobre la localidad de San Luis.
- ✓ Indagar si los clientes desean la instalación de un restaurant en el complejo de cabañas.

.

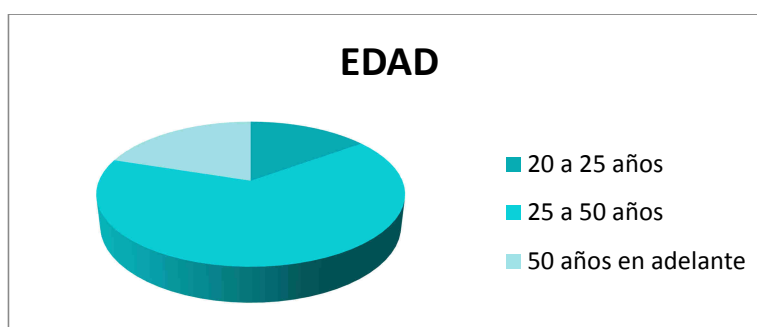
ANALISIS DEL CONSUMIDOR

Las encuestas fueron realizadas en los siguientes lugares estratégicos:

- ✓ Ministerio de Turismo
- ✓ Aeropuerto Martín Miguel de Güemes.
- ✓ Terminal de Salta.

Los datos encontrados arrojaron información aproximada a cerca de los gustos y preferencias en cuanto a hospedaje por parte de los turistas.

1. Edad:

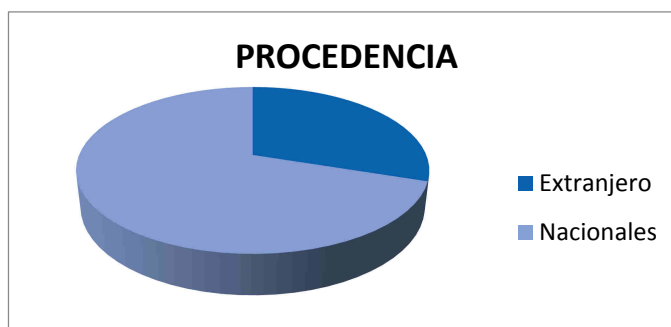


El 15 % de los turistas encuestados se encuentra en un rango entre 20 y 25 años.

El 20 % de los turistas encuestados se encuentra en un rango entre 50 años en adelante.

El 65% de los turistas encuestados se encuentra en un rango entre 25 y 50 años.

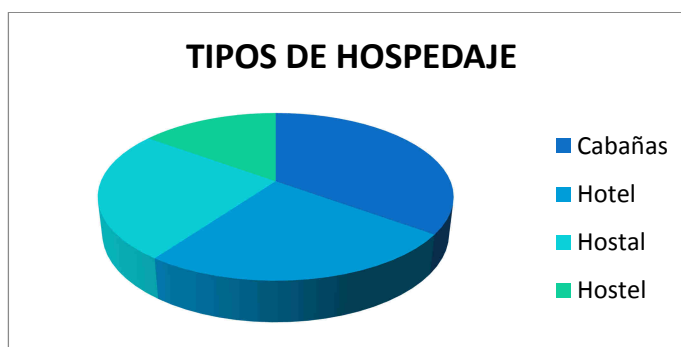
2. Lugar de procedencia:



El 30% de los turistas encuestados es Extranjero.

El 70% de los turistas encuestados son Nacionales.

3. ¿Qué tipo de hospedaje es el que usted elegiría?



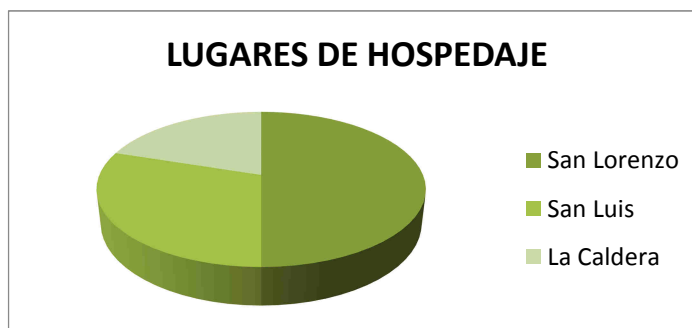
El 35% de los encuestados respondió Cabañas.

El 25% de los encuestados respondió Hotel

El 25% de los encuestados respondió Hostal.

El 15% de los encuestados respondió Hostel.

4. ¿De los lugares que se mencionan a continuación, cual elegiría para alojarse?

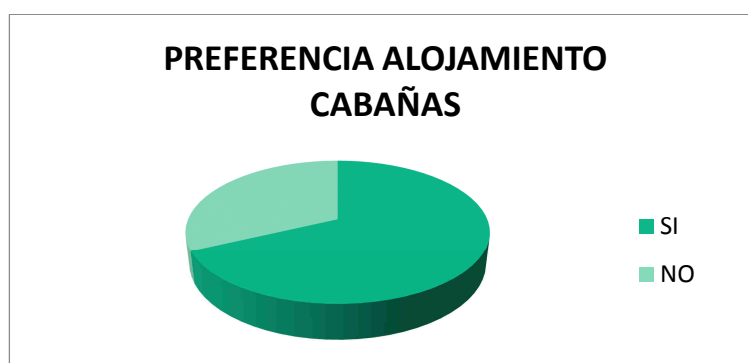


El 50% de los encuestados respondió en San Lorenzo.

El 30% de los encuestados respondió San Luis.

El 20% de los encuestados respondió La Caldera.

5. ¿Alguna vez se alojó en cabañas?



El 68% de los encuestados respondió que sí.

El 32% de los encuestados respondió que no.

6. ¿Usted requiere servicio de limpieza en la cabaña?



El 83% de los encuestados respondió que no.

El 17% de los encuestados respondió que sí.

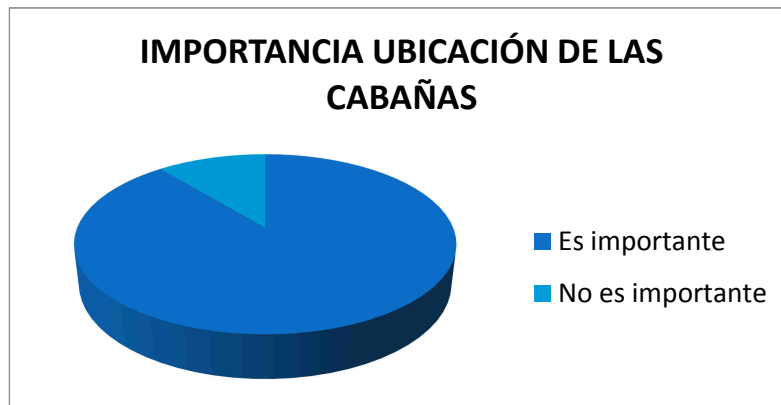
7. ¿Usted requiere de pileta en el complejo de cabañas?



El 91% de los encuestados respondió que sí.

El 9% de los encuestados respondió que no.

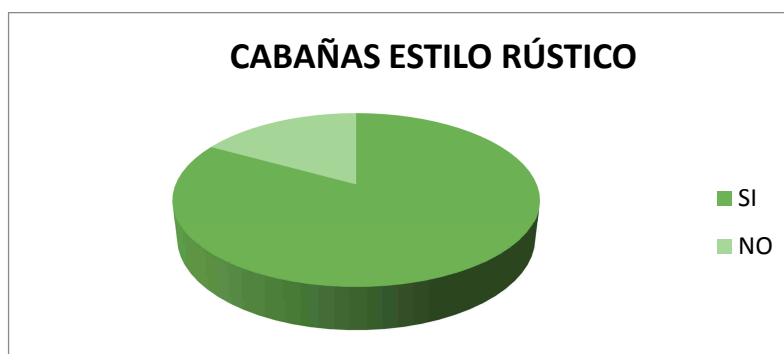
8. ¿Es importante para usted la ubicación del complejo de cabañas?



El 89% respondió que sí es importante.

El 11% respondió que no es importante.

9. ¿Le interesaría que las cabañas sean rusticas?



El 83% respondió que sí.

El 17% respondió que no.

En función de los resultados arrojados por los cuestionarios efectuados y el programa de acción táctica de impulsión que hemos descripto anteriormente, junto con la oportunidad de negocio que se puede vislumbrar debido al gran fomento del turismo en el país y en el mundo por parte del gobierno de la provincia de Salta.

Según la información obtenida el 35% de los turistas encuestados elegiría alojarse en cabañas, prefieren cabañas rústicas que brinden servicios con pileta y que la ubicación de las mismas sea de fácil acceso. No es relevante para la mayoría de los turistas tener servicio de limpieza. San Luis es elegido en segundo lugar por los turistas, en comparación de San Lorenzo y La Caldera.

Se consideran en la demanda de las cabañas familias, ya que el precio es único, así sean parejas o grupo familiar de seis personas.

Se han identificado tres segmentos de mercado:

- ✓ Las familias locales que desean relajarse en fin de semanas largos o vacaciones sin realizar grandes costos.
- ✓ Las familias nacionales y extranjeras que eligen la ciudad de Salta para descansar en un lugar rústico y familiar.
- ✓ Matrimonios locales, nacionales y extranjeros que deseen pasar una experiencia inolvidable en un ambiente rustico y de tranquilidad.

Las familias nacionales y extranjeras, como así también la población de la zona esperan encontrar un ambiente agradable y un precio acorde al servicio brindado, también que el mismo sea un lugar que genere tranquilidad. Esperan recibir algunos servicios extras como una pileta, juegos para niños, estacionamiento techado para evitar daños en los vehículos por causa del temporal, comidas regionales, entre otros.

Se les ofrece a los clientes un servicio en el que, además cuentan con elementos de higiene personal, elementos para la cocina sin ningún cargo. De esta manera el cliente no debe preocuparse por la compra de los mismos.

Los turistas desean encontrar un ambiente donde se refleje la tradición de nuestra provincia. Las cabañas tienen un estilo colonial, son de tronco al igual que su inmobiliario.

Los clientes esperan un lugar que posea el mantenimiento adecuado de sus instalaciones, parqueizado en general. Teniendo presente la observación de la trayectoria solar y las zonas de sombra, los sitios de mayor y menor humedad, la proximidad y lejanía de paredes y construcciones.

DETERMINACION DE LA DEMANDA ESPECÍFICA DEL PROYECTO

Para la determinación específica de la demanda de este proyecto se tomó en consideración los siguientes datos: en primera instancia los datos de la ocupación de los para hoteles de la provincia de Salta brindado por el Instituto de Estadísticas y Censos (INDEC). A partir de estos datos y en función de un promedio de las variaciones utilizadas por el mismo se calculan las proyecciones de demanda de los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021 necesarios para este proyecto.

