

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Condorito Ecolodge

Autor/es:

Costilla, Keila - 1067902
Dato, Julieta Agustina – 1095401
Ghisimberti, Gina Aldana – 1092425
Gourhand, Ezequiel - 1090996

Carrera:

Hotelería y turismo

Tutor:

Ziperovich, Andres y Scalfino, Fabrizio Nicolas

Fecha:

13/12/2020

Índice

1. Idea de negocio	6
1.1 Análisis de las oportunidades de negocio.	7
1.1.1 Análisis del escenario.	7
1.1.2 Proyección de este escenario en el corto y mediano plazo.	9
1.2 La idea de negocio que se parte junto con los productos y servicios a ofertar	10
1.3 Localización	12
1.3.1 Características del destino turístico elegido.	12
1.3.2 Elección y valoración del destino turístico.	14
1.3.3 Matriz de valoración de servicios de destino.	15
1.4 Forma jurídica.	16
1.5 Procedimientos que se requieren para poner en marcha la empresa.	16
2. Análisis del ambiente de negocios y mercado	22
2.1 Entorno de negocios del sector donde la empresa operará.	22
2.1.1 Descripción del entorno de negocio actual.	22
2.2 Análisis del escenario competitivo.	26
2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales.	26
4. Plan de Marketing	39
4.1 Segmentos a operar.	39
4.1.1 Perfil de los segmentos a los cuáles direccionará nuestro negocio.	39
4.2 Objetivos comerciales previstos.	47
4.2.1 Objetivos comerciales de la empresa a corto, mediano y largo plazo.	47
4.3 Producto.	48
4.3.1 Productos y servicios ofrecidos.	48
4.3.2 Liste la línea y gama completa de productos o servicios ofertados.	49
4.3.3 La necesidad que satisface la propuesta de la empresa.	60
4.4. El precio.	61
4.4.1 Primera aproximación a los precios de los productos y servicios.	61
4.5 Comunicación.	62
4.5.1 Imagen de marca.	62
4.5.2 Plan de comunicación.	63
4.6. Comercialización.	67
4.6.1 Sistema de comercialización seleccionado	67
5. Plan Operativo.	70

5.1 Procesos: El sistema de prestación de servicio.	70
5.2 Posibles operaciones “críticas” que demandarán una mayor atención	76
5.3 Sistema de calidad de servicio.	76
6. Plan de Recursos Humanos.	81
6.1 Recursos Humanos.	81
6.1.1 Organigrama.	81
6.1.2 Plantilla de empleados.	81
7. Plan Financiero	83
8. Referencias Bibliográficas	86
9. Anexos	98

Abstract y palabras claves

En la actualidad, podemos ver reflejados ciertos cambios en la manera de cómo realizar turismo ya que, los demandantes de esta actividad poseen diferentes gustos y novedosas necesidades. Del mismo modo, una de estas nuevas formas de llevar a cabo la actividad turística, es no sólo a través de la sostenibilidad, sino también, siendo un turista o viajante más responsable con el medioambiente. Debido a este contexto, se le suman además, nuevas y mayores exigencias de los mismos, siendo así que los oferentes de la industria turística debemos de implementar diferentes tipos de actividades para poder llevar a cabo una eficiente gestión ambiental, y donde además, se esté cumpliendo con la demanda de nuestros huéspedes o potenciales huéspedes.

El “turismo sostenible”, “turismo responsable” o “ecoturismo”, son entonces, una nueva alternativa al turismo de masas convencional, que busca evidenciar que se lleven a cabo distintas acciones, las cuales buscan reducir los impactos negativos que provoca la industria turística, fomentando la preservación del medio natural, económico y social.

Teniendo en cuenta lo dicho previamente, y viendo que en los últimos años se ha exacerbado este tipo de turismo, creemos pertinente presentar la siguiente idea de negocio: “Condorito Ecolodge”, la cual se trata de un alojamiento sustentable ubicado en el Camino de Altas Cumbres, uno de los caminos más destacados de la provincia de Córdoba, Argentina. El mismo, tiene la ventaja de estar ubicado cerca de la localidad de Mina Clavero, lo que le permite al huésped, la posibilidad única de poder gozar del ocio y confort, y al mismo tiempo, la posibilidad de conectarse con la naturaleza ya que se les garantiza la sostenibilidad en su totalidad en todos nuestros productos y servicios, reduciendo su huella de carbono e impacto en el medioambiente.

A lo largo del trabajo integral final, se ven evidenciadas y desarrolladas todas estas características en profundidad donde se pone el foco en la idea de negocio sostenible, rentable e innovadora, abocada a todas aquellas personas que deseen llevar a cabo un turismo alternativo o responsable para y con el medioambiente.

Nowadays, we can perceive certain changes reflected in the way of accomplishing tourism, since the tourists have some different tastes and new needs. In the same way, one of these latest ways of carrying out the activity of tourism is, not only through sustainability, but also by being an environmentally responsible tourist or traveler. Due to this context, new and greater demands are added to it, thus, the different providers of the tourism industry must implement some different types of activities to accomplish an

efficient environmental management, and in addition, to be meeting and accomplishing the customer's expectations.

“Sustainable tourism”, “responsible tourism” or “ecotourism”, are the new alternative to the well-known conventional massive tourism, since these new types of tourism look forward to show the importance of achieving different actions in order to reduce the negative impacts caused by the tourism industry, promoting the preservation of the natural, economic and social environments.

Taking into account what has been said previously and identifying that in the recent years this type of tourism has been exacerbated, we believe that it is pertinent to present our business idea, "Condorito Ecolodge", which is a sustainable accommodation located in the “Camino de Altas Cumbres”, that is one of the most outstanding roads in the province of Córdoba, Argentina. The ecolodge has the advantage of being located near the town of Mina Clavero, which allows the guest the unique possibility of being able to enjoy leisure and comfort, and at the same time, the possibility of connecting with nature as we guarantee the sustainability in all our products and services, reducing their carbon footprint and impact on the environment.

In this document, all these characteristics are evidenced and developed in depth, where the center of attention is placed on the idea of a sustainable, profitable and innovative business, aimed at all those tourists or travelers who wish to implement an alternative or responsible tourism to preserve the environment.

Palabras clave: Sustentabilidad - Ecoturismo - Ecolodge - Alojamiento - Cordoba - Argentina - Mina Clavero.

Keywords: Sustainability - Ecotourism - Ecolodge - Accommodation - Córdoba - Argentina - Mina Clavero.



1. Idea de Negocio.

1.1 Análisis de las oportunidades de negocio.

1.1.1 Análisis del escenario.

Para poder comenzar con el planteo y el desarrollo de nuestra idea de negocio, debemos de destacar en primera instancia, que a lo largo de los años, es probable que, tanto turistas nacionales e internacionales, como futuros profesionales del sector turístico, alguna vez hayan escuchado los conceptos “turismo responsable” y/o “ecoturismo”. Dichos términos están estrechamente relacionados con el turismo sustentable y sostenible, debido a que son una nueva alternativa al turismo de masas convencional, que busca evidenciar que se llevan a cabo distintas acciones buscando no solo reducir los impactos negativos que provoca la industria turística sino también la preservación del medio natural, económico y social.

Según, la Organización mundial del turismo (OMT): “ El turismo responsable implica un viajero consciente de su actuación, que quiere disfrutar de su viaje sin dejar una huella negativa. También requiere que las administraciones públicas y empresas de los destinos desarrollen prácticas que minimicen los impactos negativos del turismo y maximicen los positivos”. Basándonos en esta definición podríamos decir que, es importante resaltar que en el rubro hotelero, y el turismo en general, se perciben cada vez más consumidores con mayores exigencias y necesidades. Es por esto que las empresas de alojamiento tienen que cumplir con las expectativas de sus huéspedes.

Con lo dicho previamente podemos citar una tesis de suma importancia para la fundamentación de nuestro proyecto hotelero, llamada “Estrategias de Turismo Sustentable” (Alicia Gemelli, 2012) que centrándonos en su primer capítulo, podemos nombrar que “la fortaleza del turismo depende, en gran medida, de la salud del ambiente, desde esta perspectiva, el turismo puede y debe convertirse en un aliado del ambiente en el que se desarrolla”. Pone el foco en el turismo responsable, el cual está formulado para valorar y reclamar la responsabilidad de turistas, operadores turísticos, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles. A su vez, se demuestra que las actividades que realizan los turistas, durante sus desplazamientos, generan impactos del turismo en la economía, la sociedad y la cultura local, y en consecuencia en el ambiente. Sin embargo, un número limitado de turistas, desde hace más de 20 años, busca contacto con las culturas autóctonas y con los espacios naturales, este segmento, en su mayoría de buen poder adquisitivo, está alcanzando un 20% de la demanda internacional y no cesa de crecer.

A su vez, cabe destacar que, según el estudio de World Tourism Organization (UNWTO): “El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere

procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema." ("Definiciones del turismo según la OMT", 2019). Por lo que podríamos decir que, se están llevando a cabo diversos hechos para contribuir a la sustentabilidad, como por ejemplo, la creación de hoteles sustentables, ecolodges, entre otros.

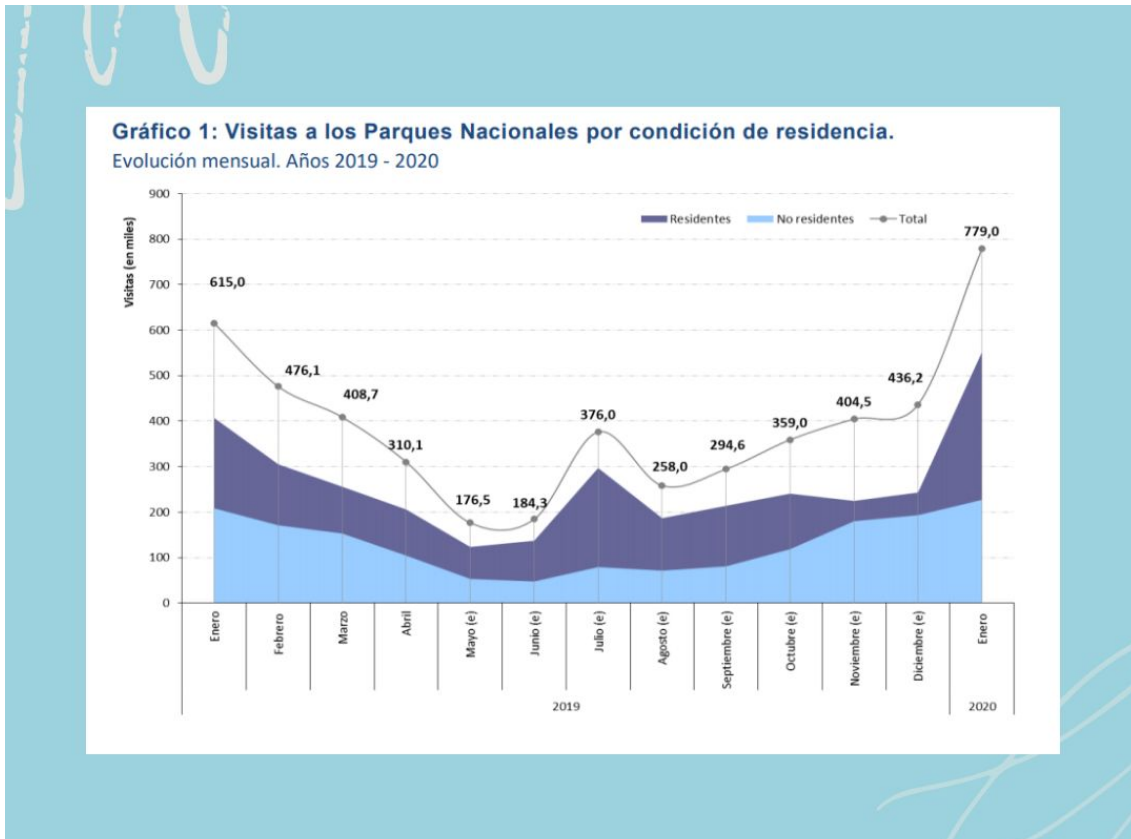
Asimismo, según Eointeligencia.com(2012): "el *ecoturismo* ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al *turismo ecológico*".

En relación a todo lo dicho previamente, nuestro objetivo es poner el foco en desarrollar un proyecto hotelero que genere el menor impacto posible en el ambiente. Pero con el valor agregado, de que esté localizado en un lugar que genere la mejor contribución a la economía local. Es aquí donde surge, la importancia de los Parques Nacionales, debido a nuestra gran cercanía con el Parque Nacional Quebrada del Condorito. Según el estudio "el turismo en áreas protegidas como medio para lograr un desarrollo sustentable" (Serrano, S.G, 2011) sintetiza que: "Toda zona o área protegida es un destino turístico en potencia por varias razones, principalmente por las tendencias del comportamiento de los turistas, los cuales se inclinan por un tipo de turismo más activo y participativo, menos "programado", por operadores turísticos y en ambientes con la menor intervención humana posible. (..) Es sabido que la única posibilidad de compartir la belleza y el delicado patrimonio obteniendo los beneficios sociales y económicos que deriven de este, es a través de un destino turístico basado en un programa de desarrollo turístico sustentable, enmarcado en una innovadora estrategia de ecoturismo". (p.2)

Además, el autor advierte que el turismo tendría que cooperar con el desarrollo sostenible, incorporándose en el entorno humano, cultural y natural. Citando así que "La Unión Internacional para la conservación de la naturaleza ha establecido su propia clasificación, definiendo a los Parques nacionales como "áreas naturales con valor económico, estético, educativo y científico de atención preferente debido a la singularidad de sus paisajes, ecosistemas, flora, fauna y geomorfología. Los mismos, se distinguen por contar con un interés general a nivel nacional declarado por Ley y son espacios de relativa extensión que cuentan con ecosistemas no alterados sustancialmente por el hombre con destacado interés cultural, educativo o recreativo. (p.33)

Además, en Clarin.com (2019): se plantea que en los últimos 20 años multiplicaron por 5 el número de visitantes por lo que los parques nacionales son el motor del turismo en Argentina. Son los únicos destinos que siguen atrayendo más visitantes por año. En promedio crecen más que el resto de los lugares vacacionales. Hay varios motivos para esta tendencia. Uno de ellos es el desarrollo que desde hace ya dos décadas viene teniendo en infraestructura, conectividad y oferta turística de calidad. Otro factor fue el cambio en los gustos de los viajantes, que cada vez se inclinan más por la naturaleza y menos por la ciudad o la costa".

Sin embargo, en el siguiente gráfico realizado por yvera (2020) podemos observar la caída en el número de visitas a los Parques Nacionales en Argentina, debido a la crisis sanitaria del covid-19:



Fuente: Dirección nacional de mercados y estadística, Ministerio de Turismo y Deportes, en base a datos suministrados por la dirección de Mercadeo de la Dirección Nacional de Uso Público de la Administración de Parques Nacionales.

Por lo tanto a finales del 2020, con las medidas tomadas para hacer frente al covid-19 sumado a que el sector turístico va a estar en plena recuperación, es que vimos la oportunidad de que se iba a incrementar el turismo nacional. Por eso, creemos que la construcción de un ecolodge, cerca del atractivo turístico natural PN Quebrada del Condorito, podría ser una buena elección para impulsar en los visitantes tanto el turismo sustentable como ecológico, sumado a la posibilidad de fomentar las visitas al PN. Para finalizar, cabe resaltar los beneficios, que trae el ecoturismo, son entre otros “aumentar la preocupación por la conservación de la naturaleza”, “aumento de los ingresos y valor agregado de las áreas protegidas” y “promoción de un mejor manejo de las áreas protegidas” (Serrano, S.G, 2011, p.56).

1.1.2 Proyección de este escenario en el corto y mediano plazo.

Habiendo ya establecido los lineamientos del escenario en cuestión y considerando la pasada y actual situación del covid-19, que ha repercutido en todo el mundo, nos es pertinente mencionar que la misma atrajo dificultades de cualquier índole y produjo millones de pérdidas humanas, junto a crisis tanto financieras como políticas y sanitarias,

entre otros problemas. Para ser más específicos, en la Argentina, los organismos de autoridad se vieron obligados decretar un distanciamiento social obligatorio para contrarrestar o disminuir el avance de esta enfermedad letal, durante un periodo de tiempo prolongado. Debiendo dejar de ver a familiares, amigos y colegas, concurrir al trabajo y cualquier otro lugar que concurrieran con habitualidad.

Proyectamos así, en un corto y mediano plazo, que se incrementaran las visitas a hoteles sustentables o ecológicos debido a que posterior al levantamiento de las medidas restrictivas de circulación establecidas por la autoridad de aplicación, las personas buscaran ambientes, alejados de las grandes ciudades o en lugares de poca al aire libre por temor a la posibilidad de un posible contagio. Además, de la necesidad de volver a ambientes naturales, que por el cierre de fronteras a nivel nacional, provincial o municipal no se han podido gozar desde el inicio del periodo de cuarentena.

Al momento de planear sus vacaciones, conceptos que antes no se solían escuchar, se convertirán en factores decisivos al momento de la elección del lugar vacacional, como por ejemplo: condiciones de seguridad e higiene, ubicación del establecimiento turístico en relación a ciudades aledañas y concurrencia de personas en el mismo.

Para concluir, sostenemos que se nos presenta una oportunidad única a partir de que no muchos complejos turísticos, podrán adaptarse al cambio normas y políticas para poder satisfacer las nuevas necesidades que se presentarán en el ámbito de la hospitalidad, higiene, calidad y sustentabilidad.

1.2 La idea de negocio que se parte junto con los productos y servicios a ofertar

Teniendo en cuenta lo establecido anteriormente, podemos plantear así nuestra idea de negocio, la cual consistirá en la creación de un establecimiento hotelero ecológico y sustentable, llamado “Condorito Ecolodge”. El mismo estará enfocado en el manejo y uso responsable de los recursos naturales y al mismo tiempo, ofreciendo a nuestros futuros huéspedes confort y servicios de alojamiento de primera calidad. Asimismo, el objetivo principal es concientizar a quienes se hospedan en nuestro establecimiento sobre la protección y el cuidado del ambiente, teniendo en cuenta sus necesidades y exigencias.