En segunda instancia se toma como referencia la información de la ocupación hotelera aportada por los dueños del Hostel Salta por siempre y los datos de la estancia de charme House of Jasmines otorgado por un administrativo que trabaja en el lugar, ubicado en la localidad de San Luis.

Teniendo en cuenta los datos otorgados por el INDEC, la cantidad de turistas que se alojan en cabañas es de 657367 en el año 2016.

Para los años subsiguientes se toma en consideración la variación de los años anteriores:

Oferta y demanda hotelera, indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento. Región Norte. Año 2012

Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento	2012												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Viajeros (8)													
Total	195.437	168.226	147.924	182.188	143.820	137.538	280.939	189.540	193.514	196.293	165.102	114.848	
Hoteleros	117.022	106.858	100.088	127.840	101.017	102.601	191.432	137.031	142.036	151.097	121.438	76.522	
Hotel 1 y 2 estrellas	36.618	32.436	22.764	32.328	23.319	27.031	51.383	37.343	35.888	37.786	28.488	20.441	
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	54.711	46.714	51.059	60.047	46.102	44.777	91.674	64.161	65.176	68.049	57.702	32.883	
Hotel 4 y 5 estrellas	25.693	27.708	26.265	35.465	31.596	30.793	48.375	35.527	40.972	45.262	35.248	23.198	
Para-hoteleros	78.415	61.368	47.836	54.348	42.803	34.937	89.507	52.509	51.478	45.196	43.664	38.326	640.387

(1) Los *establecimientos hoteleros* son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. Los *establecimientos para-hoteleros* incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera 2012.

Oferta y demanda hotelera, indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento. Región Norte. Año 2013

Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento	Año 2013												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre*	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Viajeros (8)													
Total	200.984	165.372	193.412	162.971	161.479	160.470	294.736	206.840	199.287	199.638	179.374	129.474	
Hoteleros	120.367	102.440	129.715	112.679	116.365	118.558	205.671	151.641	146.116	147.744	132.393	90.237	
Hotel 1 y 2 estrellas	40.087	30.576	33.926	30.626	30.724	34.454	66.437	39.387	35.582	39.176	31.567	22.699	
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	51.456	46.128	57.214	47.896	49.761	47.836	82.131	64.126	58.188	59.804	55.562	38.443	
Hotel 4 y 5 estrellas	28.824	25.736	38.575	34.157	35.880	36.268	57.103	48.128	52.346	48.764	45.264	29.095	
Para-hoteleros	80.617	62.932	63.697	50.292	45.114	41.912	89.065	55.199	53.171	51.894	46.981	39.237	680.111

(1) Los *establecimientos hoteleros* son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. Los *establecimientos para-hoteleros* incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalow s, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera 2013.

Oferta y demanda hotelera, indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento. Región Norte. Año 2014

Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento	Año 2014												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Viajeros (8)													
Total	200.877	168.465	173.690	187.004	182.945	155.517	299.120	210.548	212.347	211.795	191.339	139.706	
Hoteleros	120.123	108.281	120.005	135.790	136.448	115.120	212.239	159.641	165.213	157.853	142.906	99.055	
Hotel 1 y 2 estrellas	31.880	27.877	30.947	35.495	34.866	31.944	57.586	40.439	39.631	37.787	32.246	21.180	
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	56.301	50.769	54.710	57.334	58.857	44.895	93.118	66.601	74.004	70.097	64.571	44.196	
Hotel 4 y 5 estrellas	31.942	29.635	34.348	42.961	42.725	38.281	61.535	52.601	51.578	49.969	46.089	33.679	
Para-hoteleros	80.754	60.184	53.685	51.214	46.497	40.397	86.881	50.907	47.134	53.942	48.433	40.651	660.679

(1) Los *establecimientos hoteleros* son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. Los *establecimientos para-hoteleros* incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera 2014.

Oferta y Demanda Hotelera. Indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento. Región Norte. Año 2015

Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento	2015												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Viajeros (8)													
Total	217.481	207.044	182.796	188.460	176.985	155.888	335.956	220.951	216.005	196.970	169.386	135.325	
Hoteleros	129.569	128.789	124.215	137.313	132.975	118.997	234.971	167.537	161.217	144.094	121.613	92.720	
Hotel 1 y 2 estrellas	38.328	33.858	28.687	32.404	33.406	27.670	71.574	43.117	38.686	34.907	23.782	16.993	
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	50.276	56.191	56.028	60.081	57.621	53.391	97.170	74.111	72.024	59.992	53.811	42.456	
Hotel 4 y 5 estrellas	40.965	38.740	39.500	44.828	41.948	37.936	66.227	50.309	50.507	49.195	44.020	33.271	
Para-hoteleros	87.912	78.255	58.581	51.147	44.010	36.891	100.985	53.414	54.788	52.876	47.773	42.605	709.237

(1) Los *establecimientos hoteleros* son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. Los *establecimientos para-hoteleros* incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera 2015.

Fecha de actualización Julio 2016

Oferta y Demanda Hotelera. Indicadores seleccionados por mes y tipo de establecimiento. Región Norte. Año 2016

Indicadores seleccionados por tipo de establecimiento	2016												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre *	Diciembre *	
Viajeros (8)													
Total	215.108	190.812	170.990	164.445	168.034	180.371	345.824	235.883	233.763	225.833	191.052	149.258	
Hoteleros	135.469	122.100	120.214	121.614	133.415	140.507	243.472	180.112	183.809	174.957	146.455	111.882	
Hotel 1 y 2 estrellas	37.957	31.099	28.764	26.433	30.881	33.603	61.348	43.303	36.363	38.209	27.708	21.879	
Hotel 3 estrellas, boutique y apart hotel	61.229	57.157	55.999	57.196	63.616	63.112	112.978	81.630	91.095	81.212	68.668	54.586	
Hotel 4 y 5 estrellas	36.283	33.844	35.451	37.985	38.918	43.792	69.146	55.179	56.351	55.536	50.079	35.417	
Para-hoteleros	79.639	68.712	50.776	42.831	34.619	39.864	102.352	55.771	49.954	50.876	44.597	37.376	657.367

* Dato provisorio

(1) Los *establecimientos hoteleros* son aquellos categorizados como hoteles 1, 2, 3, 4 y 5 estrellas y apart-hoteles. Los *establecimientos para-hoteleros* incluyen: hoteles sindicales, albergues, cabañas, bungalows, hospedajes, bed & breakfast, hosterías, residenciales, etc.

Fuente: INDEC, Encuesta de Ocupación Hotelera 2016.

Total de turistas año 2012:640387

Total de turistas año 2013:680111

Total de turistas año 2014:660679

Total de turistas año 2015: 709237

Total de turistas año 2016: 657367

Porcentajes de variación:

Año	Cálculo	Porcentaje de variación
2012 -2013	$((680111-640387)/640387)*100$	6,20%
2013 - 2014	$((660679-680111)/680111)*100$	(-2,86%)
2014 - 2015	$((709237- 660679)/660679)*100$	7,35%
2015 - 2016	$((657367 -709237)/709237)*100$	(-7,31%)

Variación promedio (2014–2015 y 2015–2016) = $[(7,35+7,31)/2]= 7,33\%$

Demanda de cabañas en la Provincia de Salta:

Año 2017: $(657367 *0,0733)+ 657367 = 705552$

Año 2018: $(705552*(-0,0733))+705552 = 653835$

Año 2019: $(653835* 0,0733) + 653835 = 701761$

Año 2020: $(701761*(-0,0733))+ 701761 = 650322$

Año 2021: $(650322*0,0733)+650322 = 697991$

Para determinar la ocupación de las cabañas por mes se recurrió a información proveniente de los dueños del hostel “Salta por Siempre”, quienes expresan que la temporada alta es en diciembre, enero, febrero y

julio. El hotel cuenta con 27 habitaciones, recibe turistas un 80% nacionales y un 20% extranjeros.

En temporadas bajas, durante los fines de semana la ocupación es del 80% (80% nacional y 20% extranjero). Mientras que los días de semana la ocupación es del 50% (70% extranjeros y 30% nacional).

El mes de junio es el que se caracteriza por tener la ocupación más baja de un 30% tanto días de semana como fines de semana.

En una entrevista realizada a un administrativo de la estancia de charme House of Jasmines, ubicado en la localidad de San Luis informa que la misma cuenta con 14 habitaciones con una capacidad de 35 personas, recibe 70% extranjeros y 30% argentinos. La temporada alta es en diciembre, enero, febrero y julio. En temporada baja recibe 10 personas por día, que representa un 27% de su capacidad.

La demanda para el complejo de cabañas que se desea realizar se calculará de la siguiente manera:

El complejo tendrá una capacidad de 5 cabañas de 6 personas cada una. En temporada alta, meses diciembre, enero, febrero y julio se considera la ocupación del 100 % del predio, es decir 150 familias que ingresan mensualmente al complejo en temporada alta teniendo en cuenta que las mismas se alojan una sola noche.

En temporada baja, meses marzo, abril, mayo, agosto, septiembre, octubre, noviembre se considera la ocupación del 50%, es decir 75 familias que ingresan mensualmente al complejo en temporada baja teniendo en cuenta que las mismas se alojan una sola noche.

El mes de junio se considera una ocupación del 30%, es decir 45 familias que ingresan mensualmente al complejo teniendo en cuenta que las mismas se alojan una sola noche.

Demanda total:

5 cabañas x 30 días = 150 familias

Meses	Porcentaje de ocupación	Familias
Enero	100%	150
Febrero	100%	150
Marzo	50%	75
Abril	50%	75
Mayo	50%	75
Junio	30%	45
Julio	100%	150
Agosto	50%	75
Septiembre	50%	75
Octubre	50%	75
Noviembre	50%	75
Diciembre	100%	150
Total Año 2017		1170

Demanda de cabañas			
Años	Porcentaje	Variación	Familias
2018	(-7,33%)	(-86)	1084
2019	7,33%	79	1163
2020	(-7,33%)	(-85)	1078
2021	7,33%	79	1157

Para poder llevar a cabo una investigación de mercado efectiva fue necesario recolectar información de fuente primaria para lo cual se recurrió a un cuestionario realizado a 96 turistas que visitan la ciudad de Salta.

El cálculo se realiza sobre los 657367 turistas que visitaron la ciudad de Salta en el año 2016.

Para determinar esta muestra se utiliza la fórmula propuesta por Sierra Bravo (2001), la cual es aplicable a poblaciones finitas mayores de 100 individuos:

$$n = \frac{N \times K^2 \times p \times q}{E^2 \times (N-1) + K^2 \times p \times q}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Población

K: 1,96 Constante, que no debe ser menor del 95%

E: 0,1 Error máximo admisible

p: 0,50 Probabilidad a favor.

q: 0,50 Probabilidad en contra

n= 96 personas

MERCADO PROVEEDOR

En este tipo de servicios se requiere proveedores para la limpieza de las cabañas y el predio:

✓ Master Clean: detergente, lavandina, limpiador vidrios y multiusos, limpiador desengrasante, desodorantes desinfectantes para piso, jabón líquido para ropa, crema de lavado (suavizante), jabón líquido para manos, bobina industrial de papel higiénico.



✓ Maxi consumo: shampoo en sobre, crema de enjuague en sobres, jabón tocador, trapo de piso, pastillas para inodoro, sal, aceite, vinagre, insecticida, aromatizador de ambientes.



ANALISIS DE LA COMPETENCIA

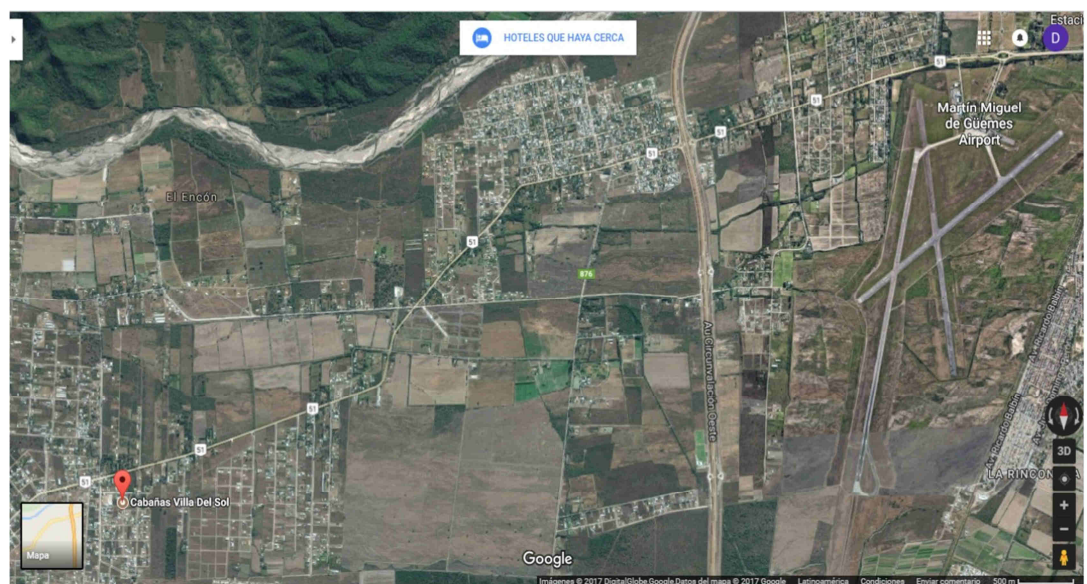
El mercado es competitivo, pero no hay competencia con respecto a cabañas con estilo colonial y la capacidad de alojamiento con la que contará el complejo de cabañas que se desea instalar

Con respecto al precio del servicio que se brindara será acorde a las reglamentaciones vigentes por el ministerio de turismo de la provincia, Las condiciones de pago serán en efectivo y tarjetas de crédito, este último es un servicio diferencial, debido a que en la actualidad la competencia ofrece solo en efectivo o tarjeta de crédito con recargo

La competencia está constituida por los siguientes complejos de cabañas:

1. Cabaña Villa del Sol

Ubicación: RN 51 km9



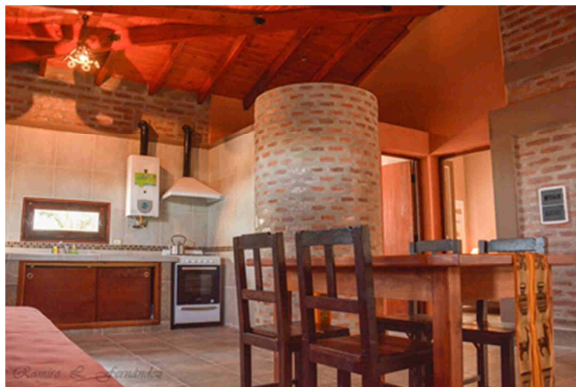
Precio: \$1700

Medio de pago: Contado – Tarjeta de crédito 10% de recargo

Página Web: <http://www.villadelsol.todowebsalta.com.ar/>

Servicios:

- ✓ Comodidades para un máximo de 5 personas (consultar)
- ✓ Cocina comedor con heladera grande y freezer
- ✓ Cocina grande de 4 hornallas y horno
- ✓ Microondas
- ✓ Vajilla completa
- ✓ Baño con agua caliente y bidet
- ✓ Ropa de baño y camas
- ✓ Placard
- ✓ Estufas
- ✓ 1 somier matrimonial y 2 camas de una plaza (una de ella tipo marinera)
- ✓ Aire acondicionado
- ✓ Caja de seguridad individual en el interior de la cabaña
- ✓ Wi-Fi
- ✓ DIRECTV
- ✓ Televisor LCD de 32 pulgadas
- ✓ Alarma individual en cada unidad
- ✓ Galería



2. Cabaña Las Elenas

Ubicación: RN 51 km 2



Precio: \$350 por persona

Paginá Web: <http://www.laselenas.todowebsalta.com.ar/>

SERVICIOS:

Cabañas totalmente equipadas:

- ✓ Cocina
- ✓ Vajilla
- ✓ Frigobar
- ✓ Tv por cable
- ✓ Calefacción
- ✓ Ventiladores
- ✓ Ropa de Cama
- ✓ Servicio de mucama

- ✓ Restaurant
- ✓ Piscina
- ✓ Solarium
- ✓ Quincho
- ✓ Asador
- ✓ Parque
- ✓ Cancha de Futbol
- ✓ Transfer al Aeropuerto



3. Cabaña Inti Wasi

Ubicación: RN51 Km4

- ✓ Heladera
- ✓ Cocina
- ✓ Ventilador de techo
- ✓ Calefactores
- ✓ Asador independiente
- ✓ Galería techada
- ✓ Piscina
- ✓ Jardín
- ✓ Juegos para niños
- ✓ Amplio parque y arboleda
- ✓ Estacionamiento Cubierto



Análisis de competencia										
Cabaña	Ubicación	Precio por familia	Dormitorios	Instalaciones	Servicios	Ropa de cama	Piscinas	Internet o Cable	Juegos para niños	Estacionamiento
Villa del Sol	RN 51 km 9	\$1.700	1 somier matrimonial y 2 camas de una plaza (una de ella tipo marinera)	Cocina comedor con heladera grande y freezer Cocina grande de 4 hornallas y horno Microondas Baño con agua caliente y bidet Galería	Vajilla completa Placard Estufas Aire acondicionado Caja de seguridad individual en el interior de la cabaña Alarma individual en cada unidad	Si	No	wi-fi Direct Tv	No	No
Las Elenas	RN 51 Km 2	\$2.100		Restaurante Quincho Solarium Asador	cocina vajilla frigorífico calefacción ventiladores servicio de mucuma transf al aeropuerto	SI	Si	Tv por cable	Parque Cancha de futbol	No
Inti Wasi	RN 51 Km 4	\$1.900	Habitación matrimonial Habitación doble	Estar comedor baño asador independiente galería techada	Heladera cocina ventilador de techo calefactores vajilla completa	si	si	-	Jardín amplio parque y arboleda	Estacionamiento o cubierto

ESTRATEGIA DE IMPULSION:

Estamos conscientes que una empresa vive o muere dependiendo del significado que la marca logre en la mente del consumidor, por lo que es necesario establecer una personalidad a la marca, que sea inequívoca y que ayude al consumidor a definir y a distinguirla de la competencia. Considero que el nombre apropiado para la empresa en cuestión debería ser “Sueños de San Luis” seguida de un slogan que complete la idea vendedora, “Tradición familiar”.

Se debe crear un sitio web que brinde completa información sobre el complejo de cabañas ya que los turistas muchas veces utilizan su computadora o su smartphone para consultar lugares para visitar y hospedarse. Creo que es importante recalcar la importancia de una página web en la cual se le brindara a los turistas, además información de su interés como ser las fechas patrias, los lugares más visitados, las comidas típicas, etc.

Por otra parte, contara con un mapa con GPS para que puedan llegar fácilmente sin perder tiempo buscando el lugar o pidiendo indicaciones.

También este sitio contara con promociones para lograr captar la atención de los clientes de la zona como así también potenciales clientes que deseen alojarse. En la misma habrá una sección exclusiva donde los clientes, locales o extranjeros, podrán realizar sugerencias y opiniones que servirán para mejorar constantemente el servicio de nuestra empresa.

La empresa utilizara como medio para llegar a los turistas que se encuentran visitando la ciudad, volantes que se enviaran a los distintos restaurantes, dirección de turismo, en el aeropuerto Martín Miguel de Güemes y terminal de Salta.

Se realizará publicidad en un cartel ubicado cerca del aeropuerto y de la terminal de Salta, donde se puede captar los principales y potenciales clientes. Se difundirá la empresa, también, por medio de una radio local llamada la cacharpaya con publicidad rotativa, la cual tiene un alcance en todo el interior de la provincia.

ESTUDIO TECNICO

“El sector hotelero comprende todos aquellos establecimientos que se dedican profesionalmente y habitualmente a proporcionar alojamiento a las personas, mediante precio, con o sin servicios de carácter complementario”.¹³

“El sector hotelero, es aquel que se dedica a la venta de servicios de alojamiento y gastronomía fundamentalmente, esta tiene características generales y económicas financieras especiales que la diferencian de otros sectores. Algunas de las características generales de este sector son: gran diversidad y complejidad, rigidez de la oferta, condicionamiento a factores exógenos y demanda elástica”¹⁴

Costos de suministro por cabaña

Como suministros de la cabaña se consideran los costos de lavandería asociados a sábanas, toallas, etc. También a los elementos y productos de higiene personal (jabón, shampoo, papel higiénico.) y de limpieza en general (detergente, esponja, entre otros).

¹³ Juan R. Mestres Soler, “Técnicas de gestión y dirección hotelera”, 1995.

¹⁴ Danteaupillco Vera; “Empresa Hotelera”, 2007.