Del mismo modo, el alojamiento estará ubicado sobre camino de las Altas Cumbres, a unos 9.2kms de la localidad de Mina Clavero, a la altura del Paraje Niña Paula, al pie de las sierras grandes, en la Provincia de Córdoba, Argentina.

El ecolodge llamado “Condorito Ecolodge” contará con una arquitectura verde donde se detalla el uso consciente y responsable de los siguientes elementos:

Uno de nuestros mayores desafíos, será en primera instancia el uso racional de la energía, para ello optamos por llevar a cabo los siguientes tópicos:

- Uso de leds y artefactos de bajo consumo.
- Detectores de movimiento para evitar consumo innecesario.
- Optimización de las aislaciones.
- Construcción de huerta orgánica en el terreno

- Tarjetas de corte de energía en las habitaciones.
- Uso de productos de la Huerta Orgánica en nuestro restaurante.

En cuanto al empleo racional del agua, decidimos implementar:

- Recuperación del agua de lluvia.
- Usamos inodoros eficientes con sistema de doble descarga.
- Utilizamos riego por goteo.

Del mismo modo, considerando los materiales que decidiremos de adquirir para poder garantizar un servicio óptimo y sustentable, pero que a su vez sean duraderos y certificados, serán los siguientes:

- Maderas certificadas por FSC.
- Marmoles y porcelanatos porque son materiales de alta duración.
- Empleamos materiales nobles: hierro, piedras, hormigón, maderas.
- Empleamos algodones naturales.
- Utilizamos papel en vez de pintura en habitaciones para reducir los efectos contaminantes de los solventes.

Otro desafío será la maximización de las aislaciones del exterior, es así que implementaremos:

- Ventanas con DVH (vidrios dobles).
- Aislación acústica y térmica de los pisos y paredes.

Del mismo modo, para controlar las emisiones de CO₂, llevaremos a cabo:

- Más de 800 plantas de crecimiento permanente, las cuales absorben el CO₂.
- Tratamos la poda para no generar CO₂.
- Instalamos equipos de aire acondicionado con un gas que no daña la capa de ozono.

Considerando el aire y su respectiva contaminación, utilizaremos:

- Filtrado de aire que llegue a las habitaciones.
- Dosificación del aire externo que entra a las habitaciones, donde el mismo será regulado para que sea puro y asimismo, optimizar el consumo energético.

Finalmente, algunas operaciones que son relevantes para continuar con la sostenibilidad y el uso racional de los materiales serán:

- Separación de residuos.
- Productos de limpieza de bajo impacto.
- Amenidades eco-friendly.
- Uso limitado de papelería.

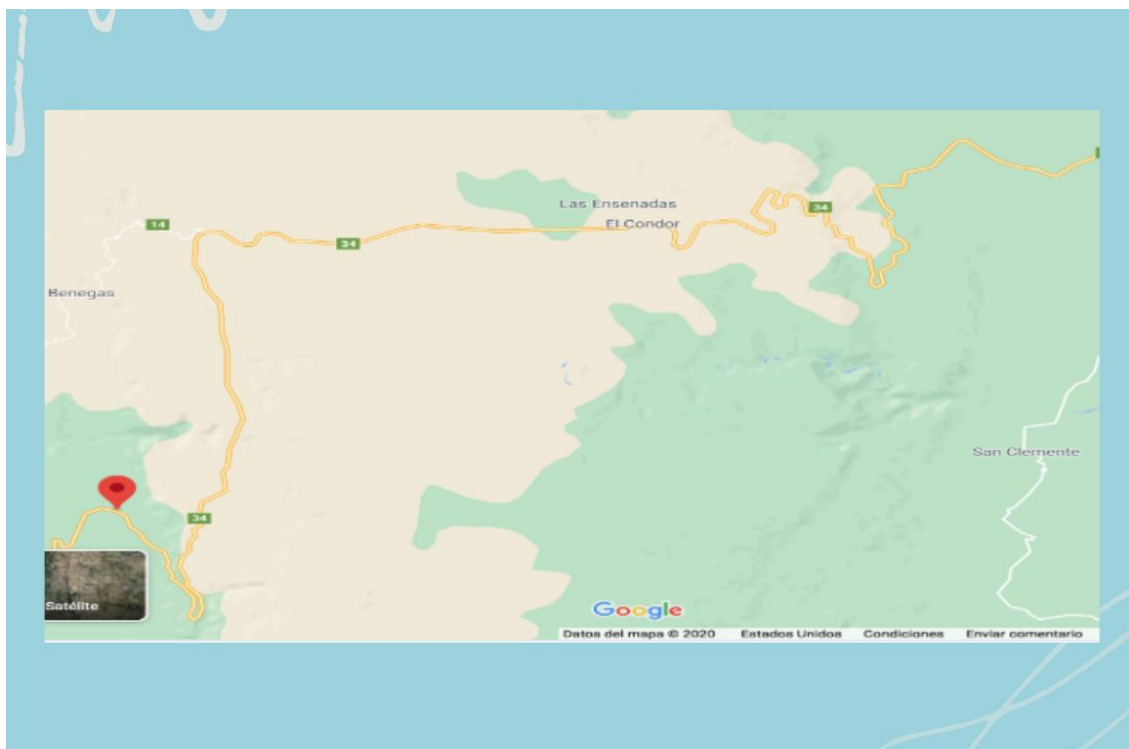
Con lo dicho previamente, la misión de nuestra empresa es: la creación de un emprendimiento novedoso el cual combina 2 aspectos fundamentales: la hotelería y el cuidado del medioambiente. El desarrollo de nuestro negocio sostenible impacta en el Parque Nacional Quebrada del Condorito beneficiando al mismo.

Para finalizar, la visión de nuestra empresa es: buscar posicionar el ecolodge, con una dinámica de crecimiento junto al Parque Nacional Quebrada del Condorito.

1.3 Localización

1.3.1 Características del destino turístico elegido o sitio de asentamiento del negocio.

Ahora que ya presentamos la idea de negocio, debemos nombrar donde se encontrará localizado nuestro ecolodge, el terreno que elegimos, es de 1 hectárea, situado sobre camino de las Altas Cumbres, a unos 9.2kms de la localidad de Mina Clavero, a la altura del Paraje Niña Paula, al pie de las sierras grandes en la Provincia de Córdoba. Exactamente la localización sería la siguiente:



Las imágenes del terreno nombrado, serán las siguientes:



Fuente: Inmobiliaria Villa Brochero (2019)

Más aún, pusimos el foco en la provincia de Córdoba ya que es una provincia beneficiada por su geografía natural y tiene una industria en crecimiento de establecimientos hoteleros sustentables, asimismo, esta provincia es la segunda provincia con más habitantes de la Argentina, con un total de 3.304.825 habitantes. Del mismo modo, esta provincia posee dentro de su territorio un Parque Nacional llamado “Quebrada del Condorito”, el cual le atribuimos nuestro nombre. Donde, Argentina.gov.ar (2019), establece que “El Parque Nacional quebrada del condorito cuenta con un ecosistema privilegiado ya que la superficie del Parque se sitúa en la ecorregión del Chaco Seco. Tanto la pampa de Achala como las quebradas y serranías circundantes, exhiben una fascinante gama de endemismos que son resultado de su relativo aislamiento, aún cuando reciben influencia de las eco regiones vecinas”. Teniendo esto en consideración, son diversas y múltiples las razones para elegir esta región tan única en nuestro país.

1.3.2 Elección y valoración del destino turístico.

Para poder valorar la elección del destino que elegimos, decidimos describirlos en el cuadro a continuación, donde se considerarán los tipos de atractivos (naturales y gastronómicos), el detalle de los mismos y su debida valoración, donde enumeramos del 1 al 3 cada uno de ellos para medir su grado de motivación, siendo 1 el máximo de motivación; el 2 una motivación importante pero para desplazamiento de corta duración; y 3, los cuales consideraremos que son recursos complementarios que no motivan en sí el desplazamiento.

Tipos de atractivos	Detalle de atractivos	Valoración (1-2-3)
Naturales	-PN quebrada del condorito	1
	-Reserva Natural de la Defensa Campo la Calera.	2
	-Baño de los dioses	2
Gastronómicos	Se puede disfrutar de diversos paradores en el camino de las Altas Cumbres, como el Parador Terrazas de Copina, que ofrece desayunos de campo, y el Parador Fundación El Cóndor, a metros de la entrada al parque, donde se puede comer loco todo el año.	3

1.3.3 Matriz de valoración de servicios de destino.

En cuanto a los servicios del destino en cuestión, los valoraremos con las siguientes calificaciones: excelente - buena - insuficiente - no existe, reflejados en la siguiente matriz:

	Calificación			
	Excelente	Buena	Insuficiente	No existe
Agua corriente		+		
Gas natural			+	

Gas envasado		+		
Luz eléctrica		+		
Recolección de residuos		+		
Teléfono		+		
Internet (satelital o telefónica)		+		
Técnicos (reparaciones)			+	
Acceso al predio		+		
Servicio de transfer/Remis/ Taxi				+
Servicios de cobertura médica				+
Farmacias				+
Estación de servicio				+
GNC				+
Bancos				+
Cajeros automáticos				+
Provisión de alimentos				+
Supermercados				+
Restauración				+
Cafeterías				+
Pubs, discotecas				+
Proveedor de asistencia técnica informática				+
Proveedor de excursiones				+
Infraestructura deportiva tradicional				+
Infraestructura deportiva alternativa				+
Actividades recreativas				+
Oficinas de información turística				+
AA.VV. receptivas				+

1.4 Forma jurídica.

Para poder llevar a cabo nuestra idea de negocio, debemos de establecer qué forma jurídica implementar, siendo la que mejor se ajuste al mismo, ya que es la forma legal que nuestra sociedad va a ejecutar las actividades económicas pertinentes. Es así, que la forma jurídica de nuestro proyecto de “Condorito Eco Lodge”, será de una empresa de Sociedad Cooperativa, ya que, los asociados tienen como objetivo producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes y servicios que satisfagan las necesidades de ellos como de la comunidad. Creemos conveniente que este ecolodge va responder de manera positiva al PNQC trabajando de manera eficiente y profesional ante la comunidad. Además de no influir negativamente en el ambiente y en los recursos naturales disponibles.

Según (Centro de Atención al Inversor, 2019): “Este tipo de sociedades, tiene estructura y funcionamiento democrático; conforme a los principios formulados por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI). El ingreso y egreso como asociados es libre y voluntario por lo que el capital es variable. No reparten utilidades entre los asociados. Estos últimos pueden percibir excedentes que varían de acuerdo a las distintas clases de cooperativas.

Tienen una normativa específica: la Ley N°20.337. La autoridad de aplicación y control es nacional (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social – INAES-). La autoridad de aplicación y control es nacional (Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social –INAES-) a diferencia de lo que sucede en relación con las sociedades comerciales cuyo control es local, correspondiéndole a cada provincia” (p.5).

1.5 Procedimientos que se requieren para poner en marcha la empresa.

El trámite necesario para realizar la habilitación pública de alojamientos comerciales (hoteles, complejos de cabañas, hosterías, hostel, etc.) en el municipio de Mina Clavero, provincia de Córdoba consiste que el propietario del alojamiento comercial se dirija al CAC (Centro de Atención al Ciudadano – área dirección de administración e ingresos públicos) y complete toda la documentación correspondiente y luego se dirija a la Secretaría de Turismo en Plazoleta Merlo. Asimismo los requisitos que tendrán que llevarse a cabo serán:

- Completar la planilla Solicitud de Apertura de Alojamiento.
- Fotocopia 1° y 2° hoja del DNI actualizado.
- Fotocopia número de CUIT.
- Certificado de Antecedentes mínimo 6 meses.
- Fotocopia contrato de locación timbrado con el impuesto a los sellos en el Banco de la Provincia de Córdoba, con firmas certificadas por el Juez de Paz o Escribano Público.
- Comodato timbrado por la Dirección General de Rentas con firmas certificadas por el Juez de Paz o Escribano Público.
- Nomenclatura catastral.
- Inspección de Bomberos Voluntarios.
- Contrato Social.
- Libre deuda de todos los impuestos, tasas y contribuciones municipales que graven la propiedad donde se desarrollará la actividad comercial.
- Libre deuda Juzgado de Faltas.
- Croquis de la ubicación del alojamiento o local.
- Final de Obra de la propiedad objeto de la actividad comercial.
- Resolución Agencia Córdoba Turismo.
- Certificado de Desinfección.

Normativa Relacionada:

Para nuestro Plan de Negocios, llevaremos a cabo la instalación de un “Eco Lodge”. Estableciendo esto, hay que mencionar que no existe una categorización para el eco lodge en la República Argentina, por lo tanto, seremos un hotel de 1 estrella, debido a que cumplimos con todos los requisitos y obligaciones para tener esa designación, y de nombre de fantasía, seremos un “ecolodge”. Teniendo esto en cuenta, se cumpliran con las obligaciones dictadas en la Ley N° 18.828 (Ley Nacional de Hotelería).

En primer medida, esta ley establece en su Artículo 6, los requisitos mínimos para la homologación de cualquier alojamiento turístico, y establece que debemos de:

- 1) 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;
- 2) Contar con entrada de pasajeros independiente de la de servicio;
- 3) Tener servicio telefónico público con cabina acústicamente aislada, ubicada preferentemente a recepción y portería, siempre que dicho servicio sea provisto por el organismo pertinente; (...)
- 7) Las habitaciones estarán identificadas en la parte interior de la puerta con un número cuyas primeras cifras corresponden al número del piso.
- 8) Todas las habitaciones estarán equipadas, al menos, con los siguientes:
 - Muebles e instalaciones:
 - a) Camas individuales cuyas dimensiones serán de 0.80m por 1.85m o dobles.
 - b) Una mesa de noche o superficie mínima de mesada de 0.15 m² por plaza.
 - c) Un sillón, butaca o silla por plaza y una mesita escritorio.
 - d) Un portamaletas.
 - e) Un armario de no menos de 0.55m de profundidad y 0.90m de ancho con un mínimo de 4 cajones.
 - f) Una alfombra de pie de cama, cuyas medidas mínimas serán de 1.20m por 0.50m por cada plaza, excepto los casos en que la habitación esté totalmente alfombrada.
 - g) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.
 - h) Junto a la cabecera de cada cama, un pulsador de llamada al personal de servicio con señal luminosa o acústica, de llamada a personal de servicio con una señal luminosa o acústica, salvo que esté previsto para tal fin el uso del teléfono.
- 9) El suministro de agua será como mínimo de 200 litros por persona por día;
- 10) Contar con recintos destinados a vestuarios y servicios sanitarios para el personal diferenciados por sexo;
- 11) Todo el personal afectado a la atención de pasajeros estará uniformado;

Del mismo modo, en el Artículo 13, establece requisitos mínimos para que el establecimiento sea homologado en la clase hotel, de categoría una estrella deberá (sumado a lo establecido en el artículo 6):

- 1) Tener una capacidad mínima de 20 plazas en 10 habitaciones;
- 2) Tener baño privado en todas las habitaciones;
- 3) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes: A) habitación simple: 9m²; B) habitación doble: 10.50m²; C) habitación triple: 13.50m². (...)
- 5) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles, serán de 2 metros cuadrados con un lado mínimo de 1m y la de los baños de las habitaciones triples será de 3 metros cuadrados con un lado mínimo de 1.50m.
- 6) Los baños privados estarán equipados con: lavabo - bidet - ducha - inodoro - botiquín o repisa con espejo iluminados - toallero - tomacorriente.
- 7) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 15m² en conjunto, mas 0.20 m² por plaza a partir de las 20 plazas.
- 8) Tener sala de estar, con una superficie mínima de 25 m² mas 0.20 m² por plaza a partir de las 20 plazas, pudiendo dicho recinto ser utilizado como desayunador. Dicha sala, tendrá comunicación directa con la recepción..
- 9) En caso de tener el edificio más de tres plantas, contará con un mínimo de un ascensor para cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos además de maniobra selectiva - colectiva.
- 10) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 20% del total de las habitaciones y podrá estar integrado al edificio o ubicado en sus adyacencias hasta 150 m medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta de acceso al estacionamiento.
- 11) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados, 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.
- 12) Ofrecer al público además el servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio y bar.

Asimismo, como desarrollamos un emprendimiento turístico en la provincia de Córdoba de la República Argentina, implementaremos también, los lineamientos mencionados en la Constitución de Córdoba, en especial el artículo 66 de Medio ambiente y Calidad de vida, ubicado en su capítulo tercero que se refiere a la “Ecología”, ya que nos definimos como un establecimiento sustentable y ecológico. El mismo establece que:

Artículo 66.- Toda persona tiene derecho a gozar de un medio ambiente sano. Este derecho comprende el de vivir en un ambiente físico y social libre de factores nocivos para la salud, a la conservación de los recursos naturales y culturales y a los valores estéticos que permitan asentamientos humanos dignos, y la preservación de la flora y la fauna.

El agua, el suelo y el aire como elementos vitales para el hombre, son materia de especial protección en la Provincia.

El Estado Provincial protege el medio ambiente, preserva los recursos naturales ordenando su uso y explotación, y resguarda el equilibrio del sistema ecológico, sin discriminación de individuos o regiones.

Para ello, dicta normas que aseguren:

1. La eficacia de los principios de armonía de los ecosistemas y la integración, diversidad, mantenimiento y recuperación de recursos.
2. La compatibilidad de la programación física, económica y social de la Provincia, con la preservación y mejoramiento del ambiente.
3. Una distribución equilibrada de la urbanización en el territorio.
4. La asignación prioritaria de medios suficientes para la elevación de la calidad de vida en los asentamientos humanos.