Costo de suministro por cabaña por mes

Tipo	Elementos	Cantidad	Precio	Total
Lavandería	Jabón para ropa	10 litros	\$100 x 5 litros	\$200
	Suavizante	5 litros	\$90 x 5 litros	\$90
Elementos de higiene	Shampoo	84 sobres	\$300 x 144 sobres	\$174,72
	Acondicionador	84 sobres	\$300 x 144 sobres	\$174,72
	Jabón tocador	28 jabones	\$600 x 250 unidades	\$67,20
Limpieza de cabañas	Trapo de piso	1	\$9	\$9
	Rejilla	1	\$8	\$8
	Pastillas para inodoro	4	\$400 x 36 unidades	\$44
	Insecticida	2	\$29	\$58
	Aromatizador de ambientes	2	\$20	\$40
	Jabón líquido para manos	3 litros	\$75 x 5 litros	\$45
	Desodorante desinfectante para piso	5 litros	\$50 x 5 litros	\$50
	Papel higiénico bobina industrial	2	\$236 x 8 unidades de 300 mts	\$59
	Limpiador vidrios y multiusos	1	\$65 x 5 litros	\$65
	Lavandina	1	\$50 x 5 litros	\$50
	Detergente	1	\$60 x litros	\$50
	Esponja	2	\$72 x 12 unidades	\$12
Total de costos de suministros				\$1196,64

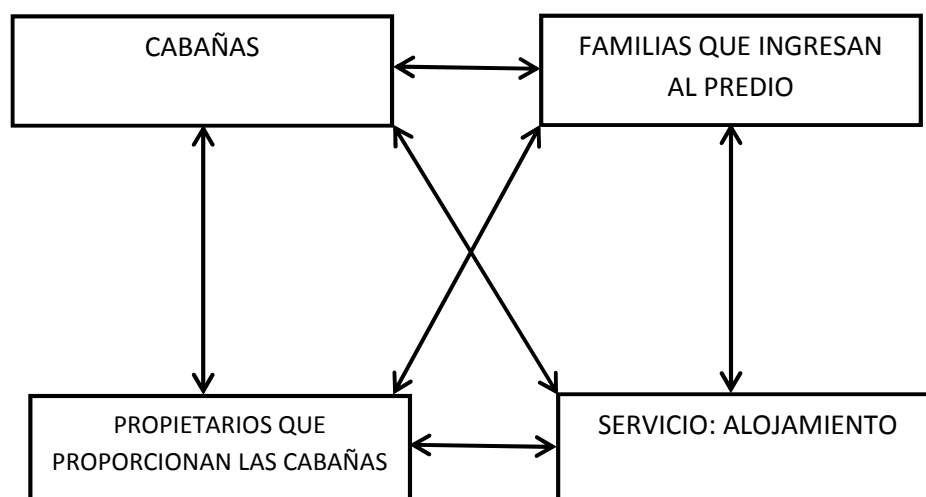
PROCESO DE SERVUCCION

En el servicio que se brindará, el proceso de servucción inicia cuando el cliente solicita una reserva a través de teléfono o internet al propietario del complejo. El mismo tiene en una computadora una lista de las reservas que se realizan, teniendo actualizada la disponibilidad de las cabañas.

Cuando el cliente llega al predio es recibido por los propietarios, quienes explican el servicio a los huéspedes y los horarios de limpieza de las cabañas, como los horarios de ingreso (8 a 10 hs) y de entrega de las unidades (22 hs).

En el predio se encuentra un portero, quien se encarga del cuidado general del predio y en el transcurso de la mañana de recibir a los clientes. Cuenta con servicio de jardinería otorgado por una empresa externa.

El servicio de limpieza es brindado a través de un servicio externo de limpieza, el cual realiza un mantenimiento de las unidades.



NECESIDADES DE MAQUINARIAS Y EQUIPAMIENTOS

Maquinarias y equipamientos

Garbarino			
Equipamientos	Precio	Cantidad	Total
Cocina	\$4200	5 unidades	\$21000
Heladeras	\$8300	5 unidades	\$41500
Tv 32"	\$5900	5 unidades	\$29500
Ventiladores	\$1600	15 unidades	\$24000
Panel	\$1000	10 unidades	\$10000
Calefactor	\$3200	5 unidades	\$16000
Calefón	\$4000	5 unidades	\$20000
Lavarropas	\$13600	2 unidades	\$27200
Sillón Futon	\$4000	5 unidades	\$20000
Tendedero para ropa	\$300	5 unidades	\$1500

Mueblería del milagro			
Mueble	Precio	Cantidad	Total
Juego de dormitorio (cama y mesa de luz)	\$9500	5 unidades	\$47500
Cucheta Madera	\$2300	10 unidades	\$23000
Mesa de Luz	\$1890	5 unidades	\$9450
Mesa y 6 sillas	\$7721	5 unidades	\$38605
Mesa y 6 sillas (exterior)	\$6800	5 unidades	\$34000

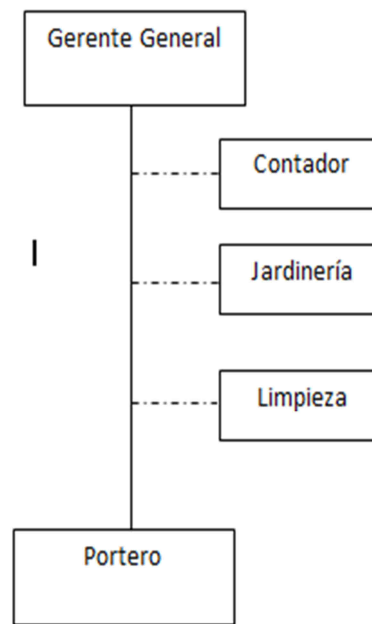
MaxiKing			
	Precio	Cantidad	Total
Colchón 2plazas	\$5622	5 unidades	\$28110
Colchón 1 plaza	\$3348	20 unidades	\$66960
Almohadas	\$500	30 Unidades	\$15000

Tienda San Juan			
	Precio	Cantidad	Total
Sábanas 2 plazas	\$430	10 unidades	\$4300
Sábanas 1 plaza	\$320	20 unidades	\$6400
Cubrecamas 2 plazas	\$900	5 unidades	\$4500
Cubrecamas 1 plaza	\$600	20 unidades	\$12000
Frazadas 1 plaza	\$150	40 unidades	\$6000

Frazadas 2 plazas	\$364	10 unidades	\$3640
-------------------	-------	-------------	--------

Bazar&Cia			
	Precio	Cantidad	Total
Set de ollas	\$1000	5 unidades	\$5000
Vasos	\$29,16	72 unidades	\$2100
Platos	\$67	50	\$3350
Cubiertos	\$220	12 unidades	\$2640
Set cocina	\$400	5 unidades	\$2000

ESTUDIO ORGANIZACIONAL



Esquema de elaboración propia.

- ✓ El propietario: será el encargado del manejo de las reservas de las cabañas y del cobro del servicio, igualmente deberá tener presente los movimientos que se produzcan en la página web del complejo de cabañas.
- ✓ El complejo de cabañas solo dispondrá de un personal portero que asegurará el correcto funcionamiento del predio y realizará la recepción de los clientes en los casos en los que no se encuentre el propietario.
- ✓ El contador será un personal externo que llevará toda la documentación del complejo de cabañas.

- ✓ Jardinería: será realizada por una empresa externa, la cual asistirá al predio tres veces por semana para mantener en adecuadas condiciones el mismo.

- ✓ Limpieza: será realizada por una empresa externa, la cual asistirá cada dos días por cuatro horas para mantener adecuadamente las instalaciones.

ESTUDIO LEGAL

El complejo de cabañas “Sueños de San Luis”, será una sociedad de responsabilidad limitada con dos socios Jesica Ulloa y Liliana Escobar.

Los ingresos correspondientes al negocio no pueden colocarse como monotributo, ya que superan el límite establecido para los servicios de 700000 ingresos brutos.

INSCRIPCION EN AFIP

➤ R.G. (AFIP) 2337:

El representante legal debe ingresar en el SIAP y luego en el aplicativo “Modulo de inscripción de personas jurídicas”, generar el archivo e imprimir el Formulario DDJJ 420/J.

➤ R.G. (AFIP) 10:

Solicitud de inscripción alta en impuestos y regímenes personas de existencia visibles y personas jurídicas.

➤ R.G (AFIP) 2109 (ARTº 3), R.G (AFIP) 10 (ARTº 3):

Inscripción AFIP: Domicilio Fiscal

➤ R. G (AFIP) 2811

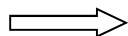
Sistema registral digitalización de datos biométricos

➤ R.G (AFIP) 2811, ARTº 4:

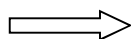
Declaración de actividades y alta en impuestos y/o regímenes

⇒ Sistema Registral

⇒ Registro Tributario



Opción “actividades económicas”



Opción F. 420/T Alta de impuestos y/o regímenes

➤ R.G (AFIP) 1575:

Normas de facturación. Formulario F 856 juntamente con el F 856/A acreditando las condiciones patrimoniales.

INSCRIPCION DGR

1. Trámite Presencial – F. 900/J

- Presentación F. 900/J
- Adjuntar documentación necesaria
- Solicitar alta de impuestos

Art 2: La solicitud de inscripción y/o modificación de datos se efectúa utilizando el F. 900/J y contendrá la certificación de la firma del titular, responsable o persona autorizada, excepto cuando fuera suscrito ante algún agente de la dependencia de Rentas.

DOCUMENTACION A PRESENTAR

- Personas Jurídicas:
 1. Fotocopia constancia de Inscripción AFIP
 2. Fotocopia Habilitación Municipal (en caso de corresponder)

3. Fotocopia Contrato Social o Estatuto donde conste el domicilio legal y/o instrumento donde se fija el mismo.
4. Fotocopia del Acta de Directorio o documento equivalente donde conste el carácter invocado por el firmante.
5. Fotocopia DNI del firmante responsable

COMO ACREDITAR EL DOMICILIO FISCAL

Se deberán presentar al menos dos de los siguientes elementos de prueba:

- ✓ Copia simple de facturas de servicios a nombre del contribuyente y/o responsable en donde figure el domicilio que denuncie.
- ✓ Copia simple del contrato de locación de inmueble cuyo domicilio se denuncia.
- ✓ Copia simple del extracto de cuenta bancaria o resumen de tarjeta de crédito, actuales, donde conste dicho domicilio
- ✓ Copia simple de Cédula Parcelaria y/o Escritura Traslativa del dominio o de otro documento que demuestre la titularidad del inmueble o la tenencia por cesión en usufructo y otro título con la debida inscripción en el registro respectivo.
- ✓ Fotocopia de Habilitación Municipal

REQUISITOS GENERALES PARA LA HABILITACIÓN COMERCIAL

- Fotocopia de Documento de Identidad de solicitante autenticada por escribano, 1º y 2º hoja.

En caso de que sea una Sociedad Comercial: Contrato constitutivo de la sociedad inscripta en el Registro Público de Comercio.