*Análisis del
ambiente de
negocios y
mercado*

2. Análisis del ambiente de negocios y mercado.

2.1 Entorno de negocios del sector donde la empresa operará.

2.1.1 Descripción del entorno de negocio actual.

Es relevante poder establecer a priori los diferentes escenarios en la provincia de Córdoba, determinando así aquellos aspectos que afectan de manera directa o indirecta al negocio en cuestión ya que nos es pertinente delimitar el contexto en cual está englobado el mismo.

En cuanto al ámbito **político** en la ciudad de Córdoba, podemos determinar que está constituida por el Gobernador, actualmente es Juan Schiaretti, quien es el jefe del estado provincial, quien formula y dirige políticas además de ejecutar las leyes. Asimismo, se encuentra el vicegobernador, quien actualmente es Manuel Calvo, siendo el presidente de la Legislatura y es colaborador directo del gobernador y puede participar en las reuniones de ministros.

Asimismo, hay que destacar la influencia de la **política sobre el turismo**, siendo el rubro donde se desempeñará nuestro negocio. El papel que cumple el turismo en cuanto a lo gubernamental en la provincia de Córdoba, es ante la Agencia de Turismo de la misma, con un presidente en la cabecera, Esteban Avilés, el vicepresidente, Federico Alessandri, entre diferentes directores y síndicos (Aguero, F. *Carlos Paz Vivo*. 11 diciembre 2019).

En cuanto a las normativas competentes que regula la Agencia de turismo son:

- Ley de Turismo de la Provincia de Córdoba (Ley n° 9.124)
- Ley N° 7.232 que refiere al fomento de las Inversiones Turísticas
- Ley de Regionalización Turística Provincial (Ley N° 10.312).
- Ley n°6.483 (Ley de Alojamiento Turístico)
- Decretos reglamentarios (N°1.681/18)
- Ley Nacional a los Agentes de Viajes (Ley Nacional N°18829).
- Ley de Turismo Alternativo como la Ley n°8.801/99

Con esto podemos concluir que hay una gran cantidad de normativas tanto provinciales como nacionales que hacen referencia a la actividad turística y que nos competen en su totalidad.

Otro factor que delimita a este negocio en cuestión, es la **sostenibilidad** en la provincia de Córdoba, ya que la misma cuenta con un Plan Estratégico de Turismo Sostenible (PETS CBA 2030). El objetivo de este plan es consolidar el desarrollo turístico sostenible en el destino.

En el desarrollo del mismo, se nombran las diferentes áreas turísticas de Córdoba, donde entre ellas, incluyen a la zona turística de Traslasierra, donde se ubica el Parque Nacional Quebrada del Condorito y en el diagnóstico planteado, concluyen que “hay ciertas áreas que necesitan la formalización del turismo, el fortalecimiento del sector privado y una planificación integrada entre el sector público y privado, ya que hay una destacable

variedad de recursos naturales y culturales potenciables” (*Plan Estratégico de Turismo Sostenible Córdoba 2030; Provincia de Córdoba; 2020; p.98-99*).

Este plan surge ante la necesidad de la Agencia de Turismo de Córdoba en posicionar a la provincia y sus atractivos en el mercado para poder competir con otras zonas del país.

Por otro lado, teniendo en cuenta la **economía** de la provincia de Córdoba, la producción de bienes primarios del sector agrícola, así como también las manufacturas, servicios, entre ellos la actividad turística, que tiene un papel relevante en la economía de dicha provincia, debido a su amplia oferta turística.

De igual manera, en la actualidad la situación económica de Argentina no es óptima ya que en el contexto de la pandemia mundial del coronavirus, se vio evidenciada una caída en la economía argentina de un 26,4% interanual en abril (Jueguen, Francisco. *La Nación*. 29 de junio de 2020).

Teniendo en consideración la **inflación**, hay que mencionar que estos datos no se pueden examinar en su totalidad debido al contexto de pandemia y al aislamiento social, ya que la realidad se vio afectada en su conjunto. Comprendiendo esto, podemos nombrar ciertos datos de los últimos meses de junio y julio de 2020, donde la inflación en el primer mes respectivamente fue de 2.2% y en el mes de julio se destacó un aumento del 1.9%.

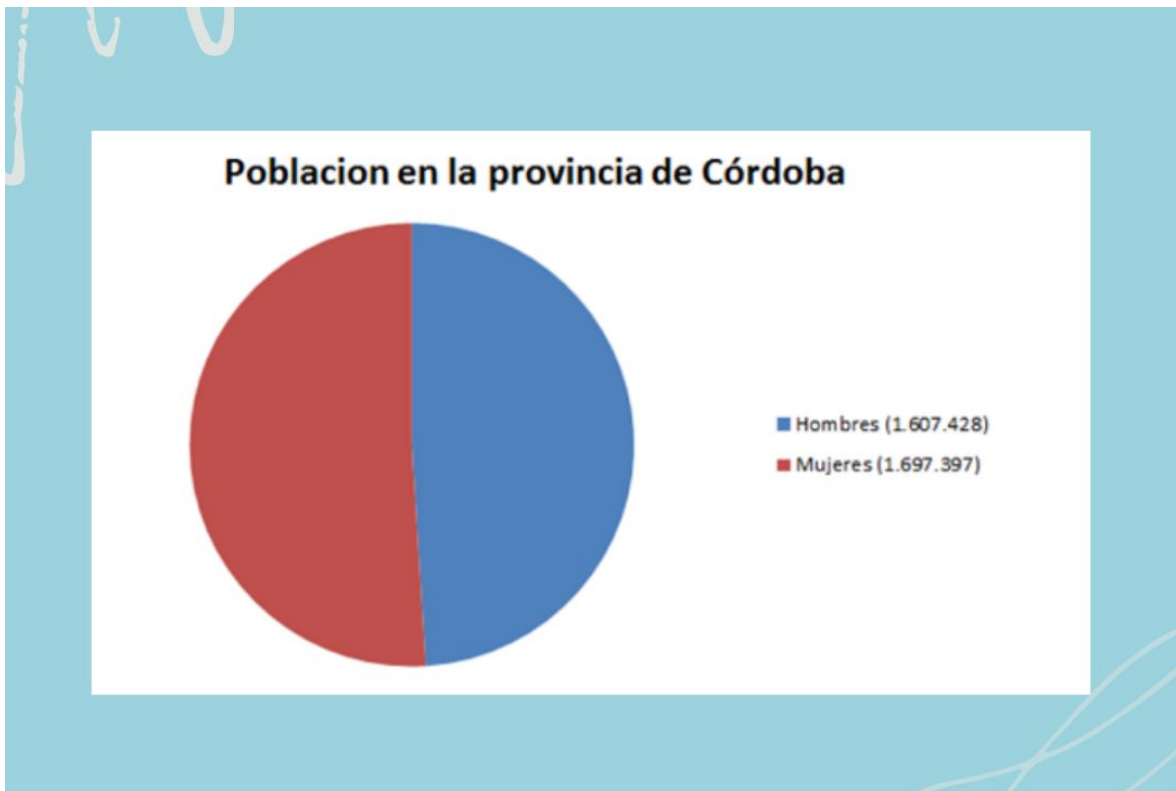
Este moderado aumento, se da por el marco por el cual el mundo está inmerso, sumado a políticas del gobierno actual de fijación de precios máximos, llevando a cabo congelamientos en los precios de ciertos productos.

Teniendo en cuenta el aspecto **tecnológico**, en la provincia de Córdoba, se le da una notable importancia a la tecnología ya que existe el Ministerio de Ciencia y Tecnología (MINCYT) quien supervisa el CEPROCOR (Centro de excelencia en productos y procesos de Córdoba) un centro cuyo fin es solucionar posibles problemáticas vinculadas a la nutrición, el medioambiente y la salud.

Se evidencian periódicamente programas o reuniones donde tanto como el CEPROCOR como el Ministerio de Ciencia y Tecnología, trabajan al unísono con la Agencia de Turismo de la provincia de Córdoba (entre otros sectores) donde solicitan cierto uso o acercamiento al conocimiento tecnológico y a la innovación.

En cuanto al **turismo**, cercano a este negocio, el atractivo a destacar es el Parque Nacional Quebrada del Condorito, de unas 37.344 hectáreas, ubicado a 85 km al oeste de la ciudad de Córdoba, donde se realizan distintas actividades, pero la que más se destaca son el avistaje de aves y el trekking. El animal más predominante es el cóndor, pero también se destaca el lagarto de Achala, y también una raza característica de zorro colorado, entre otras especies.

Teniendo en consideración el aspecto sociocultural, en base al Censo Nacional de Población, Hogares y Viviendas del 2010, la estructura poblacional en la provincia de Córdoba es de 3.304.825 habitantes, los cuales 1.607.428 (49%) son hombres y 1.697.397 (51%) son mujeres. Esto se ve reflejado en el siguiente gráfico:



Fuente: elaboración propia a través de datos de INDEC, 2010

Por otro lado, dentro de los temas relacionados a la **salud** pública, en años anteriores se vieron reflejados ciertos avances en el sistema sanitario de esta provincia tras la innovación tecnológica y modernizaciones puntuales. De igual manera, se vinieron dando diferentes manifestaciones en contra del Ministerio de Salud en esta provincia ya que se conocen dentro de los hospitales públicos una falta de personal, precariedades y carencias de elementos esenciales para la práctica médica.

En cuanto a la zona cercana al alojamiento, no hay centros de salud cercanos. “Las emergencias se atienden en coordinación con los bomberos voluntarios y la policía, de las localidades vecinas. Respecto de una situación de emergencia en la cual se deba convocar una ambulancia, la misma accede desde la localidad de Icho Cruz, con una demora mínima de 45 minutos, dependiendo del tránsito o de su afectación a otras emergencia” (Directorio de la Administración de Parques Nacionales; 2019)

En cuanto al **ambiente**, la provincia de Córdoba está dotada de una inmensa geografía, con todos los paisajes que cualquier territorio quisiera tener, como montañas, ríos, lagos, arroyos, bosques, entre muchas otros. En ella, predomina el suelo de la pampa húmeda o pradera, compuesto por humus, sedimentos arrastrados por los vientos y sedimentos acarreados por los ríos (limo).

Hay distintos tipos de decretos o reglamentos para la conservación del ambiente:

- Ley de Parques Nacionales (Ley 22.351)
- Ley de Fauna (Ley 22.421)

- Ley Nacional de protección de Patrimonio Arqueológico y Paleontológico Ley N° 25743/2003
- Decreto n°1525/12 referido a Zonas de Riesgo
- Decreto reglamentario N°285/18 del Registro Provincial de Prestadores Baqueanos de Traslasierra.
- El decreto del Registro de Prestadores Baqueanos (N°229/14).
- Convención Internacional de Lucha contra la Desertificación en los Países Afectados por Sequía Grave y/o desertificación (Ley 24701)
- Convención sobre Cambio Climático (Leyes 25.389, 24.898, 24.418, 24.167, 24.040, 23.778, 23.724)

Es importante mencionar también el **clima** en la zona donde se ubicaría el negocio, ya que la altura de las serranías hace que sea un clima serrano. Es un clima templado con una temperatura media anual de 17 °C, una máxima media de 25, 5 °C y una mínima media de 8, 5 °C aproximadamente.

El 40% de las precipitaciones se produce en verano, un 5% en invierno y un 25% en primavera y otoño. Las precipitaciones son abundantes pero en un periodo breve, donde a veces se dan en forma de granizo o nieve. (Rodríguez, 2011)

Al considerar esto, para realizar las actividades del parque nacional, se tiene que llevar el equipamiento necesario y la vestimenta requerida, ya sea en invierno, por las bajas temperaturas o en verano, por las temperaturas elevadas.

La **flora** en este territorio se dividen en las zonas de llanura y en la región serrana, en primera medida, en las zonas de llanura, se conservan relictos del bosque chaqueño en las llanuras del norte y del oeste, caracterizados por la presencia de algarrobos, espinillos, chañares, talas y quebrachos.

En la región serrana, la vegetación se organiza sobre la base de la topografía, altitud, humedad, temperaturas y exposición a los vientos.

En el pie de las sierras se mezclan especies de la llanura con las del bosque serrano.

En los últimos meses del año 2020, se dieron distintos incendios en el norte de Córdoba donde la flora y fauna se vio afectada. Sin embargo, siempre se dan este tipo de incendios, aunque siempre afectan notablemente al Parque Nacional y el entorno.

Hay distintos tipos de leyes, decretos y reglamentos para la conservación de la flora:

- Ley 8779/99. Ley Orgánica de ministerios (Estatuto de la Agencia Córdoba Ambiente).
- Leyes 5485 y 5487/72. Colonización y tierra pública (de la Unidad Económica).
- Ley 6964 / 83. Áreas naturales de la Provincia de Córdoba
- Decreto Provincial N° 361 Creación de la Reserva Hídrica Provincial de Achala
- Ley 8801. Creación del registro provincial de prestadores de servicios de turismo alternativo

- Ley 8751. De manejo del Fuego
 - Ley 5589/73 Código de Aguas para la provincia de Córdoba
 - Otras leyes y resoluciones que regulan actividades de caza, pesca en la provincia de Córdoba.
- (Groves & Peyroti, 2004, p. 13)

Finalmente, considerando a la **fauna** autóctona cercana al Parque Nacional Quebrada del Condorito se destaca el Águila mora, los guanacos, y el cóndor.

Hay distintos tipos de decretos o reglamentos para la conservación de la fauna local:

- Convenio sobre la Diversidad Biológica. (Ley 24.375 y Decretos 2419/91, 177/92 y 1381/96).
- Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre- CITES. (Ley 22344).
- Convención sobre la conservación de las especies migratorias de animales silvestres (Ley Nacional 23.918)
- Protección y manejo de la fauna silvestre (Resol. 157/91)

(Rodríguez Groves & Peyroti, 2004, p. 14)

2.2 Análisis del escenario competitivo.

2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales.

Para que “Condorito Ecolodge” se asiente de manera óptima en el mercado, se tendrá que acoplar a los diferentes competidores existentes dentro del mismo. En primera instancia, “Condorito Ecolodge” tendría competencia directa con “La Posta Hotel” debido a que están a 30 km de distancia sobre la misma ruta, a su vez, otros competidores serían los hoteles sustentables cerca del Parque Nacional Quebrada del Condorito y los Eco-lodges en Córdoba. Por lo tanto, seleccionamos 2 hoteles cerca del parque (30 km), Amérian Carlos Paz Apart & Suites y Pinares del cerro hotel. Sumado a un eco lodge a 112 km del parque llamado Tierra sagrada Ecolodge. Y por último, con el Hotel Meliá Iguazú, dado que además de estar dentro del PN Iguazú, es el hotel del parque más visitado.

Con respecto a Hotel Meliá Iguazú:

Fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), Meliá Hotels International es una de las compañías hoteleras más grandes del mundo, además de líder absoluta en España. En la actualidad dispone de más de 370 hoteles distribuidos en 43 países de 4 continentes. A lo largo de su historia, Meliá Hotels International ha protagonizado diferentes procesos de fusión y/o adquisición de cadenas hoteleras que le han permitido crecer a un ritmo vertiginoso. Esta evolución y el foco estratégico en la expansión internacional han

permitido a la compañía posicionarse hoy como la primera hotelera española con presencia en mercados clave como China, Oriente Medio o los Estados Unidos, además de mantener su liderazgo en los mercados tradicionales como Europa, Latinoamérica o el Caribe.

<u>Hotel Meliá Iguazú</u>	
Razón Social	Meliá Hotels International Sa.
Domicilio Social	Calle Gremi de Boters (gremio Toneleros), Palma, 07009 , Baleares.
CIF	A78304516.
Número de empleados	> de 500.
Estrellas hoteleras	5 estrellas.
Segmento de mercado que opera	Segmentación de lujo por motivo de viaje: ocio
Breve descripción de lo que ofrecen	Meliá Hotels International es el único entre veinte mayores grupos hoteleros internacionales con un origen vacacional y con el tamaño ideal para combinar una excepcional hospitalidad con una gestión eficiente y cercana a sus stakeholders. Todo esto, unido a nuestra calidez y pasión españolas nos hace únicos y diferentes.
Análisis FODA	
Fortalezas	Fuerte imagen de marca - Óptima relación calidad-precio - Diversificación de productos - Programas de fidelización.
Oportunidades	Incremento de los viajes fuera de los meses de verano - Hay más viajes de negocios - España es una de las principales potencias turísticas del mundo - Estabilidad política.