- Acreditar el derecho de uso del local mediante: Cédula parcelaria actualizada a nombre del titular del local comercial ó del locador, comodante ó autorizante, según corresponda, Contrato de Locación, Comodato o Autorización de uso del inmueble,
- Transferencia de Fondo de Comercio, Cesión de Derechos, todos con Certificados de firmas ante escribano o ante la Policía de la Provincia de Salta.
- Fotocopia de constancia CUIT/CUIL
- Plano de Arquitectura Aprobado por autoridad municipal competente.
- Certificado de Desinfección extendido por empresas habilitadas.
- Póliza de Seguro de Responsabilidad Civil y Comprensiva vigente (si el local posee más de 25 m2.)
- Curso de Manipulación de Alimentos y Certificado de Salud del personal que trabaja en rubro de Bromatología, extendido por Hospital del Milagro.
- Certificado de Bomberos expedido por la Policía de la Provincia.

Completar los formularios correspondientes al TRÁMITE, únicamente por el Titular de la actividad o Gestor.

Consultar valores de: sellados, tasa de inspección y certificado de habilitación.

ESTUDIO ECONÓMICO

INVERSION REQUERIDA

Terreno

Lo primero que se debe hacer es adquirir el terreno óptimo a construir. El terreno que se utilizara en el complejo de cabañas serán tres lotes de 11,25 metros. Valor de cada terreno \$400000, Valor total: \$1200000

Cabañas

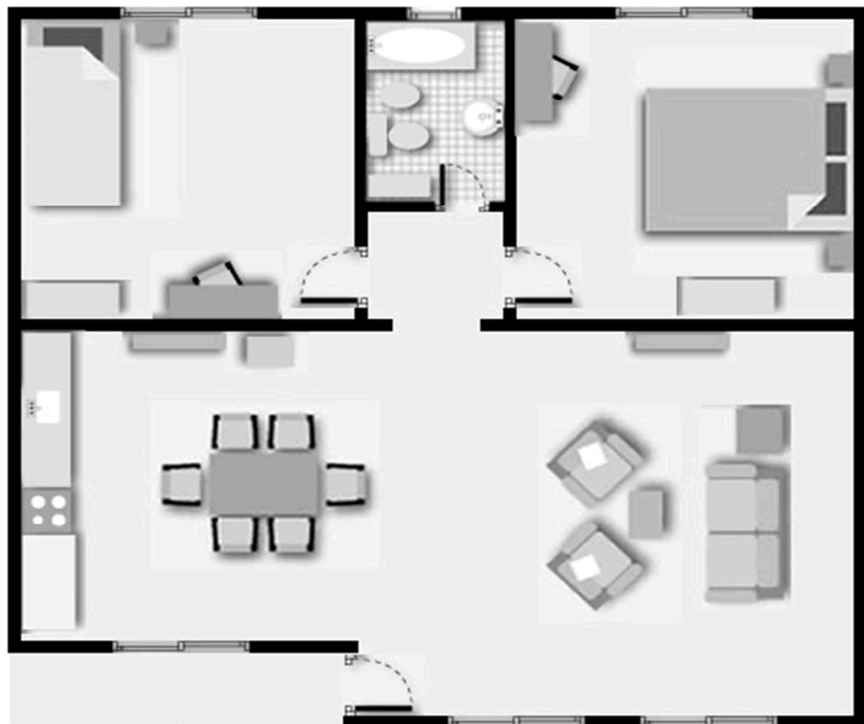
Vivienda Continental

Teléfono: 0387 - 4270550

Celular 0387-156117549

E-mail: info@viviendascontinental.com

Dirección: Mar de las Antillas 950 - B° Pablo Saravia



Construcción De Cabañas Mo M2 \$2999,00

- ✓ Planos estándar para dos dormitorios en 45 metros cuadrados.

- ✓ Construcción de cabañas a medidas al estilo canadiense en madera dura, semis duras y blandas. Casas entregadas listas para continuar a llave en mano construidas sobre plateas de hormigón armado de 10 cm de espesor ó construidas sobre durmientes de quebrachos colorados a partir de 0,50cm de elevación hasta los 2,00 metros o más. Pisos machimbrados de eucaliptus grandis premium sin bisel, paredes estructurales de eucaliptus de 2x3, aislaciones térmicas. Aberturas en madera o aluminios, MACHIMBRADOS EXTERIORES CON CABAÑEROS DE 1" o 1 1/2" EN PINO O EUCALIPTUS. Pinturas 3 capas de cetol mate o brillantes al Nogal o Robles. Cielos rasos portantes o cabios a la vista. Aislación térmica de lanas de vidrios con aluminisados. Techos chapas color trapezoidales, sinusoidales o simil tejas calibres 25 cincalum.

Cabañas elegidas de 64 metros cuadrados.

Cantidad de cabañas: 5

Valor unitario: \$191936

Valor total: \$767744

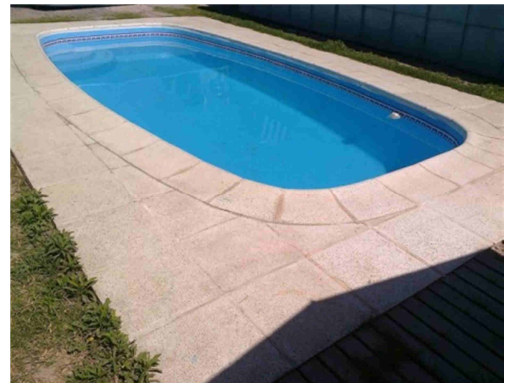
Pileta

Piscinas PETREOS SAN JUAN 785- SALTA –

T.E. 0387-4221935

www.piscinasagua.com - Facebook: Piscinas Pétreos

PRECIO: \$221262



Terminación hydropool: casco de piscina + equipo filtrante vc10 c/gabinete (bomba y filtro - instalados) + accesorios (barral - saca hojas- barrefondo- manguera flotante-) + instalación de piscina (incluye excavación- sin retiro de material sobrante) + vereda perimetral de 0.40 de hºaº + todos los materiales necesarios para la instalación y la mano de obra + bordes atermicos/antideslizantes perimetrales de 0.40 m de ancho
linea: classic- modelo: cancan - capacidad: 45.000lts - medidas: 8.50x3.40 - profundidad: 1.42 a 1.80 (mts) - forma: romana 1.45 a 1.60 (mts) - forma: romana con canal desnivel continuo.

Garantía por el casco y la instalación 15 años - 1 año los equipos - 1 año la pintura. los regalos y bonificaciones son sin garantía. la garantía sobre la piscina, tiene validez solo si el producto ha sido cancelado en su totalidad como también las obras adicionales.-

en todos los casos a cargo del cliente:

- ✓ retiro de tierra excedente de excavación
- ✓ provisión de agua - para obra y llenado de pileta.
- ✓ provisión de electricidad para obra.
- ✓ instalación eléctrica definitiva desde gabinete (bomba monofásica) hasta conexión.
- ✓ en caso de tener dificultades para el acceso del casco de piscina al terreno, se presupuestará el costo (en caso de que el ingreso sea por sobre techo, muro, etc.)
- ✓ Distancia contratada de equipo filtrante 1.50 mts de espejo de agua en línea recta - Toda modificación en esta ubicación se cobra por aparte (x ml y piezas especiales) y será cotizada con anterioridad a la instalación del equipo
- ✓ Toda obra adicional (mampostería – muros – estructura – etc) para poder salvar desniveles existentes en el terreno de instalación de la piscina, será cotizada con anterioridad y quedará a cargo del comitente. La forma de pago se arreglará en el momento de entregar el presupuesto.

- ✓ plazo de ejecución entre 7 y 10 días (de acuerdo al modelo)

Juegos infantiles

MOLTRASIO

Precio:\$25640

Torre de madera con:

Juego de hamacas

Trepador

Tobogán

Escalera

Totalmente pintado con cetol para que pueda estar a la intemperie.



GASTOS DE ADMINISTRACION Y COMERCIALIZACION Y SUELDOS

GASTOS DE ADMINISTRACION		
COSTOS DE SERVICIOS	MENSUAL	ANUAL
CONSUMO DE ENERGIA ELECTRICA Y AGUA	2761,6	33139,2
CONSUMO DE GAS NATURAL	5200	62400
GASTO DE TELEFONO + INTERNET	465	5580
		100119,2
COSTOS CONSTANTES DE COMERCIALIZACION		
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB		650
	CANTIDAD	
FOLLETERIA	20000	1900
CARTEL LUMINOSO	1	14000
		16550
GASTOS INDIRECTOS		
SERVICIO DE JARDINERIA		7000
SERVICIO DE LIMPIEZA (TERCIARIZADO)		3360

BALANCE DE PERSONAL

Según convenio colectivo de trabajo			http://www.uthgra.org.ar/wp-content/uploads/2017/05/Escalas-Resto-Pa%C3%ADs-FEHGRA.pdf					
Escala vigente de Diciembre de 2017								
Cargo	Remuneracion mensual Basica		Cargos sociales	N de puestos	Tipo de jornada	No remunerativo	Total a pagar mensual	Total a pagar anual
Portero	10996	23,5	2584,06	1	media	1000	4705,97	56471,64

Portero: solo realizará media jornada, para realizar recepcion de clientes y cuidado general del predio

Cargas Sociales	
10,17%	Jubilación
1,50%	I.N.S.S.J.P
0,89%	Fondo de empleo
4,44%	Asignaciones Familiares
6%	Mensual
23,50%	Total

DEPRECIACIONES

Electrodomésticos (10 años)		
Equipamientos	Valor Nominal	Amortización
Cocina	\$21000	2100
Heladeras	\$41500	4150
Tv 32"	\$29500	2950
Ventiladores	\$24000	2400
Panel	\$10000	1000
Calefactor	\$16000	1600
Calefon	\$20000	2000
Lavarropas	\$27200	2720
Sillon Futon	\$20000	2000
Tendedero para ropa	\$1500	150

Muebles (20 años)		
Mueble	Valor Nominal	Amortización
Juego de dormitorio (cama y mesa de luz)	\$47500	2375
Cucheta Madera	\$23000	1150
Mesa de Luz	\$9450	472,50
Mesa y 6 sillas	\$38605	1930,25
Mesa y 6 sillas (exterior)	\$34000	1700

Colchonería (5 años)		
	Valor Nominal	Amortización
Colchón 2plazas	\$28110	5622
Colchón 1 plaza	\$66960	13392
Almohadas	\$15000	3000

Ropa de cama			
	Valor Nominal	Años	Amortización
Sabanas 2 plazas	\$4300	1	4300
Sabanas 1 plaza	\$6400	1	6400
Cubrecamas 2 plazas	\$4500	10	450
Cubrecamas 1 plaza	\$12000	10	1200
Frazadas 1 plaza	\$6000	10	600
Frazadas 2 plazas	\$3640	10	364

Bazar&Cia		
	Valor Nominal	Amortización
Set de ollas	\$5000	10 años
Vasos	\$2100	
Platos	\$3350	
Cubiertos	\$2640	
Set cocina	\$2000	
Total	\$15090	1509

Mantenimiento de cabañas aconsejable cada cuatro años, costo de \$15000 por cabaña.