<p>Debilidades</p>	<p>Baja tasa de ocupación en períodos no laborales Madurez del producto de “sol y playa” Dependencia de tour operadores - Estacionalidad de la demanda.</p>																																																																		
<p>Amenazas</p>	<p>Aparición de otras alternativas a los hoteles como airbnb - Caída del presupuesto familiar vacaciones - Excesiva regulación.</p>																																																																		
<p>Área en la que opera</p>  <p>Meliá Hotels International: Descripción</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Número de Hoteles</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>USA</td><td>1</td></tr> <tr><td>México</td><td>86</td></tr> <tr><td>Costa Rica</td><td>1</td></tr> <tr><td>Panamá</td><td>1</td></tr> <tr><td>Colombia</td><td>1</td></tr> <tr><td>Perú</td><td>1</td></tr> <tr><td>Argentina</td><td>30</td></tr> <tr><td>Cuba</td><td>250</td></tr> <tr><td>Rep. Dominicana</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cabo Verde</td><td>1</td></tr> <tr><td>Puerto Rico</td><td>1</td></tr> <tr><td>Venezuela</td><td>1</td></tr> <tr><td>Brasil</td><td>14</td></tr> <tr><td>Uruguay</td><td>1</td></tr> <tr><td>Gran Bretaña</td><td>1</td></tr> <tr><td>España</td><td>154</td></tr> <tr><td>Portugal</td><td>130</td></tr> <tr><td>Rep. Dominicana</td><td>4</td></tr> <tr><td>Cabo Verde</td><td>1</td></tr> <tr><td>Francia</td><td>7</td></tr> <tr><td>Reino Unido</td><td>1</td></tr> <tr><td>Alemania</td><td>22</td></tr> <tr><td>Croacia</td><td>17</td></tr> <tr><td>Bulgaria</td><td>5</td></tr> <tr><td>Egipto</td><td>4</td></tr> <tr><td>Emiratos Árabes</td><td>1</td></tr> <tr><td>Grecia</td><td>3</td></tr> <tr><td>Italia</td><td>3</td></tr> <tr><td>Malasia</td><td>1</td></tr> <tr><td>China</td><td>1</td></tr> <tr><td>Vietnam</td><td>1</td></tr> <tr><td>Indonesia</td><td>4</td></tr> </tbody> </table>		País	Número de Hoteles	USA	1	México	86	Costa Rica	1	Panamá	1	Colombia	1	Perú	1	Argentina	30	Cuba	250	Rep. Dominicana	4	Cabo Verde	1	Puerto Rico	1	Venezuela	1	Brasil	14	Uruguay	1	Gran Bretaña	1	España	154	Portugal	130	Rep. Dominicana	4	Cabo Verde	1	Francia	7	Reino Unido	1	Alemania	22	Croacia	17	Bulgaria	5	Egipto	4	Emiratos Árabes	1	Grecia	3	Italia	3	Malasia	1	China	1	Vietnam	1	Indonesia	4
País	Número de Hoteles																																																																		
USA	1																																																																		
México	86																																																																		
Costa Rica	1																																																																		
Panamá	1																																																																		
Colombia	1																																																																		
Perú	1																																																																		
Argentina	30																																																																		
Cuba	250																																																																		
Rep. Dominicana	4																																																																		
Cabo Verde	1																																																																		
Puerto Rico	1																																																																		
Venezuela	1																																																																		
Brasil	14																																																																		
Uruguay	1																																																																		
Gran Bretaña	1																																																																		
España	154																																																																		
Portugal	130																																																																		
Rep. Dominicana	4																																																																		
Cabo Verde	1																																																																		
Francia	7																																																																		
Reino Unido	1																																																																		
Alemania	22																																																																		
Croacia	17																																																																		
Bulgaria	5																																																																		
Egipto	4																																																																		
Emiratos Árabes	1																																																																		
Grecia	3																																																																		
Italia	3																																																																		
Malasia	1																																																																		
China	1																																																																		
Vietnam	1																																																																		
Indonesia	4																																																																		

Con respecto a Tierra sagrada Eco lodge:

Tierra Sagrada Eco Lodge es un pequeño hotel ecológico con solo 5 habitaciones con baño privado y grandes espacios de uso común como living, comedor, galerías, terrazas, piscina, ello situado en un campo con senderos en plena naturaleza en la ladera oeste del cerro Champaquí (2.900mts), el mas alto de la provincia de Córdoba.

Esta ubicación incomparable, con su naturaleza vibrante, ofrece un escenario pintoresco para el descanso, la aventura, el romance y el bienestar personal.

Simple y de buen gusto, la arquitectura toma elementos naturales como el tronco y la piedra del lugar, detalles de reciclado y la presencia artística en todo su interior.

<p><u>Tierra sagrada Eco lodge</u></p>	
<p>Domicilio Social</p>	<p>La Población, camino vecinal, Traslasierra San Javier, Córdoba Argentina.</p>


Número de empleados	Menor a 50 empleados (empresa familiar).
Estrellas hoteleras	2-3 estrellas
Segmento de mercado que opera	Apunta a un público de pareja, ya sea con o sin hijos, es decir de 30 años en adelante, que buscan la relajación, actividades de recreación y contacto con la naturaleza.
Breve descripción de lo que ofrecen	Servicios de almuerzo, cena, bebidas naturales y alcoholicas. (Puede pre contratar media pensión completa para su estadía) Clases de yoga; Diferentes tipos de masajes Sesiones de coaching ontológico; Reiki; Lecturas de aura; Sesiones de astrología; Cuencos Caminata de reconocimiento de Tierra Sagrada. Es una construcción de troncos y piedra de la zona, y ofrece 5 tipos diferentes de habitaciones privadas y espacios comunes y una piscina de 5 metros de diámetro con vistas a las montañas.
Análisis FODA	
Fortalezas	Situado en un ambiente en contacto con la naturaleza. No requiere muchas comodidades y tener gran variedad de actividades para realizar en el exterior.
Oportunidades	Al ser un Eco Lodge, atrae al público que busca un turismo sustentable.
Debilidades	Hotel de tamaño reducido, único medio de pago efectivo y difícil ubicación.
Amenazas	Al no tener varios establecimientos corre el riesgo de quebrar al depender de las ganancias de un solo lugar.

Área en la que opera	Argentina: La Población, camino vecinal Traslasierra San Javier, Córdoba.
----------------------	---

Con respecto a Amérian Carlos Paz Apart & Suites:

Amérian Carlos Paz Apart & Suites es un apart hotel en Carlos Paz, que se encuentra en pleno centro de la Villa Serrana. Además, es la primera cadena argentina de hoteles, que inició sus actividades en la ciudad de Córdoba en 1992 y que, con hoteles propios y otros bajo el sistema de franquicias, se expande hacia todo el país. El mismo, cuenta con una gestión ambiental responsable para prevenir el impacto en el entorno. Las políticas sustentables consideradas para el funcionamiento de este hotel, como el uso de bioenergía, han permitido conseguir en marzo de este año la Eco etiqueta categoría nivel Bronce en el programa de Hoteles más Verdes, de la Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina (AHT) desde el año 2018 y revalidado en 2020.

<u>Amérian Carlos Paz Apart & Suites</u>	
Domicilio Social	Alvear 50. Villa Carlos Paz, 5152, Córdoba.
Número de empleados	Mayor a 500
Estrellas hoteleras	Brinda servicios de categoría cinco estrellas cuatro estrellas superior.
Segmento de mercado que opera	Segmentación por tipo de cliente, ya sea individuales, familias y grupos.
Breve descripción de lo que ofrecen	Ofrece una gran variedad de servicios en habitación, como frigorífico, cocina y aire acondicionado y wifi gratuito. Además, brinda una completa gama de servicios que incluye gimnasio, piscina con solárium y estacionamiento cubierto.
<u>Análisis FODA</u>	

Fortalezas	Aumentar la participación de mercado en el competitivo, asegurando una rentabilidad adecuada, por medio de la implementación de estrategias claras y sustentables en el tiempo. Actuar como una empresa comunitariamente responsable, comprometidos a mantener los más altos estándares de seguridad, higiene y el respeto al medio ambiente en el desarrollo de nuestras actividades.																																				
Oportunidades	Practicar la creatividad y la innovación a fin de mejorar continuamente la calidad de nuestros productos y servicios para liderar el mercado. Protección y desarrollo sustentable del destino Iguazú, difundiendo entre nuestros clientes sus valores naturales y culturales incentivando promocionando la economía local.																																				
Debilidades	El deterioro ambiental que los rodea. Sumado que si o si se tienen que reservar 2 noches de alojamiento.																																				
Amenazas	Tomar medidas frente a sus competidores directos que son, el hotel más popular en misiones, Mel Iguazú y otros hoteles sustentables.																																				
<p>Área en la que opera</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">ARGENTINA</th> <th colspan="2">URUGUAY</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>BUENOS AIRES</td> <td>Amérian Executive Córdoba Hotel Amérian Villa del Dique (Hotel Carrillo) Amérian Villa María Park Hotel</td> <td>SANTA CRUZ</td> <td>MONTEVIDEO</td> </tr> <tr> <td>Amérian Buenos Aires Park Hotel Mérit Mar del Plata Mérit San Telmo Hotel</td> <td>MENDOZA</td> <td>Amérian Río Gallegos Apart & Suites</td> <td>1.4 Mérit Montevideo Apart & Suites</td> </tr> <tr> <td>CATAMARCA</td> <td>Amérian Executive Mendoza Hotel</td> <td>SANTA FE</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Amérian Catamarca Park Hotel</td> <td>MISIONES</td> <td>Amérian Puerto Rosario Hotel Amérian Rafaela Hotel</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CHACO</td> <td>Amérian Portal del Iguazú Mérit Iguazú Hotel</td> <td>SANTIAGO DEL ESTERO</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Amérian Hotel Casino Gala (Resistencia)</td> <td>SALTA</td> <td>Amérian Hotel Casino Carlos V (Termas de Río Hondo)</td> <td></td> </tr> <tr> <td>CÓRDOBA</td> <td>Amérian Salta Hotel</td> <td>TUCUMÁN</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Amérian Carlos Paz Apart & Suites Amérian Córdoba Park Hotel</td> <td></td> <td>Amérian Tucumán Apart & Suites</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		ARGENTINA		URUGUAY		BUENOS AIRES	Amérian Executive Córdoba Hotel Amérian Villa del Dique (Hotel Carrillo) Amérian Villa María Park Hotel	SANTA CRUZ	MONTEVIDEO	Amérian Buenos Aires Park Hotel Mérit Mar del Plata Mérit San Telmo Hotel	MENDOZA	Amérian Río Gallegos Apart & Suites	1.4 Mérit Montevideo Apart & Suites	CATAMARCA	Amérian Executive Mendoza Hotel	SANTA FE		Amérian Catamarca Park Hotel	MISIONES	Amérian Puerto Rosario Hotel Amérian Rafaela Hotel		CHACO	Amérian Portal del Iguazú Mérit Iguazú Hotel	SANTIAGO DEL ESTERO		Amérian Hotel Casino Gala (Resistencia)	SALTA	Amérian Hotel Casino Carlos V (Termas de Río Hondo)		CÓRDOBA	Amérian Salta Hotel	TUCUMÁN		Amérian Carlos Paz Apart & Suites Amérian Córdoba Park Hotel		Amérian Tucumán Apart & Suites	
ARGENTINA		URUGUAY																																			
BUENOS AIRES	Amérian Executive Córdoba Hotel Amérian Villa del Dique (Hotel Carrillo) Amérian Villa María Park Hotel	SANTA CRUZ	MONTEVIDEO																																		
Amérian Buenos Aires Park Hotel Mérit Mar del Plata Mérit San Telmo Hotel	MENDOZA	Amérian Río Gallegos Apart & Suites	1.4 Mérit Montevideo Apart & Suites																																		
CATAMARCA	Amérian Executive Mendoza Hotel	SANTA FE																																			
Amérian Catamarca Park Hotel	MISIONES	Amérian Puerto Rosario Hotel Amérian Rafaela Hotel																																			
CHACO	Amérian Portal del Iguazú Mérit Iguazú Hotel	SANTIAGO DEL ESTERO																																			
Amérian Hotel Casino Gala (Resistencia)	SALTA	Amérian Hotel Casino Carlos V (Termas de Río Hondo)																																			
CÓRDOBA	Amérian Salta Hotel	TUCUMÁN																																			
Amérian Carlos Paz Apart & Suites Amérian Córdoba Park Hotel		Amérian Tucumán Apart & Suites																																			

Con respecto a Hotel Pinares del Cerro:

Pinares del Cerro es un hotel que se encuentra ubicado en el barrio más selecto de Villa Carlos Paz, en un entorno único rodeado de naturaleza, aire puro y tranquilidad, a unos

pocos minutos caminando del centro comercial de la ciudad. Además, ha recibido oficialmente la certificación bronce de Hoteles Más Verdes.

<u>Hotel Pinares del Cerro</u>	
Domicilio Social	Roque Sáenz Peña 1300, Villa Carlos Paz, Córdoba
Número de empleados	Menor a 100
Estrellas hoteleras	4 estrellas
Segmento de mercado que opera	Segmentación por tipo de cliente, ya sean individuales, familias y grupos.
Breve descripción de lo que ofrecen	Cuenta con dos categorías de habitaciones según las necesidades y gustos de sus huéspedes: Apart y Premium. Todas ellas tienen vistas panorámicas del valle o del cerro. Cuentan con pantalla LCD con cable, Wi-Fi, teléfono inalámbrico, aire acondicionado y calefacción, baño con secador de pelo y kit de amenities. Sus áreas comunes son, dos piscinas, una de verano y otra climatizada con hidromasaje. Dos salones para eventos; Un restaurante exclusivo “El Casco”, y una tradicional Casa de Té “La Estancia”. Estacionamiento dentro del complejo. El SPA Pinares Aquático cuenta con servicios de tratamientos de masajes y belleza, baño Sauna, baño finlandés (vapor) y sala de relax.
<u>Análisis FODA</u>	
Fortalezas	Poseen el Sello de Gestión de Calidad e Higiene y cuentan con procedimientos de Limpieza y Desinfección con rigurosos estándares en todas sus áreas. Asimismo, su ubicación a pocos minutos de los principales centros turísticos de Villa Carlos Paz, pero inmersos en la naturaleza de la Micro-Reserva natural.

Oportunidades	Cuentan con un equipo de expertos Profesionales de Bromatología, Seguridad e Higiene los cuales asesoran en todos los procedimientos de máximo cuidado en limpieza y desinfección de sus espacios. Además, disponen de estaciones de sanitización de manos en los espacios comunes, accesibles a todos nuestros huéspedes, que garantizan ambientes limpios y seguros. Del mismo modo, trabajan en el desarrollo de un Programa de Sustentabilidad, siendo próximos a estar entre los primeros del País en llegar al Nivel Oro.
Debilidades	Único hotel - Estacionalidad de la demanda.
Amenazas	Solamente cuentan con 1 hotel que compite directamente con varios hoteles con sus mismos estándares en Villa Carlos Paz.

Área en la que opera



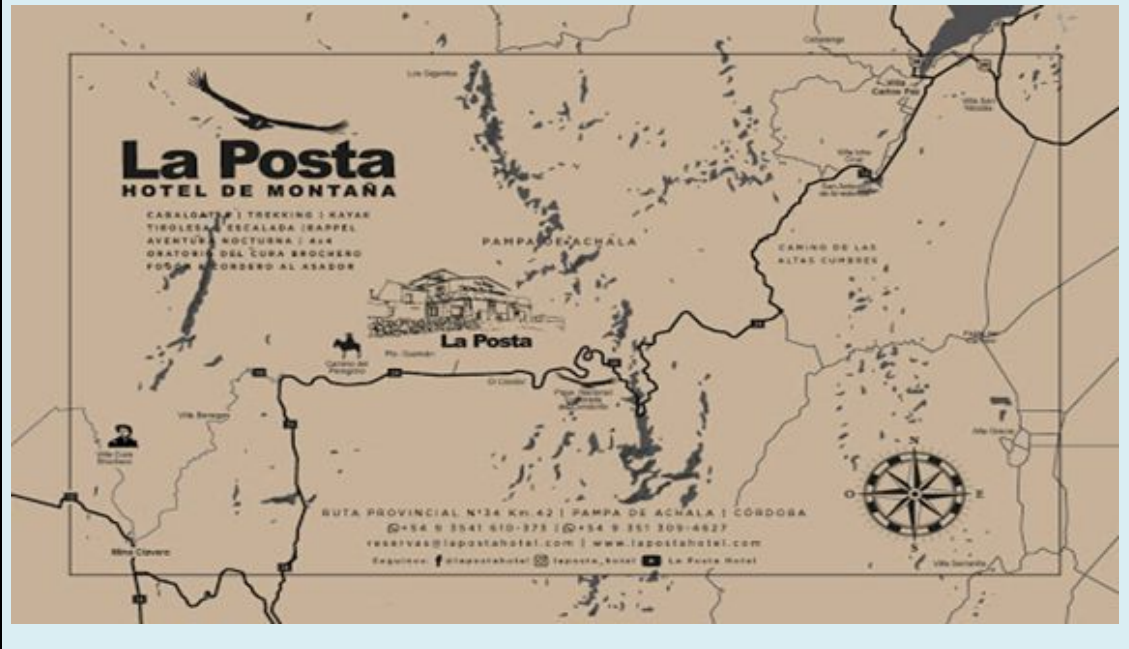
Con respecto a Hotel La Posta:

La Posta Hotel de Montaña brinda un estilo rústico y confortable para vivir un momento inolvidable.

<u>Hotel La Posta</u>	
Domicilio Social	Ruta 34 Km. 42 Pampa de Achala, Córdoba
Número de empleados	Menor a 100

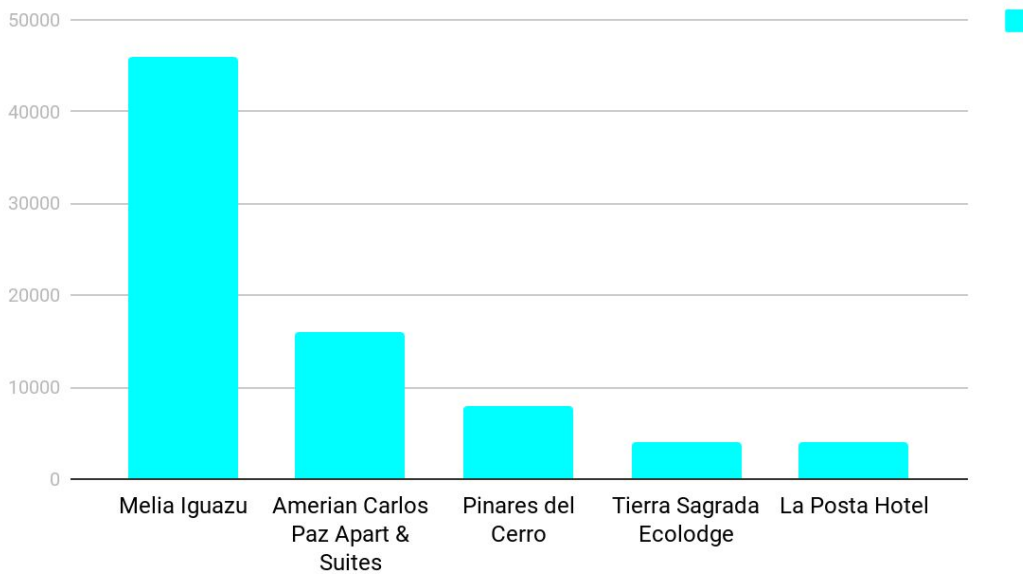
Estrellas hoteleras	4 estrellas
Segmento de mercado que opera	Hotel familiar y corporativo.
Breve descripción de lo que ofrecen	Servicio de limpieza, estante para la ropa, Baños privados, Máquina de café/té, Microondas, TV por cable/satélite, Reproductor de CD/DVD, Películas a pedido, sala de reuniones, pileta cubierta, estacionamiento, actividades de turismo activo natural y actividades infantiles (Ideal para niños y familias), más una cuidada propuesta gastronómica.
Análisis FODA	
Fortalezas	Ubicación a pocos km del PN Quebrada de Condorito, vistas directas al camino de las Altas Cumbres, pleno contacto con la naturaleza.
Oportunidades	Fomento del turismo aventura y turismo para grupos.
Debilidades	Solo se puede reservar a través de su página oficial, no aparece en ningún Metabusador tal como por ejemplo Booking.
Amenazas	Su ubicación privilegiada depende la época puede causar un difícil acceso dado el estado del camino de las Altas Cumbres.

Área en la que opera



Precios o rangos tarifarios

Precio por noche





GRAN MELIÁ
— IGUAZÚ —
ARGENTINA




PINARES DEL CERRO
HOTEL





*Plan de
Marketing*

4. Plan de marketing.

4.1 Segmentos a operar.

4.1.1 Perfil de los segmentos a los cuáles direccionará nuestro negocio.

La segmentación del mercado, nos va a servir para que nuestra idea de negocio pueda conocer a sus consumidores o potenciales consumidores. Para poder definir entonces la segmentación, nos basamos en distintos documentos que nos sirvieron de base para poder llevarla a cabo. Estos documentos fueron, en primera instancia, el Plan de uso Público del Parque Nacional Quebrada del Condorito (2019), además, obtuvimos información del Plan de Gestión Turística de Traslasierra sur (2015) llevado adelante por la Agencia de Turismo de Córdoba de la mano del gobierno de dicha provincia, y por último, las estadísticas de Yvera hechos por la Dirección Nacional de Mercados y Estadística, desde la Subsecretaría de Desarrollo Estratégico, en el documento donde se establece el turismo interno de Córdoba y el perfil del turista que visita esta provincia (2019). Teniendo esto en cuenta, la segmentación de mercado de Condorito Ecolodge, será la siguiente:

En primera medida, segmentamos a nuestros clientes de forma **geográfica**, pudiendo establecer que, con los datos obtenidos del cuadro de YVERA (2019), a continuación, perteneciente a la región de origen del turista que visita la Provincia de Córdoba, se ve reflejado que los mismos provienen en un 45% de la misma provincia de Córdoba, luego en un 20%, del litoral, entre otras zonas del país. Entonces, diremos que nuestro mercado meta es el turista Cordobés, que quiere visitar su propia provincia y así como también el turista Argentino, que decide visitar la Provincia de Córdoba.

Edad en tramos		
Menos de 14 años	18%	-1,5 p.p.
14 a 29 años	19%	0,5 p.p.
30 a 44 años	22%	-3,0 p.p.
45 a 59 años	20%	3,5 p.p.
60 años o más	20%	0,6 p.p.

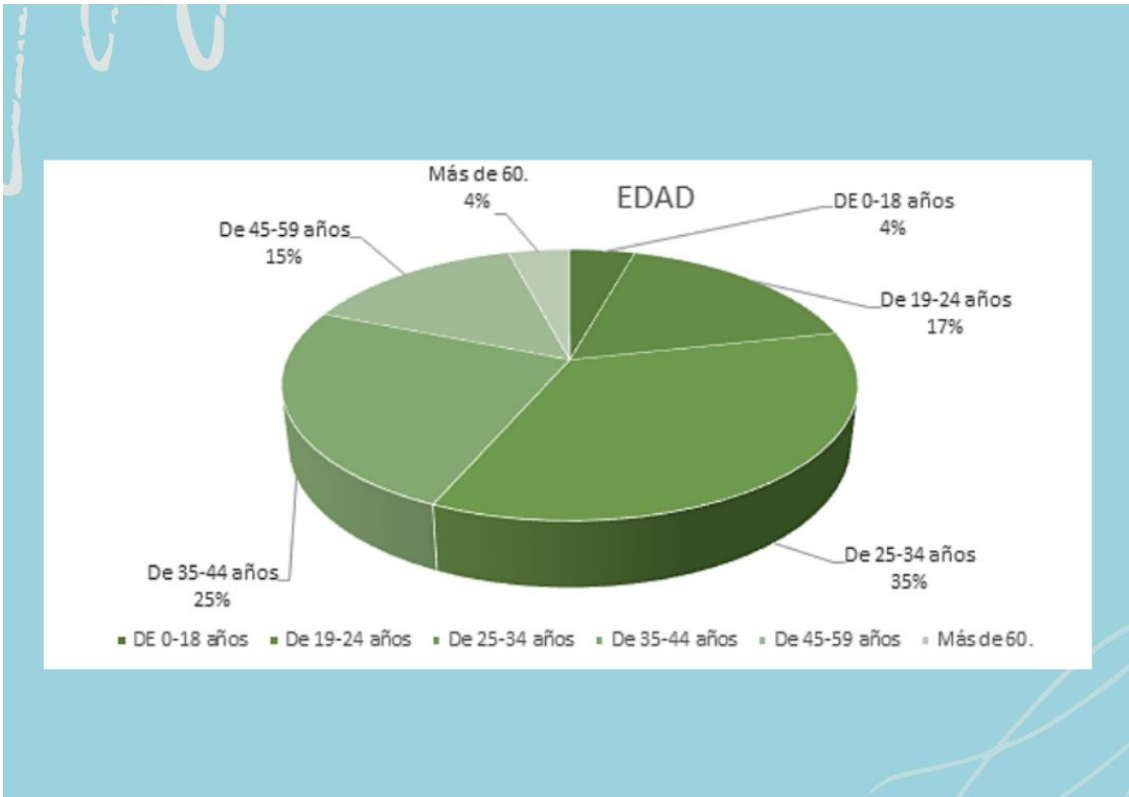
Fuente: YVERA (Turismo Interno 2019 - Córdoba)

También decidimos segmentar a nuestro mercado meta en el tipo **demográfico**. Basándonos en los datos obtenidos de YVERA (2019), obtuvimos el cuadro presentado a continuación, el cual establece que el rango etario que visita Córdoba es bien variado, ya que no se destacan muchas diferencias entre edades. De igual forma, se enfatiza que el mayor porcentaje es de personas adultas de 30 a 44 años.

Región de origen		
Córdoba	45%	-4,5 p.p.
Litoral	20%	4,7 p.p.
PBA	14%	0,0 p.p.
Norte	9%	-1,2 p.p.
Cuyo	5%	0,6 p.p.
Patagonia	4%	1,2 p.p.
CABA	3%	-0,9 p.p.

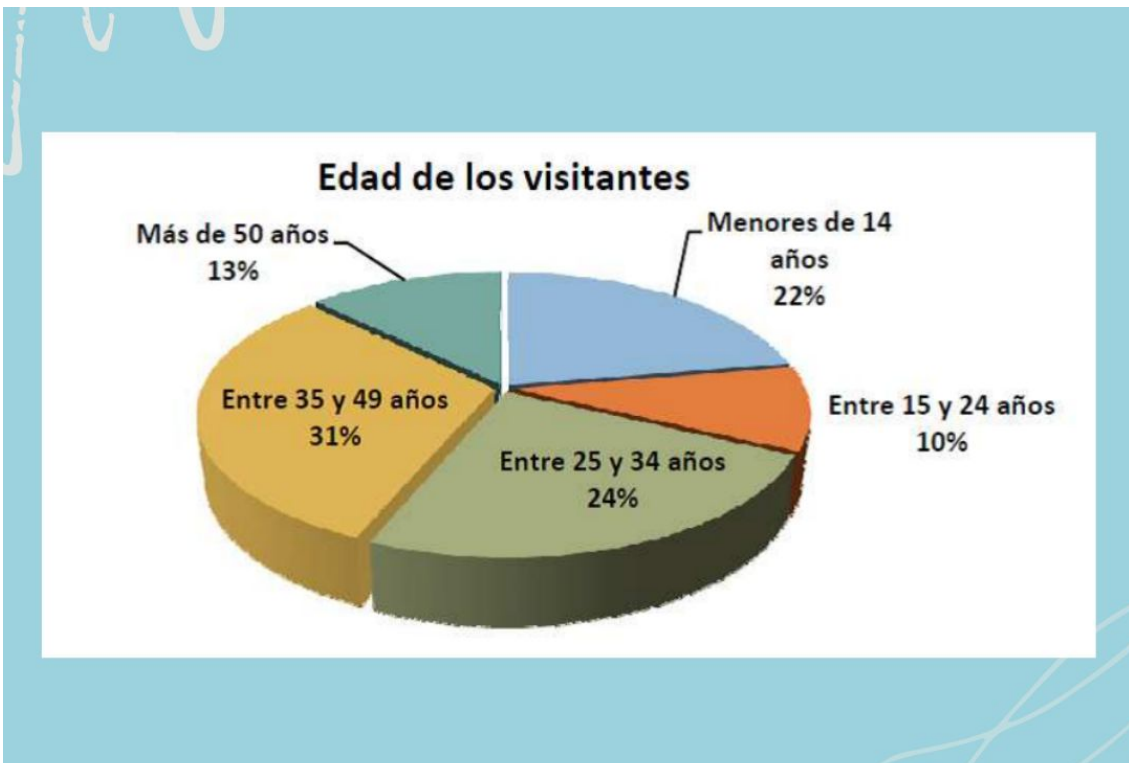
Fuente: YVERA (Turismo Interno 2019 - Córdoba)

Asimismo, encontramos en el Plan de uso Público del Parque Nacional Quebrada del Condorito (2019) el siguiente gráfico, donde se evidencian turistas de distintas edades que visitan este Parque Nacional, donde el mayor porcentaje es de adultos de 25 a 34 años.



Fuente: Plan de uso Público del PN Quebrada del Condorito (2019)

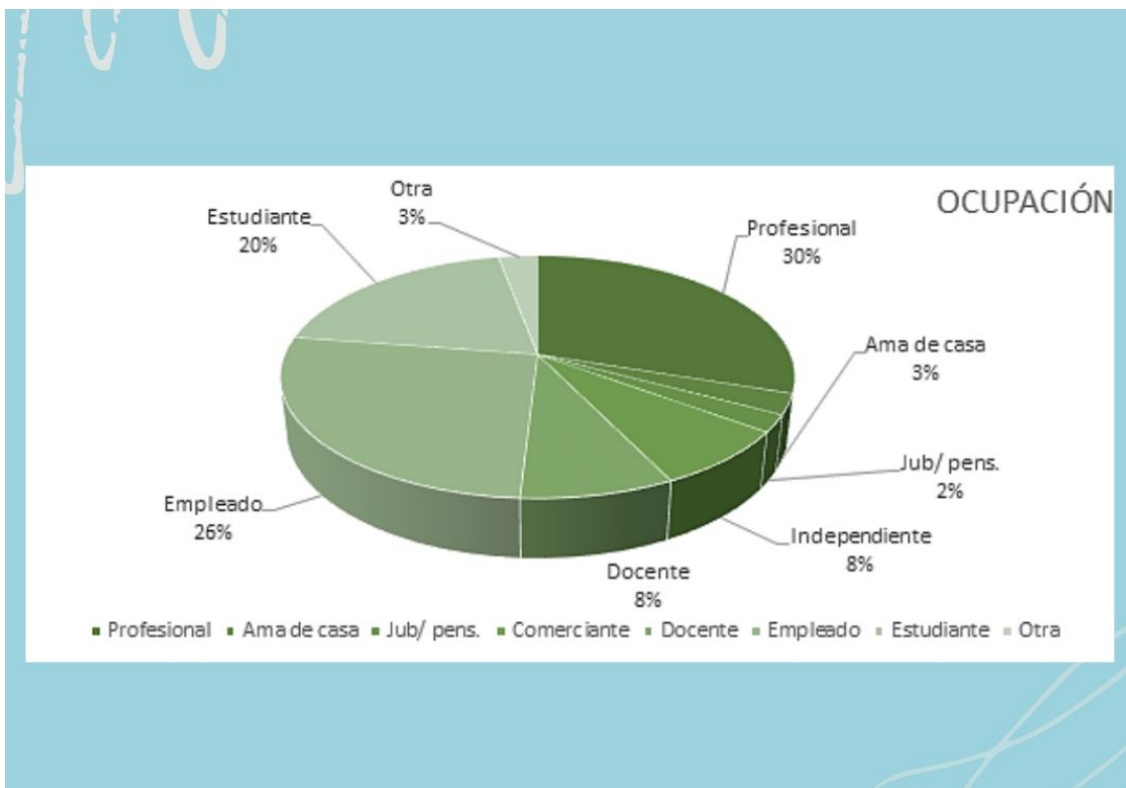
Además, en el Plan de Gestión Turística de Traslasierra sur (2015) se menciona que las edades predominantes de los turistas son entre 35 y 49 años, y entre 25 y 34 años, como se ve en el siguiente gráfico.



Fuente: Plan de Gestión Turística Traslasierra Sur (2015)

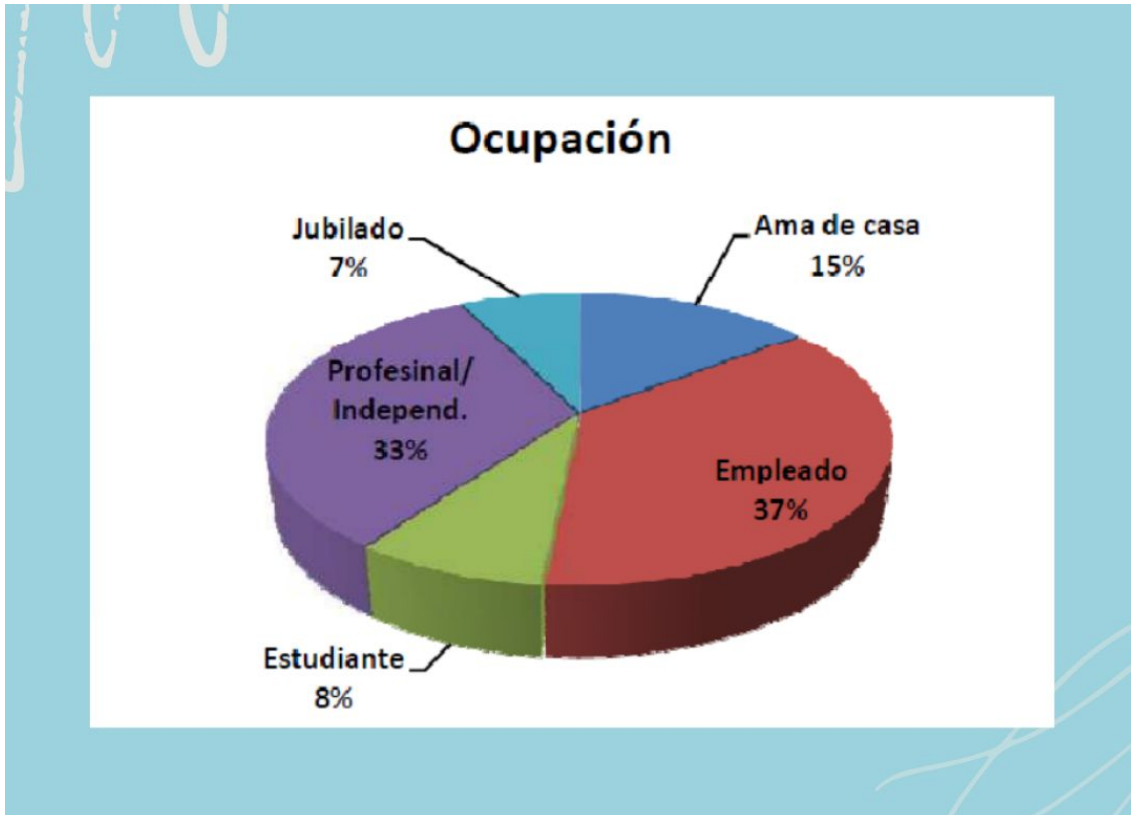
Es así, que decidimos que el rango etario de nuestra segmentación, será del público que tenga de 25 a 45 años, en relación a los datos obtenidos.

También, nuestra segmentación será de tipo **target**, siendo la segmentación por nivel socioeconómico. Dentro del Plan de uso Público del Parque Nacional Quebrada del Condorito (2019), podemos también encontrar datos en cuanto a las profesiones o la ocupación que tienen los visitantes de esta provincia. Es así, mediante encuestas determinaron que, tal como se ve reflejado en el siguiente gráfico, el mayor porcentaje de visitas son de personas con títulos profesionales, en un 30%, seguido por ama de casa 3%, jubilados un 2%, entre otros.



Fuente: Plan de uso Público del PN Quebrada del Condorito (2019)

De igual manera, el Plan de Gestión Turística de Traslasierra sur (2015) determina que, como se muestra en el gráfico a continuación, la mayoría de turistas que visitan la región de Traslasierra, son en su gran mayoría empleados, profesionales, amas de casa, estudiantes y jubilados.