ESTADO DE RESULTADOS

Jesica Ulloa

CÁLCULO DEL CAPITAL DE TRABAJO

Calculo del capital de trabajo para f0

Calculo del capital del trabajo para f0

Método contable (activo cte - pasivo cte)

$$DPC = (SCXC/VTAS) \times 360$$

$$DPP = (SCXP/COMPRAS) \times 360$$

$$DPI = (SPI/CMV) \times 360$$

$$CAJA = (VENTAS/360) \times 30 \text{ DIAS}$$

$$DPC = 15$$

$$DPP = 30$$

$$DPI = 45$$

$$SCXC = 41641,67$$

$$SCXP = 83283,33$$

$$SPI = 8974,80$$

$$CAJA = 64916,67$$

$$\text{CAPITAL DE TRABAJO} = 198816,47$$

NECESIDADES DE FINANCIAMIENTO Y DISPONIBILIDAD DE CREDITOS

Calculo de la tasa costo del capital WACC Marginal				
Fuente	Valor contable	Ponderación	Costo	Ponderación por costo
Capital propio	1200000	0,4050	23,40	9,477
Deuda Banco Macro	800000	0,2699	18.02	4,863598
Deuda Banco Nación	963187	0.3250	11.05	3,59125
Total	-2963187	1	WACC	17,931848

$(17+28)/2 \times 1,6$ (60% riesgo) = 36%

Capital propio N=5

$K_e = 36\%$ antes de impuestos

$K_e = 23,40\%$ después de impuestos

Banco Nación N=5

$K_d = 17\%$ antes de impuestos

$K_d = 11.05\%$ después de impuestos

Banco Macro N=5

$K_d = 28\%$ antes de impuestos

$K_d = 18,02\%$ después de impuestos

Tasa de descuento + riesgo financiero (60%) = $17,931848 + 0,6 = 18,531848$

FLUJO DE FONDOS

CONCLUSIONES

Para evaluar técnica y económicamente el proyecto de inversión presentado, en primera instancia se definió el servicio que se deseaba brindar, luego se identificó el lugar óptimo para construir el mismo. Pero para ello fue necesario realizar previamente un adecuado estudio de mercado, el cual permitió analizar los niveles de ocupación promedio de una cabaña y si bien los datos históricos no fueron suficientes para realizar una proyección de demanda a través de herramientas matemáticas, se utilizaron métodos cualitativos.

Producto del estudio de mercado se identifican tres segmentos importantes:

- ✓ Las familias locales que desean relajarse en fin de semanas largos o vacaciones sin realizar grandes costos.
- ✓ Las familias nacionales y extranjeras que eligen la ciudad de Salta para descansar en un lugar rústico y familiar.
- ✓ Matrimonios locales, nacionales y extranjeros que deseen pasar una experiencia inolvidable en un ambiente rustico y de tranquilidad.

Estos segmentos identificados tienen comportamientos diferentes. Las familias locales que desean relajarse los fines de semana, solo pasan como máximo dos días en las cabañas y buscan alejarse de los ruidos y requieren de la tranquilidad de la naturaleza. Las familias turistas nacionales o extranjeras desean descansar en un ambiente que refleje la tradición y la cultura de nuestra Provincia.

Además, el estudio de mercado arroja que, dentro del segmento de las familias locales requieren servicio de pileta, mientras que las familias turistas prefieren un

lugar tranquilo pero que no se encuentre lejos del centro de la ciudad. Luego del estudio de la demanda y de los atributos que buscan los clientes se definieron los atributos que deberá tener el complejo de cabañas a construir.

Se realizó cuestionarios, los cuales recogieron la opinión de personas que frecuentan hospedajes donde se realiza el estudio de mercado. Esta opinión, se recoge en torno a los atributos que los mismos encuestados dijeron ser relevantes y se procede a agrupar dichos atributos en los niveles de cabañas de tres estrellas. El resultado que se obtiene expone que los clientes están dispuestos a pagar más por una cabaña más cómoda y que se encuentre en un lugar de fácil acceso y cercano a la ciudad de Salta, por lo tanto, se decide llevar a cabo un proyecto de un complejo de cabañas de tres estrellas ubicado en la ruta nacional 51.

Después de haber definido el servicio y su localización, se procedió a estudiar los ingresos y costos. La inversión se calculó haciendo un diseño de las cabañas con sus respectivas habitaciones, baños, cocina, cochera entre otros, especificando técnicamente cada una o ítem a presupuestar. Teniendo el diseño se obtuvieron las medidas y con las especificaciones técnicas se determinaron los materiales que se debían utilizar. Con esta información se solicitó a tres empresas que coticen la construcción por metro cuadrado de las cabañas, con lo cual se calculó el costo de construcción de todas las dependencias.

De acuerdo a la normativa de calificación de una cabaña de tres estrellas, las mismas contarán con una habitación individual matrimonial y otra habitación con dos cuquetas, más un espacio para el comedor- cocina y living con sus respectivas medidas, el precio total de la construcción será de \$767744.

Por otro lado, se consideraron las obras físicas no habitacionales como pileta de natación, estacionamientos, juegos infantiles etc. Las cuales en total su costo de construcción es de \$246902.

De manera similar, para la inversión en equipamiento, se desglosó por cada dependencia como ser ropa de cama, instrumentos de cocina, electrodomésticos, muebles a disponer, entre otros. En total el equipamiento para todas las cabañas sumó \$525255.

Para el caso de los costos fijos y variables se desglosaron todas las tareas y servicios que se deben cumplir en una cabaña de tres estrellas, y se calcularon los costos por ítem dentro de los que se destacan las remuneraciones que ascienden mensualmente a \$4705,97, es decir, anualmente ascienden a \$56471,64. Esto se debe a que el personal de portería será un soporte que solo asistirá por una jornada reducida de cuatro horas diarias.

Se tuvieron presentes gastos indirectos como ser el mantenimiento de la pileta, servicio de limpieza y jardinería brindado por una empresa externa. Gastos de comercialización, como ser el mantenimiento de página web, folletería entre otros. Gastos de servicios, entre otros.

Ya teniendo los ingresos y los costos, se llevó a cabo un flujo de caja el cual entrega un VAN de \$95465,41 y una TIR de 19,38% lo que indica que el proyecto es viable económicamente.

Se puede visualizar que los resultados de los flujos van variando, aumentan o disminuyen, se tuvo presente el comportamiento del alojamiento de los turistas durante cinco años anteriores a la realización del proyecto, como así también la

influencia en los costos. Se determinó una inversión anual en ropa de cama, es decir sábanas.

Posterior al flujo de caja del proyecto puro se analizaron las necesidades de financiación. En el capital propio se tienen presente los terrenos, ya que actualmente son de propiedad de la tesista, mientras que el resto de la inversión se consultó a través de diferentes fuentes.

El valor positivo del VAN se produce por tres variables importantes dentro de la evaluación. Primero, la inversión en obras físicas y equipamiento es muy grande pero se compensa con la tasa de ocupación de una cabaña en la ciudad de Salta. Segundo los precios del mercado son elevados producto de la alta demanda. Y tercero, una cabaña de tres estrellas no requiere tantos servicios y el gasto en remuneraciones es muy bajo, teniendo presente que los propietarios son los que realizan la tarea principal y que se contratará una empresa externa para el servicio de limpieza y mantenimiento de jardinería.

Luego de estudiar la oferta, se pudo observar que muchas de las tareas ejercidas dentro de los otros complejos de cabañas, son realizadas por los dueños y esto se traduce en un ahorro importante en remuneraciones que significan el costo mensual más importante para una cabaña como el evaluado en este proyecto. Además, al ser empresas familiares, consideran la inversión en obras físicas como un costo hundido. Por lo tanto, al no considerar gran parte de las remuneraciones y el costo de oportunidad de las obras físicas, la oferta de cabañas actual sobrevalora la rentabilidad de su negocio.

Como el proyecto tiene una tasa interna de retorno (TIR) positiva, se puede concluir respecto a cuánto podría haber subido o bajado el premio por riesgo.

Por lo tanto, se refuta la hipótesis de que un proyecto de inversión sobre la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017 resulta viable y rentable porque se ajusta a la demanda, las necesidades que los clientes buscan satisfacer y el beneficio que se puede generar en una localidad residencial con un alto contenido colonial, se realizó un estudio de mercado que avanza en paralelo con los otros estudios de este proyecto.

Se sugiere llevar a cabo el proyecto, ya que económicamente es viable y rentable.

BIBLIOGRAFÍA

Albrecht, K.R (1991),” *Gerencia de servicio*”, Editorial LEEIS Editores, Bogotá Colombia.

Arceo J. (2002), “*Proyectos de inversión Inmobiliaria*”.

Baca Urbina, G. (1995),”*Evaluación de proyectos*”, Mc Graw – Hill, (3ª Ed.), Ciudad México.

Cornejo, F. (2011), “*Módulo Marketing Estratégico*”, Facultad de Economía y Administración, Universidad Católica de Salta.

Danteataupillco Vera (2007), “*Empresa Hotelera*”.

De La Poza Lleida, J. (1993), “*Servicios Turísticos*”, Oikos- Tau, Barcelona España.

Dorado J. y Cerra, J. (2004),”*Manual de Recepción y Atención Al Cliente*”, síntesis, Madrid España.

González de Cruz, C. (2008), “*Metodología de la investigación científica para las Ciencias Sociales*”, Virtudes Editorial Universitaria, Buenos Aires Argentina:

Hermedia, J; Serra, R. y Kastika, E. (1992), “*Administración y estrategia*”, Ciudad País: Macchi.

Hernández Sampieri, R, Collado, C.F, Lucio, P.B (2010), *“Metodología de la Investigación, (5ª Ed.)* El Comercio, Perú.

Huerta, Ernestina y Siu Carlos (2000), *“Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital”*, México.

Juan R. Mestres Soler (1995), *“Técnicas de gestión y dirección hotelera”*.

Mochon, F. y Beker, V. (1993), *“Economía Principios y Aplicaciones”*, España: Interamericana.

<http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html> Consultado el 19/07/17

<http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/131896/Evaluacion-tecnico-economica-de-un-hotel-en-constitucion-vii-region.pdf?sequence=1>
Consultado el 20/08/17

<https://es.scribd.com/doc/164787498/Clasificacion-de-los-costos-de-un-hotel>
Consultado el 20/08/2017

ANEXOS

Capítulo II: Decreto N° 1125 Ministerio de Economía

1.- CONDICIONES GENERALES

ARTICULO 1º. La Dirección Provincial de Turismo será el organismo de aplicación de la presente Reglamentación y tendrá a su cargo el Registro Provincial de Alojamientos Turísticos y la categorización de los mismos.