Fuente: Plan de Gestión Turística Traslasierra Sur (2015)

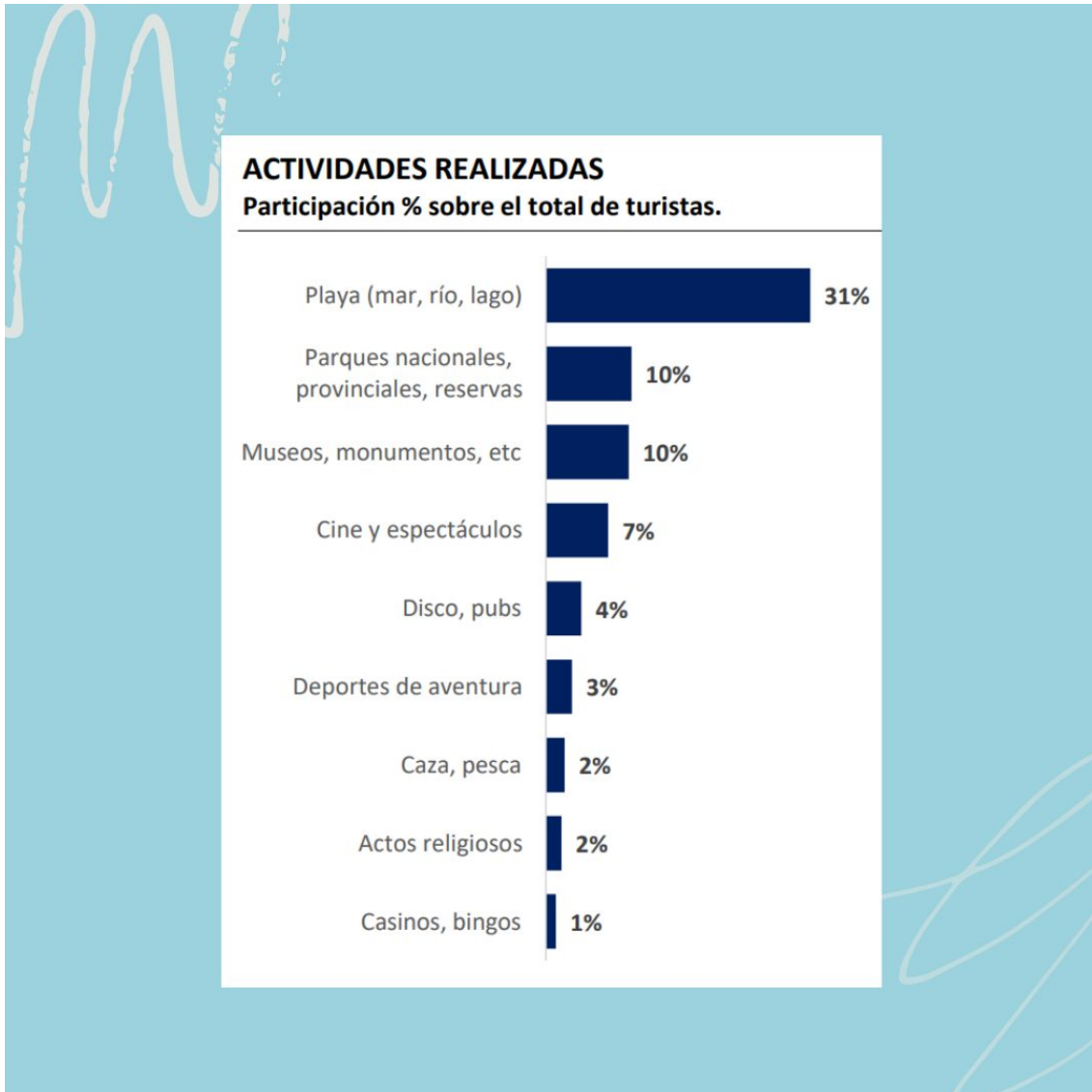
Es así que tomando las profesiones mencionadas, establecidas por ambos planes que son las más destacables, el tipo de **target** que decidimos incluir será el de clase media alta (c1), clase media media (c2) y clase media baja (c3), ya que teniendo en cuenta estas profesiones, llegamos a la conclusión que la clase media es la que más visita estos lugares que se vinculan de forma directa al Condorito Ecologge.

En cuanto a la segmentación del **Estilo de Vida**, los datos obtenidos del perfil turístico de YVERA (2019), resalta que los turistas que visitan Córdoba, como se muestra en el cuadro, deciden realizar sus viajes con un fin vacacional y de ocio, seguido por visitas a familiares y amigos.

Motivo del viaje	
Vacaciones, ocio	58%
Visita a familiares y amigos	36%
Trabajo, negocios	1%
Otros	5%

Fuente: YVERA (TURISMO INTERNO 2019 - Córdoba)

Además, teniendo en cuenta las características que tienen esos viajes turísticos, el cuadro a continuación establecido por YVERA (2019), nos permite llegar a la conclusión que a la hora de visitar esta provincia, destaca que solo el 10% de los turistas visita parques nacionales, entonces, nuestra segmentación perteneciente al estilo de vida, en este sentido, se va a centrar en aquellos turistas que decidan emprender su viaje bajo la premisa de ocio o de forma vacacional, y quienes deseen de visitar zonas naturales, como Parques Nacionales, ya que buscamos un perfil de consumidor que visite la provincia de Córdoba de una forma natural y sustentable.



Fuente: YVERA (TURISMO INTERNO 2019 - Córdoba)

Por último, nos centraremos en la personalidad de nuestros consumidores, ya que va a ser determinante a la hora de segmentar nuestro público. Para esto nos basamos en el gráfico obtenido mediante encuestas del Plan de Gestión Turística de Traslasierra sur (2015) a continuación, llevado a cabo por la Agencia de Turismo de Córdoba de la mano del gobierno de dicha provincia, donde se ve reflejado en él la valoración que tiene el turismo para con los bienes naturales y culturales, siendo así, en un 75%. Es así que finalmente, nuestra segmentación **conductual**, la cual nos va a permitir centrarnos en la personalidad de los huéspedes, va a estar ligada a quienes respeten y le den valor a los bienes naturales. Los turistas tendrán que poseer una personalidad la cual aspire al disfrute de la naturaleza, así como que sea consciente con la misma, y que disfrute del turismo aventura, actividad destacable de estos lugares. De igual manera, tienen que tener la responsabilidad del buen trato con el patrimonio natural, sin intención de alterarlo, para poder llevar a cabo ecoturismo o un tipo de turismo alternativo, sustentable o de bajo impacto.



Fuente: Plan de Gestión Turística Traslasierra Sur (2015)

A forma de conclusión, nuestra segmentación se basará en diferentes características. Primero, decidimos segmentar a nuestro mercado meta de forma **geográfica** donde establecemos que nuestro mercado meta es el turista Cordobés, que quiere visitar su propia provincia y también el turista Argentino, que decide visitar la Provincia de Córdoba. Además, decidimos segmentar a nuestro público de una forma **demográfica**, donde decidimos que el rango etario que nos centraremos será el de 25 a 45 años. Asimismo, en nuestra segmentación de **target**, nos concentramos en los turistas que sean de clase media alta (c1), clase media media (c2) y clase media baja (c3). En cuanto al **Estilo de Vida**, nos focalizamos en aquellos turistas que decidan emprender su viaje de ocio o de forma vacacional, y quienes deseen visitar zonas naturales, como Parques Nacionales. Por último, teniendo en cuenta a la segmentación **conductual**, nos dirigiremos a aquellos visitantes que tengan cierta personalidad de responsabilidad con el medioambiente, donde el mismo lleve a cabo un viaje ya sea sustentable o de bajo impacto.

4.2 Objetivos comerciales previstos.

4.2.1 Objetivos comerciales de la empresa a corto, mediano y largo plazo.

A corto plazo pretendemos poder mantenernos económicamente y poder recuperar la inversión inicial al cabo de un año.

A corto y mediano plazo buscamos posicionarnos en el mercado dentro de los tres alojamientos ecológicos más visitados de Mina Clavero.

A mediano plazo, aspiramos conformar una imagen positiva del alojamiento, demostrando nuestro compromiso con el medio ambiente.

Asimismo, a mediano plazo procuramos poder situarnos dentro de la mente de nuestros consumidores.

A largo plazo, pretendemos ser viables y sostenibles; procuramos poder superarnos continuamente con los años, cumpliendo con la visión de la organización; y ser capaces de promover la fidelización de nuestro Ecolodge con los clientes.

4.3 Producto

4.3.1 Productos y servicios ofrecidos.

Nuestro establecimiento hotelero de tipo Ecolodge, llamado “Condorito Ecolodge”, estará ubicado en el Camino de Altas Cumbres, cercano a Mina Clavero, dentro de la provincia de Córdoba en Argentina. El Camino de Altas Cumbres (hoy en día llamada Jorge Raúl Recalde), es una de las maravillas de esta provincia debido a sus espectaculares vistas desde las sierras grandes donde podemos apreciar todo tipo de espectáculos naturales como el Río Mina Clavero, Río Los Sauces y Río De La Suela. Del mismo modo, el ecolodge en cuestión, está ubicado a pocos kilómetros del Parque Nacional Quebrada del Condorito, un parque nacional que deslumbra a todos sus visitantes con su variada biodiversidad, tan única de esta zona. Debido a estas maravillosas características, es que determinamos que esta fuera su localización, ya que se complementa con nuestro negocio de la mejor forma.

Habiendo dicho esto, nuestro establecimiento (como nombramos anteriormente, es de característica “Ecolodge”), se destaca por ser completamente sustentable para con el medioambiente que lo rodea, al poseer todo tipo de tecnologías que se adapten al mismo y reduzcan los impactos negativos, que a continuación iremos destacando.

En primera medida, para empezar a hablar de nuestros servicios destacamos que, al entrar al “Condorito Ecolodge”, como bienvenida al huésped, dispondremos de un lobby/recepción para recibir a los mismos. En cuanto a la arquitectura de este sector, será de madera certificada por FSC (Consejo de Administración Forestal) y piedra en la recepción, dando un estilo campestre, pero moderno a la vez. En cuanto al diseño será de sillones hechos con materiales reciclados, que aparte de ser vistosos, brindarán comodidad al huésped que desee utilizarlos.



Fuente: Easter Island Ecolodge.

En cuanto a nuestros productos y servicios que ofreceremos, serán en segunda instancia, el alojamiento, que contará con 10 habitaciones tipo cabañas con diseño rústico en su exterior, construidas en adobe y madera certificada por FSC (Consejo de Administración Forestal). De este modo, los mismos estarán compuestos por ventanas con DVH (vidrios dobles) para el aislamiento de altas o bajas temperaturas, así como la aislación acústica y termina en los pisos y paredes para el total confort de nuestros huéspedes. Del mismo modo, contarán con tecnología sostenible, así como el empleo de energía solar, equipos de aire acondicionado con gases que no dañan la capa de ozono, dosificadores del aire para optimizar el uso energético, detectores de movimiento para evitar consumo innecesario de energía, tarjetas de corte de energía en cada habitación entre otros tipos de tecnologías que hacen única la estadía.



Fuente: Sucurua Ecolodge.

En cuanto al interior de estas habitaciones, estará equipado con muebles modernos y confortables, hechos con elementos reciclados ya que consideramos que es elemental seguir con nuestra filosofía en todos sus aspectos. Estas habitaciones, serán 6 dobles y 4 individuales. Las que son de categoría doble contarán con un espacio de 20m² que dispondrá de una cama tipo sommier de 2 ½ plazas tamaño king y las individuales contarán con un espacio de 15m² que dispondrá de una cama tipo sommier de 1 ½ plaza de tamaño twin.



Fuente: Ecolodge.

También, las habitaciones dobles contarán con un espacio de living especial para relajarse después de un día de excursión y, asimismo, contarán con un escritorio, y las habitaciones individuales solo contarán con el escritorio. Ambas tendrán baño privado el cual nos es pertinente mencionar que aquí también disponemos de tecnología sustentable, ya que, utilizamos el sistema de doble descarga en los mismos. Del mismo modo, contará con caja fuerte, aire acondicionado (frío-calor), televisor smart tv y contarán con servicio de WIFI para la conectividad de los dispositivos móviles de los huéspedes. Además, que se contará con servicio de limpieza y recambio de sábanas como de toallas por parte del personal correspondiente. Por último, los amenities como jabones, cuidado capilar y dental serán biodegradables enfocándonos en la prioridad del ecolodge que es cuidado del medio ambiente.



Fuente: Ecolodge.

Por otro lado, teniendo en cuenta las distintas instalaciones de Condorito Ecolodge, disponemos de una piscina climatizada al aire libre, la cual estará rodeada de la naturaleza del lugar y equipada con los elementos necesarios para el disfrute de la misma.



Fuente: Yacutinga Ecolodge

Asimismo, dispondremos de un restaurante que proveerá el desayuno, el almuerzo y la cena de los huéspedes, de tipo buffet. Sin embargo, el “Condorito Ecolodge”, es de media pensión, haciendo que solo el desayuno y cena esté incluido en la tarifa de alojamiento, por lo que la opción de almuerzo, tendrá un cargo aparte y se contará con alternativas por día. Contamos con menú para vegetarianos, celíacos y veganos. Asimismo, dispondremos mesas tanto en el interior como en el exterior del restaurant, como se muestra en la imagen a continuación.



Fuente: Palo Santo Hotel

En cuanto a otros servicios que brindamos, el “Condorito Ecolodge” contará con un estacionamiento propio para aquellos huéspedes que vengan en sus vehículos particulares. Esto nos parece relevante, debido a que la zona no dispone de estacionamientos cercanos a nuestro establecimiento. Tendrán garantizado un lugar por habitación, en caso de ocupar un segundo lugar tendrá un costo extra.

Como Servicios adicionales, que tendrán un costo extra aparte de la tarifa de alojamiento, disponemos de un área de Spa, que contará con servicios de masajes, meditación y clases de yoga, provistos por la encargada del Spa.



Fuente: Physio Smart.

Además de contar con equipamientos como sauna y jacuzzi, para que quien lo desee de implementar, tenga un disfrute en su totalidad, ya que al utilizar este tipo de hidromasajes, trae ciertos beneficios para el cuerpo, debido que disminuye los dolores musculares, además, ayuda a abrir los poros de la piel, facilitando a la eliminación de toxinas en el rostro y el resto del cuerpo, entre otras aptitudes que se sumarán a una estadía óptima y confortable para nuestros huéspedes.



Fuente: Howard Johnson Pilar.

Otro servicio adicional, será el servicio de transporte, el cual estará destinado para excursiones y traslados de pasajeros que no poseen automóvil propio.

Además, al estar localizados cerca del Parque Nacional Quebrada del Condorito, un parque nacional con muchísimos atributos, teniendo una gran biodiversidad, donde podemos destacar al cóndor, entre otros tipo de flora y fauna específica de esta zona encantadora. Es una parada casi obligatoria, y por eso es que decidimos contar con excursiones con un costo adicional hacia ese parque nacional las cuales desarrollaremos a continuación.

La principal será el traslado al Parque Nacional Quebrada del Condorito para disfrutar del avistaje de aves y trekking. Además, el paquete turístico al Parque Nacional Quebrada del Condorito no solo cuenta con servicio de transporte opcional sino también con el servicio de un guía especializado, con el cual tendrán la opción de realizar distintos circuitos en el destino.



Fuente: Parque Nacional Quebrada del Condorito.

Una de las actividades que se pueden realizar en este Parque Nacional es el senderismo de carácter leve, siendo un recorrido de 60 minutos el cual está pensado para todo tipo de personas que deseen recorrerlo.

Por otro lado, ya aumentando de nivel, otra actividad es el trekking intermedio, siendo un recorrido de 2 a 4 horas dentro del parque.

Por último, el trekking intenso, será el recorrido que lleva casi medio día en donde se realizan 16 km (ida y vuelta) y se llega hasta el mirador de los cóndores, donde se observa entre los valles, el vuelo del cóndor, tan característico de esta zona



Fuente: Parque Nacional Quebrada del Condorito.

Todas estas excursiones se pueden realizar todo el año, excepto los días de lluvia. En estos días, el huésped podrá disponer de nuestros servicios de relajación y/o entretenimiento disponibles en el lugar.

4.3.2 Lista de la línea y gama completa de servicios ofertados.

Nuestro alojamiento “Condorito Ecolodge” contará con las siguientes instalaciones:

	<p>Piscina: (habilitada para toda la temporada debido a que es climatizada); sillas, reposeras y sombrillas</p>
	<p>Spa: Contará con jacuzzi, sauna y clases de yoga (costo adicional)</p>

Exterior del Condorito Ecolodge	<p>Estacionamiento: Cada habitación tendrá derecho a un lugar gratuito para su automóvil.</p>
	<p>Seguridad: Cámaras las 24 horas del día- Extintores en distintos puntos del Ecolodge-Alambrado eléctrico - Salidas de emergencia.</p>
	<p>Jardín: Contará con huerta orgánica</p>
Interior de Condorito Ecolodge	<p>Habitaciones: dobles de 20m2 y singles de 15m2 ambas con Wifi -Camas-Televisión satelital y Smart TV -Minibar (costo adicional). Cada habitación contará con amenities como toallas, jabones y cuidado capilar y dental biodegradables.</p>
	<p>Alimentos y Bebidas: Restaurante - Snack-bar - Desayuno y Cena, será tipo buffet. Almuerzo se cobrará con un recargo aparte para el que desee esta opción en el alojamiento.</p>
	<p>Servicio de recepción: Check in - check out - Información turística</p>
	<p>Servicios de limpieza: - Servicio diario de limpieza - Servicio de lavandería</p>

<p>Actividades y entretenimiento</p>	<p>Paquetes turísticos con: Parque Nacional Quebrada del Condorito, trabajaremos con la agencia “Rutur Viajes”, que se encuentra ubicada en Deán Funes 1218, (Córdoba capital, Córdoba, Argentina). Nos ofrece como servicio caminata/trekking moderado o intenso para llegar al balcón norte que ofrece un estratégico mirador instalado al borde de la quebrada desde donde se puede observar el vuelo de cóndores, águilas, halcones (avistaje de aves).</p>
	<p>En cuanto a traslados, la agencia nombrada anteriormente nos ofrece propio traslado pero contaremos con otro servicio especializado de traslado para huéspedes que deseen ir hasta la terminal de ómnibus o aeropuerto, no se cobrará ninguna comisión porque lo creemos irrelevante ya que no se usará mucho este servicio solo en casos de emergencia si fuese necesario. La empresa “Turismo Mix” nos ofrece traslado para viajes especiales en combis, está ubicada en San Martín 986 (Mina Clavero, Córdoba, Argentina)</p>

4.3.3 La necesidad que satisface la propuesta de la empresa.

La principal necesidad que ofrecemos es brindar un alojamiento turístico complementado con servicios que sean sustentables para el cuidado del medio ambiente. Además de que el cliente tenga una experiencia positiva durante su estadía, fidelizando al mismo y que además, nos pueda recomendar a otros turistas dando una “buena imagen” del Ecolodge.

Nos basaremos en tres pilares fundamentales para el desarrollo de la esencia de nuestro ecolodge, que detallaremos a continuación:

-En Alojamiento: Estaremos a disposición del huésped para que pueda disfrutar de todas las comodidades disponibles del lugar.

-En Sustentabilidad: Nos ocuparemos de mantener un equilibrio en cuanto el entorno que nos rodea, ya sea natural y social. Basándonos en el meticuloso cuidado sobre el impacto que produce la intervención humana, y tomando las medidas necesarias por el personal del Ecolodge. Así como también, un fiel compromiso con la comunidad que nos rodea, porque optamos por fomentar la mano de obra local.

-En Esparcimiento: Desarrollaremos actividades de descanso, ocio y aventura, según sea la necesidad del huésped a cumplir.

Dicho esto, queremos brindar calidad al huésped desde su entrada al lugar hasta el último día de su estadía.

4.4. El precio.

4.4.1 Primera aproximación a los precios de los productos y servicios.

Basándonos en el análisis de la competencia, y en los servicios que ofrece “Condorito Ecolodge” es que determinamos los siguientes precios:

Durante la temporada Alta precio del pernocte por pax:

- Tarifa habitación single con desayuno y cena incluido \$5000 ARGS
- Tarifa pernocte habitación doble con desayuno y cena incluido \$7000 ARGS

Durante la temporada Media, precio del pernocte por pax:

- Tarifa habitación single con desayuno y cena incluido \$4500 ARGS
- Tarifa pernocte habitación doble con desayuno y cena incluido \$6500 ARGS

Durante la temporada Baja, el precio del pernocte por pax.

- Tarifa habitación single con desayuno y cena incluido \$4000
- Tarifa pernocte habitación doble con desayuno y cena incluido \$6000

A su vez cabe destacar que, ciertos actividades tenían un costo adicional, tales como:

- Paquete turístico hacia el Parque Nacional Quebrada del Condorito (con guía incluido y opcional transporte ida/vuelta) del cual sacamos una comisión, dependiendo de la duración del circuito y de la temporada, su costo es de \$4800 AR (de los cuales el 40% es para el lodge)
- Servicio spa: su costo es de \$1200 AR (donde el 50% es una comisión para el lodge)
- - Venta de productos naturales de la huerta (panificados - frutas - mermeladas - alfajores) los precios oscilan entre \$300 - \$800 AR por pax.
- - Venta de viandas para excursiones: su precio oscila dependiendo de la temporada entre \$400 a \$300 AR c/u menu frio.
- Clases de yoga: con evaluación y profesora incluido, su costo es de \$1000 AR (de los cuales el 30% es para el lodge).
- Restaurant del Ecolodge (abierto a todo público (huéspedes o no): precio por pax , dependiendo la temporada del hotel, su costo oscila entre los \$1200 a \$800 AR. (menú con entrada/ plato principal/postre)

4.5 Comunicación.

Uno de los ejes más relevantes que tiene este documento es el plan de comunicación, ya que el mismo fija concretamente cómo y en qué medida vamos a difundir o, comunicar a nuestros potenciales consumidores nuestras actividades y/o lanzamientos. A continuación, desarrollaremos todos los puntos relacionados a esta cuestión.

4.5.1 Imagen de marca.

En primera instancia, el isologotipo de Condorito Ecolodge refleja el espíritu y la esencia de nuestra empresa. Se trata de un logotipo en el cual se utilizó la fuente Roboto, pensada especialmente para transmitir claridad en la lectura ya que es una tipografía de palo seco, la cual tiene una personalidad universal, comunicando transparencia y luminosidad, en letra capital. Con respecto al isotipo, se eligió la imagen de montañas en referencia a las sierras cordobesas, rodeadas de 2 cóndores, con los cuales se quiere reflejar la relación con los paquetes turísticos al PN Quebrada del Condorito. Además, cabe destacar que se eligieron estas figuras, ya que se relacionan estrechamente con el ambiente donde se localiza el ecolodge. Por último, y no menos importante, se trazó una línea recta para marcar la separación entre el isotipo del logotipo con la intención de brindar más seriedad y estilo ya que se trata de un establecimiento hotelero.

Tanto el isotipo como el logotipo, son de color celeste y azul oscuro, se eligieron estos colores debido a que se desprenden de la gama del azul, color frío que representa la libertad sinónimo de armonía y estabilidad, que en sus primeras connotaciones se lo asoció a los términos de pureza o divinidad. El color celeste se encuentra en el fondo, color de las montañas con los picos en blanco y en la palabra “ecolodge” la cual se encuentra superpuesta con la palabra en azul oscuro “condorito”, brindando un efecto de originalidad y los cóndores también se encuentran en este color. Cabe destacar que se eligió la predominancia del color celeste debido a que hace referencia a la bandera Argentina.

Para concluir, el ecolodge transmite una imagen de turismo naturaleza por su isotipo, debido tanto a los cóndores como a las montañas, en referencia a las actividades turísticas que ofrece la organización, y por su imagotipo descriptiva ya que el significado de Ecolodge es “casa del guarda”, lo que muestra la filosofía de respeto por el medio ambiente, reflejando el target de clientes del hotel, es decir, una enunciación sintética de los atributos de la identidad relativos a la organización.

A continuación, podrán observar el logo de nuestro ecolodge:



Cabe destacar que, para la publicidad de nuestro proyecto invertiremos en nuestra propia página web como en redes sociales, además de realizar trabajos de prensa.

4.5.2 Plan de comunicación.

Para comenzar, se realizará un cronograma con costos y medios. Durante el verano del 2021, invertiremos en nuestra propia página web, redes sociales y publicidad en forma de banners. Con un costo estimado de 80 mil pesos, teniendo en cuenta los valores actuales, según el presupuesto de la diseñadora gráfica Fiorella Ghisimberti.

A su vez, para la publicidad de nuestro proyecto hotelero ponemos el foco en el uso de las redes sociales, siguiendo la tendencia actual ya que parece ser una de las mejores maneras de atraer clientes. Luego, buscaremos notas con distintos medios de comunicación interesados y una vez que esté en funcionamiento el hotel, nos enfocaremos en la colocación de los banners en los barrios más importantes de Buenos Aires y Córdoba, durante distintas fechas del año y en las notas realizadas por los periodistas invitados a nuestro Ecolodge. Por lo tanto, realizaremos una inversión inicial de 80 mil pesos, de los cuales 23 mil pesos para la creación de la página web, 17 mil pesos para el diseño de imagen y folletería, 15 mil pesos no solo para materiales gráficos sino también para la generación de contenido y 25 mil pesos para acciones publicitarias.

Con respecto a los objetivos dirigidos a los clientes, se busca llegar tanto al target del hotel como a los clientes potenciales. Esto a través de campañas de comunicación en redes sociales (correo electrónico, sitio web y redes del hotel). Por lo tanto, a medida que las

restricciones debido a la pandemia empiezan a flexibilizarse en todo el mundo, son más los hoteles que vuelven a abrir sus puertas o se preparan para ello. La hospitalidad tal y como la conocemos se ha transformado, por lo que es necesario reinventar la experiencia que ofrecemos a los huéspedes y la manera de interactuar con ellos.

Las tácticas para esto son en primer lugar, enviar mails personalizados a todos aquellos que estén suscritos a la web para recibir novedades por este medio. Los mismos contendrán un newsletter con un diseño llamativo, que provea información acerca de la reanudación del ecolodge.

En segundo lugar, se realizará un video institucional que será publicado en las redes sociales y el sitio web del hotel que mostrará todos los servicios que ofrece.

Por otro lado, con la estrategia dirigida a la prensa, se busca fomentar el vínculo con los medios de comunicación a través de diferentes acciones. Por un lado, enviando una gacetilla para la generación de notas en distintos medios de comunicación relacionados con el turismo, como por ejemplo revistas turísticas o que tengan sección de turismo, brindando todos los detalles para la apertura del hotel. Por otro lado, se invitará a unos pocos periodistas de los principales diarios de Buenos Aires y Córdoba, a alojarse en el hotel por dos días para que redacten un informe sobre su experiencia en el mismo, contando con el acceso a todos los servicios y actividades que brinda Condorito Ecolodge, siempre teniendo en cuenta las medidas de seguridad e higiene aplicadas hasta el momento.

Para finalizar, y poniendo el foco en el cronograma con costos, plazos y frecuencia de las acciones, es que uno de los socios va a cumplir la función de personal de marketing como community manager, para realizar 3 posts semanales en redes sociales, responder consultas, realizar todo material gráfico para las fechas importantes que se quiera comunicar una promoción o algún evento del hotel. Cabe destacar, que cada 3 meses, se realizará una evaluación de las acciones para fomentar la mejora continua en la comunicación con nuestro público. A continuación, se desarrolla el cronograma del mes de enero 2021:

Lunes 1	Martes 2	Miércoles 3	Jueves 4	Viernes 5	Sábado 6	Domingo 7
FERIADO	Prueba de pagina web	Diseño de newsletter para los suscriptores de la página web	Respuestas consultas por redes sociales	Envio de mail personalizado a todos aquellos que estén suscriptos a la página web	Apertura restaurante	Generación de post para la semana

Lunes 8	Martes 9	Miércoles 10	Jueves 11	Viernes 12	Sábado 13	Domingo 14
Lanzamiento sorteo	Pago de promoción a Instagram	Envío de invitación de estadía para a seleccionados periodistas de diarios	Respuestas consultas por redes sociales	Envío de mail personalizado a todos aquellos que estén suscriptos a la página web	Lanzamiento de viandas	Generación de post para la semana
Lunes 15	Martes 16	Miércoles 17	Jueves 18	Viernes 19	Sábado 20	Domingo 21
Diseño de banners para fechas seleccionadas	Envío de gacetillas para la generación de notas en distintos medios de comunicación	Diseño folleteria de servicio spa	Respuestas consultas por redes sociales	Envío de mail personalizado a todos aquellos que estén suscriptos a la página web	Lanzamiento de venta productos organicos	Generación de post para la semana
Lunes 22	Martes 23	Miércoles 24	Jueves 25	Viernes 26	Sábado 27	Domingo 28
Ganadores del sorteo	Diseño folleteria de servicio excursion PN Quebrada del Condorito	Diseño folleteria de servicio clases de yoga	Respuestas consultas por redes sociales	Envío de mail personalizado a todos aquellos que estén suscriptos a la página web	Realización video institucional para la web	Generación de post para la semana

Plan de comunicación para redes

El plan de comunicación es crucial para unificar el mensaje del hotel hacia nuestro público. Con el mismo, Condorito Ecolodge busca planificar los recursos de la organización de manera ordenada y estratégica para poder tener una visión general de las acciones que se van a llevar a cabo en la misma y poniendo el foco en transmitir el mensaje adecuado al público, debido a que pensamos que con tan solo un solo mensaje se puede definir a la marca y fijar el rumbo de la empresa.

La comunicación de Condorito Ecolodge hacia su público externo sigue el objetivo de conseguir que su imagen atraiga y fidelice a nuestros clientes. Por eso, implementamos estrategias en los 2 canales complementarios por los cuales se desarrolla la estrategia de comunicación:

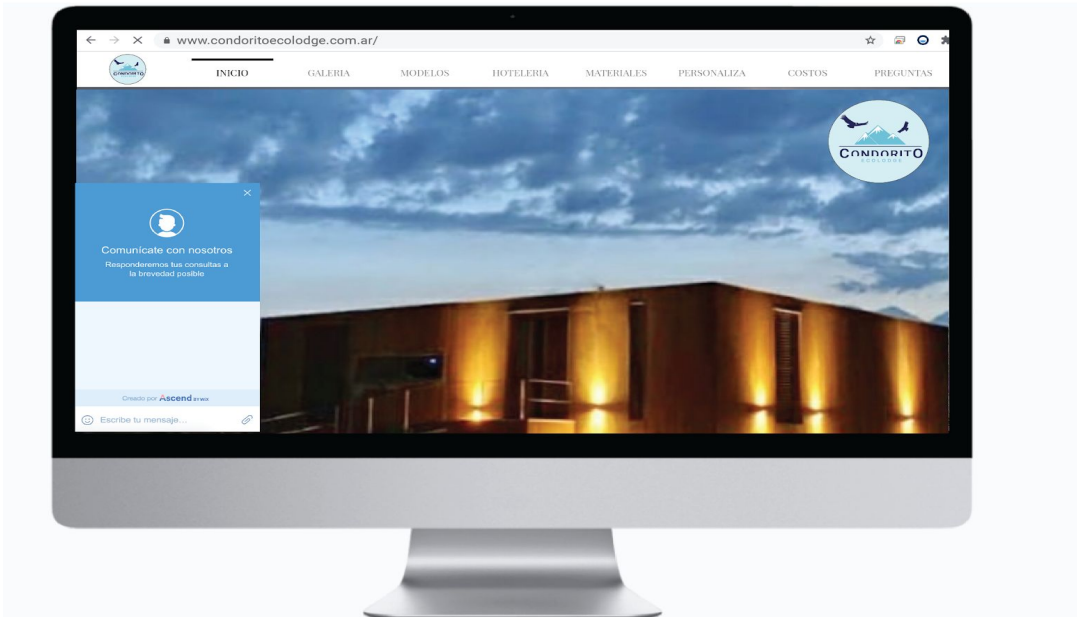
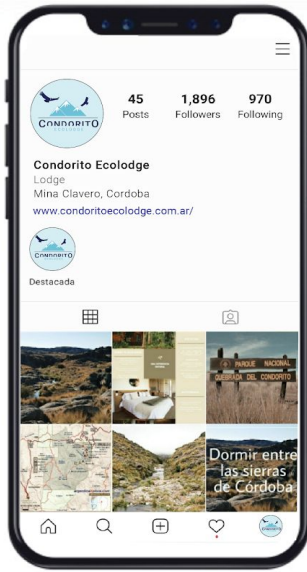
- Plan de comunicación online: Las estrategias que se llevarán a cabo a través de Internet son: publicar posts en las redes sociales (Facebook e Instagram) 3 veces por semana, informando sobre la apertura del ecolodge a partir de la temporada de verano. Con respecto a Instagram, se va a armar un highlight en historias destacadas sobre toda la información de contacto y medidas de higiene implementada, instalaciones del hotel y servicios que ofrece. Además, la web oficial del hotel cuenta con una solapa especial donde se podrá llamar o enviar email, para comunicación con nuestro staff de atención al cliente y ventas para asesorar al cliente, sumado a que todos las personas que se suscriban al newsletter semanal, recibirán códigos con descuentos. Cabe destacar, que en la web oficial se les ofrece un tour virtual para recorrer las instalaciones del hotel, adjuntando un link donde se detalla la información de precios, promociones y vacantes disponibles.

Con estas medidas, Condorito Ecolodge busca: Aumentar sus seguidores y sus fans en los canales sociales, conseguir mayor visibilidad de la marca y fomentar la interacción con su comunidad en los mismos.

- Plan de comunicación offline: Se refiere a las estrategias que no se llevan a cabo a través de Internet. Las mismas son publicidad gráfica, en donde, se van a realizar banners para ser colocados en vía pública en los barrios más importantes de Buenos Aires y Córdoba durante algunos días festivos específicos, además, de la invitación para generación de contenidos a distintos medios (revistas turísticas, etc.) sumado a los artículos que escribirán los periodistas seleccionados, de los principales diarios de Buenos Aires y Córdoba, sobre su experiencia de 2 días en el Ecolodge.

A su vez, es fundamental destacar que a pesar de que desarrollamos estrategias hacia el público externo, es igual de importante tener un buen manejo de la comunicación interna, puesto que favorece indirectamente la realización de los objetivos de la comunicación externa. Los empleados son los mejores prescriptores de una marca.

Para concluir, a continuación se muestran los modelos de redes sociales (Instagram y Facebook) y página web del Condorito Ecolodge:



Fuente: Propuesta de desarrolladora

4.6. Comercialización.

4.6.1 Sistema de comercialización seleccionado y las causas que llevaron a esa decisión.

Por lo tanto, con lo dicho previamente, se puede observar que el canal de comercialización será directo, no habrá intermediarios ya que el producto es una noche de alojamiento y los paquetes turísticos que ofrece el mismo, por lo que buscamos realizar ventas directas al consumidor.

Las ventas de noche de alojamiento serán a través de nuestra página web, telefónicamente o en el mismo complejo. Es decir, las reservas se realizarán vía telefónica a través del número de contacto que figura tanto en la página web como en nuestras redes sociales, vía mail a través de nuestro email oficial o vía física, en el mismo establecimiento para los clientes que no hayan hecho reserva.

Para finalizar, cabe destacar que los beneficios que encontramos a través de este medio de comercialización es la reducción de costos, su efectividad, su alta demanda debido a que hoy en día la globalización está impactando en las sociedades sumado al crecimiento del sector tecnológico lo que nos lleva a pensar que en el futuro el mercado digital se va a incrementar por lo que sería un factor positivo que la organización ya se encuentre en sintonía con este medio.