ARTICULO 2º.- Los establecimientos a que se refiere el presente Reglamento, deberán inscribirse en el Registro Provincial de Alojamientos Turísticos y solicitar su homologación en la clase y categoría correspondiente, cumpliendo los requisitos que para ellos se establecen en la presente Reglamentación.

ARTICULO 3º.- Son alojamientos turísticos y por lo tanto sujetos a la presente Reglamentación aquellos establecimientos en los cuales se presta a turistas el servicio de alojamiento, mediante contrato, por un período no inferior al de una pernoctación, pudiendo además ofrecer otros servicios complementarios.

2.- DE LA CLASIFICACIÓN

ARTICULO 4º.- Los establecimientos hoteleros se clasificarán dentro de las categorías siguientes, en atención a la calidad de las comodidades y servicios que prestan al usuario:

- a) Hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrellas
- b) Moteles de 3, 2 y 1 estrellas
- c) Hosterías de 3, 2 y 1 estrellas
- d) Cabañas de 3, 2 y 1 estrellas
- e) Residenciales de A y B
- f) Apart- hotel

3.- DE LAS DEFINICIONES

ARTICULO 5º.- A los efectos de la presente Reglamentación, se entiende por:

d) Cabaña: Aquellas unidades que aisladamente o formando conjunto con otras, se encuentran generalmente ubicadas fuera del radio urbano con características arquitectónicas típicas y en las cuales se presta al turista el servicio de alojamiento y los demás que para cada categoría se indiquen.

4.- DE LOS SERVICIOS

ARTICULO 6º.- A los efectos de la presente Reglamentación se entiende por:

a) Pensión completa: Aquellos establecimientos que además del servicio de alojamiento, brindan conjuntamente el de desayuno, almuerzo y cena, incluidos en la tarifa.

b) Media pensión: Comprende el servicio de desayuno y una de las comidas, además del alojamiento, todo ello incluido en la tarifa.

c) Día de estada: Período comprendido entre las diez (10) horas de un día y las diez (10) horas del día siguiente.

d) Habitación simple: Es el ambiente de un establecimiento destinado al alojamiento de una sola persona.

e) Habitación doble: Es el ambiente de un establecimiento destinado al alojamiento de dos personas, ocupado por una cama de dos (2) plazas o dos camas gemelas.

f) Habitación triple: Es el ambiente de un establecimiento amoblado en forma permanente con tres camas individuales o una cama doble y una individual.

g) Departamento: Alojamiento compuesto por dos habitaciones con uno o dos baños, pequeño hall con puerta al pasillo que conforma los ambientes como una sola unidad.

h) Suite: Alojamiento compuesto de uno o dos dormitorios con igual cantidad de baños y otro ambiente amoblado como sala de estar.

i) Baño privado: Ambiente sanitario que conforma una sola unidad con la habitación.

j) Baño común: Ambiente sanitario que sirva a dos habitaciones como mínimo y como máximo a seis plazas.

ARTICULO 7º.- Los alojamientos turísticos contarán con los recursos humanos necesarios para el eficiente suministro de los servicios que presten, en cantidad acorde con la categoría y capacidad del establecimiento.

ARTICULO 8º.- Fíjase como horario mínimo para las comidas e ingresos a los comedores los siguientes:

- ✓ Desayuno: 7 a 10 horas.
- ✓ Almuerzo: 12 a 14 horas.
- ✓ Cena: 20.30 a 23 horas.

5.- DE LAS CLASIFICACIONES

Para establecer las distintas categorías en los Alojamientos Turísticos, se tendrá en cuenta la antigüedad de la edificación y su mantenimiento, funcionalidad, estado general y conservación de muebles, ropa de cama e instalaciones sanitarias, etc.

ARTICULO 9º.- Son requisitos mínimos para la homologación en cualquier clase y categoría de alojamientos turísticos los siguientes:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o una parte del mismo que sea completamente independiente del resto en cuanto a sus funciones y servicios principales.
- b) Contar con entrada de pasajeros independiente de la de servicios.
- c) Tener servicio telefónico público en cabina acústicamente aislada, siempre que el mismo sea previsto por el organismo local competente.
- d) Las habitaciones estarán identificadas en la parte superior anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifras correspondan al número de piso
- e) Contar con botiquín de primeros auxilios.
- f) Poseer un sistema de protección contra incendios adecuado a su estructura y capacidad, aprobado por la autoridad competente. El personal deberá estar instruido sobre el manejo de los citados dispositivos y de las demás medidas que han de adoptarse en caso de siniestro.
- g) Los establecimientos que cuenten con más de dos pisos en cualquiera de las categorías o clases establecidas, deberán contar con ascensores con capacidad para cuatro personas como mínimo, sujetándose a las condiciones de seguridad exigidas en las disposiciones vigentes en la materia. No se contará planta baja.
- h) Los bares instalados en alojamientos turísticos, cualquiera sea su clase y categoría deberán estar insonorizados cuando en los mismos se ofrezca música.
- i) Contar con recintos destinados a vestuarios y servicios sanitarios para el personal, diferenciado por sexo.
- j) El suministro de agua será como mínimo de 200 Lts. Por persona y debe asegurarse la obtención de agua caliente.
- k) Las habitaciones estarán equipadas, como mínimo, con los siguientes muebles, enseres e instalaciones:
 - 1. Cama individual o doble. Las dimensiones mínimas serán de 0,80 x 1,85m para las individuales y 1,40 x 1,85m para las dobles.
 - 2. Una mesa de luz con superficie de mesada de 0,15m² por plaza.
 - 3. Un sillón, butaca o silla por plaza y una mesita escritorio.
 - 4. Un porta-maletas.

5. Un armario de no menos de 0,55m de profundidad y 0,90m de ancho con un mínimo de cuatro cajones.
6. Una alfombra de pie de cama cuyas medidas mínimas serán de 1,20m x 0,50m por cada plaza, con excepción de aquellas habitaciones totalmente alfombradas.
7. Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.
8. Junto a la cabecera de cada cama, existirá un pulsador de llamada al personal de servicio, con señal luminosa o acústica, salvo que esté previsto para tal fin el uso del teléfono.
9. Todo el personal afectado a la atención de pasajeros estará uniformado.

ARTICULO 10º.- Las medidas mínimas establecidas en esta Reglamentación, regirán en cuanto el Código de Edificación o normas similares vigentes en el lugar de construcción del establecimiento, no exijan otras mayores. Igual criterio se adoptará para aquellos aspectos edilicios no reglamentados en la presente.

ARTICULO 11.- Todos los establecimientos turísticos, deberán llevar un libro de Entradas y Salidas de huéspedes, indicando el número de habitaciones ocupadas.

ARTICULO 12.- Todos los alojamientos turísticos contarán con un Libro de Reclamos foliado y rubricado por la Dirección Provincial de Turismo, a disposición de los pasajeros. En el mismo se anotarán los reclamos que los usuarios creen necesario efectuar, ya sea por cobro indebido de tarifas por faltas u omisiones de cualquier naturaleza. Estos reclamos serán verificados por personal de la Dirección Provincial de Turismo.

ARTICULO 24.- Son requisitos mínimos para que una **Cabaña** sea clasificada en categoría **tres estrellas** los siguientes:

- 1) Tener una capacidad mínima de cuatro plazas y una máxima de ocho plazas por cabaña.
- 2) En todos los casos deberá existir una habitación privada como mínimo, con capacidad para dos plazas.
- 3) La habitación privada deberá tener como mínimo una superficie de 10,50 m² y el lado mínimo de las habitaciones será de 2,50m lineales.
- 4) Los baños serán uno por unidad como mínimo, equipados con:
 - a) Lavabo
 - b) Bidet
 - c) Duchas (Estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclables)
 - d) Inodoro

- e) Botiquín o repisa con espejo, iluminados
- f) Toallero
- g) Tomacorriente Las paredes deberán estar azulejadas o con revestimiento similar hasta un mínimo de 1,80m de altura.
- 5) Cuando supere la cantidad de seis unidades deberá contar con una recepción independiente ubicada dentro del predio, con una superficie mínima de 12 m² y servicios sanitarios mínimos.
- 6) Cada Cabaña deberá contar con sala de estar independiente o vinculada a la cocina-comedor con una superficie mínima de 9 m² para las primeras cuatro plazas, incrementándose en 1 m² por cada plaza subsiguiente. Lado mínimo 3m.
- 7) Deberán tener calefacción en todos los ambientes por separado, o una fuente única de calor que garantice calefacción en toda la unidad cuando en el lugar donde se encuentre situado el establecimiento se registren temperaturas medias inferiores a 18° C, durante alguno de los meses de funcionamiento del mismo.
- 8) Deberá contar con comedor, que podrá conformar un lugar común con el lugar de estar y la cocina, cuya superficie mínima deberá ser de 4 m² por las cuatro plazas primeras, incrementándose en 1 m² por cada una de las plazas siguientes.
- 9) La cocina deberá tener una superficie mínima de 4,50m² y lado mínimo de 1,50m lineales y deberá estar equipada con:
 - a) Cocina con horno
 - b) Mesada con pileta con agua fría y caliente mezclables
 - c) Heladera
 - d) Vajilla y platina adecuada en cantidad suficiente
 - e) Mantelería
 - f) Elemento para cocinar
 - g) Mesa y sillas acorde con la capacidad de la cabaña
 - h) Extractor de aire
- 10) Las habitaciones poseerán los siguientes elementos:
 - a) Alfombra de 1 m² por plaza
 - b) Mesa de luz o superficie de mesada de 0,15 m² por plaza
 - c) Iluminación individual de cabecera
 - d) Placard o ropero con un mínimo de 0,60m de fondo, 0,80m de ancho y 1,30m de altura, provisto de tres perchas por cada plaza y

e) Ropa de cama de buena calidad y en cantidad suficiente.

11) Deberá contar con servicio diario de limpieza, siendo éste optativo para los pasajeros y con cargo.

12) Cada cabaña deberá contar con un espacio parquizado de 1 ½ vez su superficie real, no correspondiendo éste a estacionamiento.

13) Por cada cama habilitada se proveerá de una toalla de mano y un toallón de baño, los que serán cambiados diariamente. Las sábanas se renovarán cada dos días.

14) En caso de contar con estufa a leña, ésta será provista por el establecimiento.

15) Por cada cabaña deberá existir un equipo extinguidor eficiente contra incendios, debiendo el personal del establecimiento tener conocimiento del manejo del mismo.

16) La escalera, en caso de acceder a una planta recorrible, deberá tener una pendiente máxima de 60° y un ancho de 0,70m; en caso de acceder a lugar para dormir podrá ser vertical y desmontable con un ancho de 0,40m.

17) Cuando la cantidad de unidades supere las 12, deberá contar con servicio de vigilancia permanente.

18) El predio deberá estar totalmente cercado.

19) Contará con cocheras cubiertas o guarda vehículos dentro del predio del establecimiento, o ubicado en sus adyacencias a no más de 150m en línea recta o quebrada a partir del eje central de la puerta principal. Su número será de uno por cabaña.

20) Deberá poseer servicio diario de recolección de residuos.

21) Cada unidad deberá tener un tendedero o artefacto seca ropa individual o local general que lo reemplace.

22) El tipo de iluminación debe ser eléctrica, siempre que sea provisto por el organismo competente, en caso de que esto no suceda y las unidades superen las 12, deberá contar con grupo electrógeno.

23) Cada unidad contará con vereda de acceso tipo calcáreo o similar.

24) Tener servicio telefónico, ubicado preferentemente en el local destinado a recepción, siempre que dicho servicio sea provisto por el organismo competente.

25) Cuando el conjunto supere la cantidad de 6 unidades (48 plazas) deberá poseer un espacio cubierto para juegos de niños en una superficie mínima de 80 m²

26) Cuando el conjunto supere las 12 unidades, deberá contar con un espacio cubierto para estar con televisión, y uno, anexo o no, con parrilla y sanitarios diferenciados por sexo, debiendo ser su superficie mínima de 40 m² y 30 m² , respectivamente.

ARTICULO 25.- Son requisitos mínimos para que una cabaña sea clasificada en categoría dos estrellas, los siguientes:

- 1) Tener una capacidad mínima de cuatro plazas y una máxima de ocho plazas por unidad.
- 2) En todos los casos deberá existir una habitación con baño privado como mínimo, con capacidad para dos plazas.
- 3) La habitación privada deberá tener una superficie mínima de 10,50 m² y el lado mínimo de las habitaciones será de 2,50m lineales.
- 4) El baño estará equipado con:
 - a) Lavabo
 - b) Bidet
 - c) Ducha o Multifaz (Estos artefactos contarán con servicio de agua fría y caliente mezclables)
 - d) Inodoro
 - e) Botiquín o repisa con espejo iluminado.
 - f) Toallero
 - g) Tomacorriente
- 5) La administración y/o recepción deberá estar dentro del predio pudiendo ser en una de las unidades o local aparte, debiendo tener un mínimo de superficie de 9 m² cuando el conjunto supere las 10 unidades.
- 6) Cada unidad contará con un lugar de estar-comedor, cuyas dimensiones mínimas serán de 12 m² con un lado mínimo de 2,50m para cuatro plazas, incrementándose en 1 m² por cada plaza subsiguiente.
- 7) Espacio para cocinar, que estará provisto de:
 - a) Anafe b) Mesada con pileta con agua fría y caliente mezclables. c) Vajilla y platina adecuada y en cantidad suficiente d) Elementos para cocinar e) Mesas y sillas acorde con la capacidad de la cabaña.
- 8) Las habitaciones poseerán los siguientes elementos: A. Mesa de luz o superficie mesada de 0,15 m² por plaza. B. Iluminación individual de cabecera. C. Placard o ropero de 0,60m de fondo, 0,50m de ancho y 1,35m de altura provisto de

3 perchas como mínimo para cada plaza. La ropa de cama será de buena calidad y en cantidad suficiente.

9) Cada unidad deberá contar con un espacio parqueizado de una vez su superficie real, no correspondiendo éste a estacionamiento.

10) Por cada plaza habilitada se proveerá de una toalla de mano y un toallón de baño, los que deberán ser cambiados. En cuanto a las sábanas, ésta se renovarán cada tres días.

11) Por cada unidad deberá existir un equipo extinguidor eficiente contra incendios, debiendo el personal del establecimiento tener conocimiento del manejo del mismo.

12) La escalera, en caso de acceder a una planta recorrible deberá tener una pendiente máxima de 60° y un ancho de 0,70m, en caso de acceder a un lugar para dormir podrá ser vertical y desmontable, con un ancho de no menos de 0,40m.

13) El predio deberá estar totalmente cercado.

14) Contará con lugar de estacionamiento dentro del predio del establecimiento o ubicado en las adyacencias a no más de 150m en línea recta o quebrada a partir del eje central de la puerta principal. Su número será de uno por cabaña.

15) Poseer servicio diario de recolección de residuos.

16) Cada unidad deberá tener un tendero o lugar de secado

17) El tipo de iluminación debe ser eléctrica siempre que sea provista por el organismo competente, en caso de que esto no suceda y las unidades superan las doce, deberán contar con un grupo electrógeno.

18) Cada unidad contará con vereda de acceso en cemento o similar

19) Cuando el conjunto supere la cantidad de 10 unidades, deberá tener un espacio cubierto para juego de niños, en una superficie mínima de 120 m²

ARTICULO 26.- Son requisitos mínimos para que una cabaña sea clasificada en categoría una estrella, los siguientes:

1) Tener una capacidad máxima de 8 plazas.

2) El volumen mínimo por plaza para las habitaciones será de 4,80 m³ ; el lado mínimo de las habitaciones será de 2m.

3) El baño estará equipado con:

a) Lavabo

b) Ducha con servicio de agua fría y caliente mezclables.

c) Inodoro

- d) Toallero
- e) Tomacorriente
- 4) Tener como mínimo un elemento de calefacción y ventilación
- 5) Tener un ambiente cocina-comedor-estar, cuya superficie mínima no sea inferior a los 12 m²
- 6) El espacio para cocina estará provisto de los siguientes elementos:
 - a) Anafe
 - b) Mesada con pileta con agua fría y caliente mezclables
 - .c) Vajilla y platina en cantidad suficiente.
 - d) Elementos para cocinar
 - e) Mesa y sillas acorde con la capacidad de la unidad.
- 7) Los lugares de dormir deberán tener placard o ropero con un mínimo de 0,60m de fondo, 0,30m de ancho y 1,35m de altura como mínimo por plaza habilitada o espacio para guardar en una zona próxima a los lugares de dormir, ropa de cama en cantidad suficiente.
- 8) Por cada plaza habilitada se proveerá de una toalla de mano y un toallón de baño, los que deberán ser cambiados diariamente; las sábanas cada tres días.
- 9) Por cada unidad deberá existir un equipo extinguidor eficiente contra incendio, debiendo el personal conocer su manejo.
- 10) La escalera en caso de acceder a una planta recorrible, deberá tener una pendiente máxima de 60° y un ancho de 0,70m; en caso de acceder a un lugar para dormir podrá ser vertical y desmontable con un ancho de 0,40m
- 11) El predio deberá estar totalmente cercado.
- 12) Poseer servicio diario de recolección de residuos.
- 13) Cada cabaña deberá poseer un tendero o lugar de secado
- 14) El tipo de iluminación deberá ser eléctrico, siempre que sea provisto por el organismo competente, en caso de que esto no suceda y el conjunto supere las dos unidades, deberá contar con grupo electrógeno.

ARTICULO 27.-

1.- La construcción de las unidades deberá cubrir las máximas exigencias de hermeticidad y termicidad.

2.- Las camas deberán tener un ancho mínimo de 0,70m y largo de 1,90m; en el caso de cuquetas superpuestas serán de 0,60m por 1,90m y la separación entre una y otra en altura de 0,80m

3.- El órgano de aplicación podrá determinar la compensación de superficie de locales afectados a funciones análogas.

4.- Si el propietario o explotador del establecimiento considera que la categoría en que ha sido ubicado su establecimiento no es la que corresponde, interpondrá ante la Dirección Provincial de Turismo que efectuó la categorización.

DE LAS HABILITACIONES Y REGISTROS

ARTÍCULO 35.- Los establecimientos comprendidos en la presente Reglamentación no podrán funcionar dentro del ámbito provincial, si no se hallan debidamente habilitados y registrados en el Registro Provincial de Alojamiento Turístico y en el Registro Hotelero Nacional.

ARTÍCULO 36.- Los interesados en obtener la habilitación de su establecimiento deberán solicitar por escrito la inspección correspondiente.

ARTICULO 37.- Toda solicitud de habilitación de un establecimiento de alojamiento turístico, a ser presentada ante la Dirección Provincial de Turismo, deberá instrumentarse mediante declaración jurada y estará acompañada de la siguiente documentación: a) Nombre del propietario o razón social y su domicilio real y legal; si es sociedad, carácter de la misma, copia legalizada del contrato social y contratos de arrendamiento o explotación si fueran inquilinos o concesionarios. b) Acompañar juegos de planos del edificio/s, aprobados por la autoridad competente. En caso de no poseer los mismos, este requisito será suplido mediante inspección por parte de personal técnico del Organismo Provincial de Turismo. c) Adjuntar, por lo menos, tres fotografías del establecimiento (habitaciones, fachadas, sala de estar, comedor, etc)

ARTICULO 38.- Una vez cumplimentados los requisitos para la habilitación que por la presente reglamentación se determinen, la Dirección Provincial de Turismo procederá a inscribirlos en el Libro de Registros que a tal efecto se habilitará.

ARTICULO 39.- La habilitación de los establecimientos y el otorgamiento del respectivo número de inscripción en el Libro de Registro, será establecido por la Dirección DECRETO N° 1125 27 Provincial de Turismo mediante disposición, que será comunicada a los interesados, enviándose copia de la misma a la Dirección General de Rentas.

ARTICULO 40.- Toda modificación que se introduzca en el edificio o en los servicios de los establecimientos habilitados, deberá ser comunicado por escrito dentro de los diez días mediante pieza certificada a la Dirección Provincial de Turismo, remitiendo copia de los planos e informe de las mejoras introducidas en los servicios que puedan variar su categoría. En ambos casos solicitará la inspección para habilitación y reclasificación, si así correspondiera.

ARTICULO 41.- En caso que los interesados exploten sus establecimientos en temporada, deberán notificar antes de los diez días la apertura y/o cierre a la Dirección Provincial de Turismo, para su control y posterior habilitación. Tendrán que cumplir este requisito todos los establecimientos que cierren por cualquier motivo.

ARTÍCULO 42.- Los responsables de los establecimientos deberán comunicar al organismo de aplicación con quince días hábiles de antelación el cierre definitivo del establecimiento, transferencia, venta o cesión del mismo

HOJA DE EVALUACIÓN

“Proyecto de Inversión para la apertura y gestión de un complejo de cabañas en San Luis, Salta en el año 2017.”

Diseño de Investigación del Trabajo Final de Graduación para la obtención del título de
Licenciatura en Administración de Empresas.

Tribunal examinador:

Nota:

Fecha:

Autora: Jesica Ulloa

Directora: Lic. Salomé Sosa

OBSERVACIONES:

Salta, Argentina. 22 De Junio de 2018.