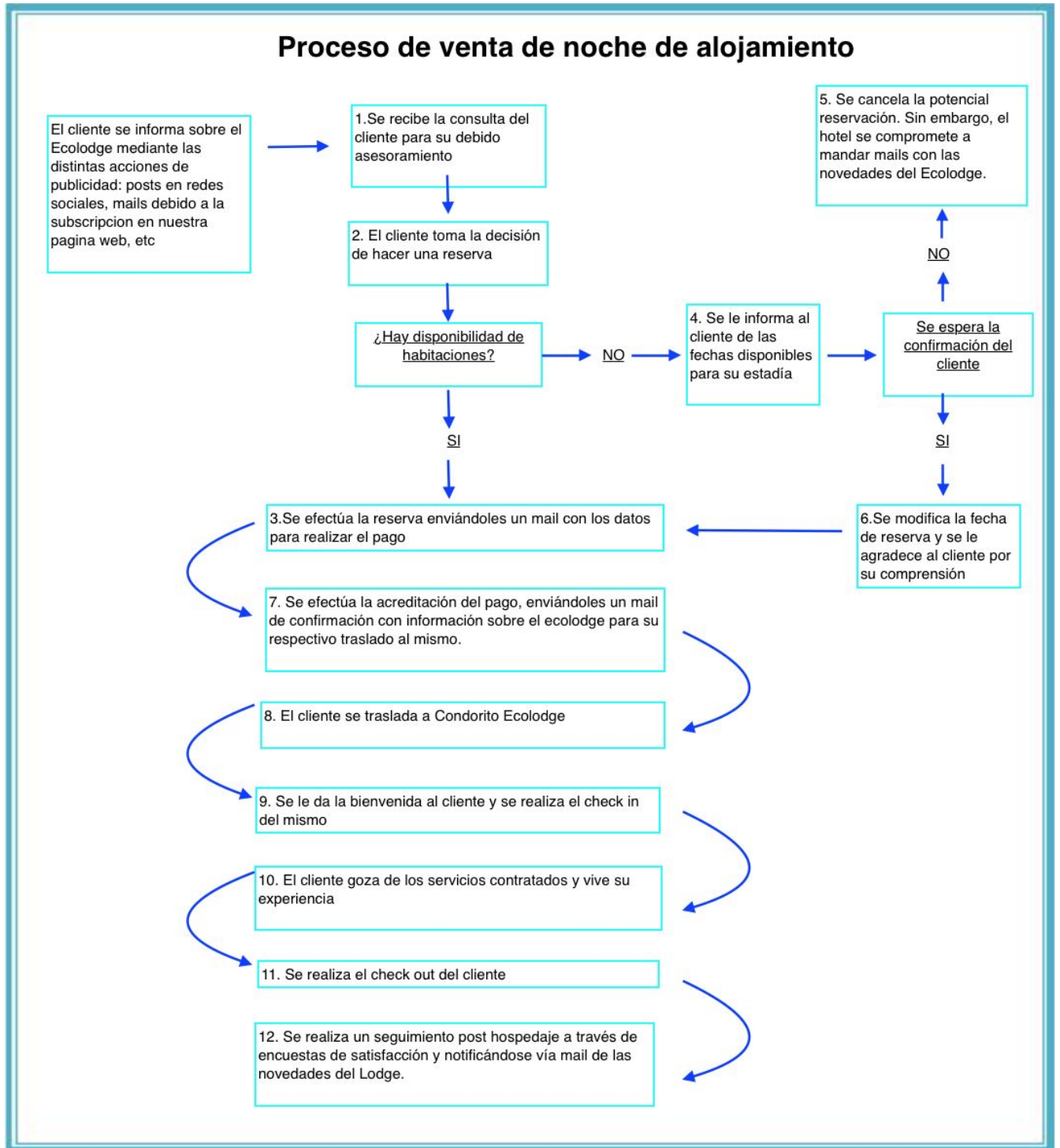


Plan Operativo
DESDE 1989

5. Plan Operativo.

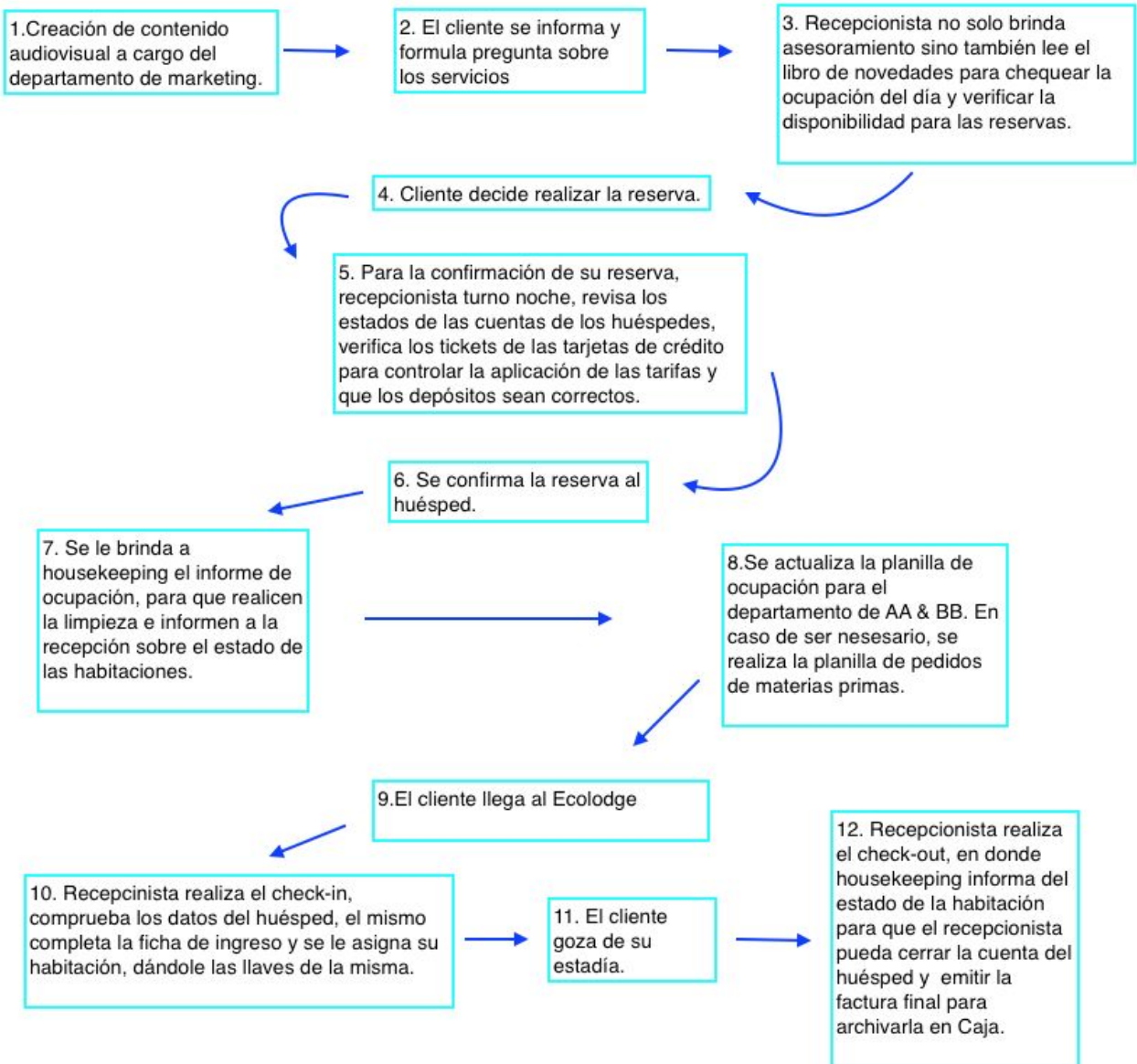
5.1 Procesos: El sistema de prestación de servicio.

Ya habiendo presentado el producto a prestar, debemos estructurar entonces, cuál será el sistema de prestación del servicio. Teniendo esto en cuenta, para llevarlo a cabo, consideramos dos características, en primera instancia, la experiencia del cliente frente a la compra y disfrute del producto/servicio de su emprendimiento (siendo en otras palabras, el front) y en segunda instancia, las gestiones internas que debe realizar la empresa para poder atender correctamente todos los requerimientos del cliente, identificando las interrelaciones entre departamentos (y en otras palabras, el back). A partir de desarrollar el proceso en forma general, realizamos los siguientes flujogramas:



Fuente: elaboración propia.

Proceso back de venta de una noche de alojamiento



Fuente: elaboración propia.

El cliente se contacta			
Personal	Espacio	Infraestructura	Materiales
Recepcionista	Recepción	Página web, sistema de telefonía, correo electrónico	Teléfonos, computadora

Realizar una reserva			
Personal	Espacio-Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Empleados de reservas	Recepción	PC, web del hotel, sistema de pago	Excel/agenda de disponibilidad de habitaciones del hotel

Preparación de habitaciones para estadía del huésped			
Personal	Espacio-Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Housekeeping	Back - Salón de Limpieza	Carrito de limpieza, placard con stock de productos, depósito	productos de limpieza - blancos

Preparación del desayuno-cena			
Personal	Espacio-Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Sector de AA&BB (chefs y mozos)	Cocina	Horno, heladera, microondas, bache y artefactos de cocina.	Alimentos y bebidas - materiales de cristalería - blancos

Check in - Check out del cliente			
Personal	Espacio -Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Recepcionistas y Auditor	Recepción	Sistema de reserva	llaves de habitación, posnet, libro de actas

Estadía/ vivencia			
Personal	Espacio	Infraestructura	Materiales
Recepcionista, encargada del spa	Pileta, spa, jardín	Charlas, excursiones, clases de yoga	Elementos de pileta, spa y yoga, ficha de registro de servicios.

Seguimiento post hospedaje			
Personal	Espacio-Infraestructura	Equipamiento	Materiales
RRPP	Back - oficina de marketing	PC	Encuestas de satisfacción

Front	Back
El cliente se informa	Departamento de Ventas: El personal de marketing se encargará del desarrollo de la página web del Ecolodge y las cuentas en redes sociales con contenidos audiovisuales.

<p>El cliente se contacta</p>	<p>Departamento de Front Desk :Los recepcionistas podrán asesorar al cliente sobre los productos y servicios que ofrecemos mediante comunicación telefónica, correo electrónico, en redes sociales o de forma presencial.</p>
<p>Realizar una reserva</p>	<p>Departamento de Front Desk: Tanto el auditor nocturno como recepcionista tomarán cualquier reserva ya sea de forma telefónica, página web o en forma presencial. Por lo que deberán tener actualizado el sistema de reservas.</p> <p>Gerente general: Será informado del pago de la reserva. Revisará los datos de reserva y los montos que ingresen o salgan de la cuenta bancaria del Eco Lodge.</p> <p>Departamento de Housekeeping: se le informará las reservas de cada día.</p>
<p>Preparación de habitaciones</p>	<p>Departamento de Housekeeping: Realizarán la limpieza de habitaciones, verifican el estado de las mismas y se lo comunicaran al recepcionista</p> <p>Departamento de Front Desk: Estará informado del estado de las habitaciones; Limpia, sucia, fuera de servicio, etc.</p> <p>Gerente General: Se encargará de destinar los fondos necesarios para la compra de amenities y productos de limpieza</p>

<p>Preparación del desayuno y cena</p>	<p>Departamento AABB: Se encargará del desayuno y cena como así también la atención de los huéspedes y la limpieza de las mesas y la cocina.</p> <p>Departamento de Front Desk: Deberán comunicarle al departamento de AABB la cantidad de huéspedes.</p> <p>Gerente general: Se encargará de destinar fondos necesarios para la compra de alimentos y bebidas</p>
<p>Realización de check in</p>	<p>Departamento de Front Desk: El recepcionista y el auditor nocturno recibirán al cliente, registraran al huésped, harán entrega de las llaves y comentarán los servicios del Eco lodge.</p> <p>Departamento de Housekeeping: Notificarán al departamento de Front Desk si las habitaciones están ocupadas, sucias, limpias, disponibles, etc</p>
<p>Estadía/vivencia</p>	<p>Departamento de Front Desk: Se asegurará que todos los servicios del hotel estén disponibles. También llevará a cabo la tarea de reservar los servicios para los huéspedes ya sea excursiones, spa, clases de yoga entre otros</p>
<p>Realización de check out</p>	<p>Departamento de Front Desk: Se encargará de la salida del huésped del Eco Lodge, recibirá las llaves y pedirá transporte privado en caso de que el pasajero los solicite.</p> <p>Departamento de Housekeeping: Deberán ser notificadas cuando el huésped deje la habitación por el recepcionista</p>
<p>Seguimiento post hospedaje</p>	<p>Departamento de Front Desk: Se le enviará vía email la encuesta de satisfacción y futuras ofertas, promociones y descuentos, para fidelizar al cliente.</p>

5.2 Identifique y desarrolle las posibles operaciones “críticas” que demandarán una mayor atención

El cliente se traslada al Ecolodge: Se considera crítico porque durante su traslado puede sufrir embotellamientos, cortes en las rutas o cualquier otro inconveniente que lo desvíe de su camino hacia nuestro establecimiento.

Check in/out: Se considera crítico porque durante la realización de los mismos el Ecolodge se podría quedar sin luz.

Pago por la reserva de una habitación: Se considera crítico porque en ese momento el Ecolodge podría quedarse sin sistema o sin internet y el pago no se realizaría.

5.3 Sistema de calidad de servicio.

Tomando al menos 4 actividades del proceso y desarrollando la planificación de calidad de servicio, podríamos decir que:

Producto: Check in/Check out.			
Etapa del proceso: El huésped se registra al llegar al Ecolodge y al irse del mismo.			
Programa	Objetivos	Metas	Indicadores
Realizar el Check in y el Check out.	Lograr que el proceso de check in/check out se haga rápidamente para que el huésped pueda hacer uso de las instalaciones o retiro del ecolodge	Realizar los procesos entre 5 y 10 minutos	A través de la encuesta de satisfacción preguntaremos si los procesos de Check in y Check out fueron hechos de forma ágil.

Producto: Preparación del plan media pensión
--

Etapa del proceso: El huésped asiste al desayuno y a la cena en el Lodge durante su estadía

Programa	Objetivos	Metas	Indicadores
Preparación del plan media pensión	Poder ofrecer en el desayuno y en la cena variables para los veganos, celíacos y vegetarianos	En el horario de la cena se debe solicitar como mínimo un menú alternativo	Asistencia de huéspedes con preferencias alimenticias (veganismo, vegetarianismo y celiaquismo)

Producto: Preparación de las habitaciones

Etapa del proceso: El alojamiento del huésped

Programa	Objetivos	Metas	Indicadores
Preparación de las habitaciones	Lograr que la habitaciones se hagan en el menor tiempo posible	Limpieza y arreglo de las habitaciones simples entre los 25 y 30 minutos y las habitaciones dobles entre los 30 y 35 .	Cronometrar el tiempo que se hacen las habitaciones de los huéspedes.

Producto: Servicios extras(Pileta, spa y excursiones)

Etapa del proceso: Hacer uso de las instalaciones del Ecolodge

Programa	Objetivos	Metas	Indicadores
----------	-----------	-------	-------------

Servicios extras	Lograr que los huéspedes utilicen los servicios complementarios del Ecolodge .	Cualquier huésped debe hacer uso de los servicios extras al menos vez durante su estadía	Se registrará la asistencia de los huéspedes
------------------	--	--	--



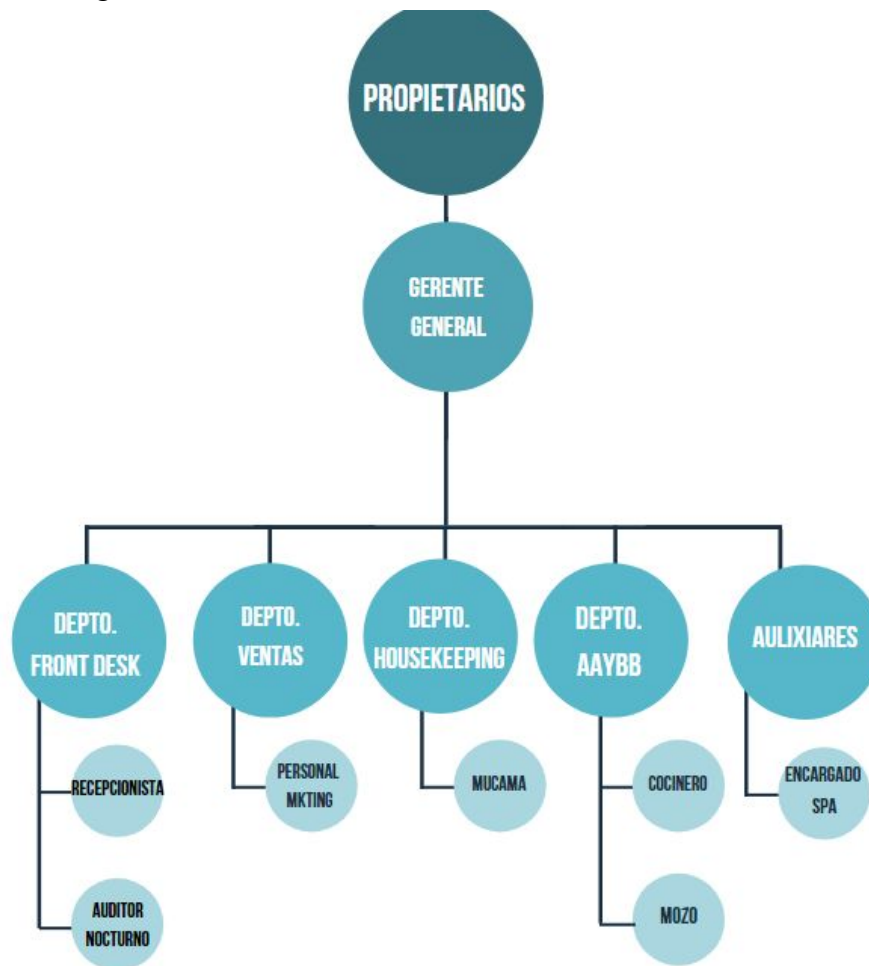
*Plan de
Recursos
Humanos*

6. Plan de Recursos Humanos.

6.1 Recursos Humanos.

6.1.1 Organigrama.

El organigrama nos representará de manera gráfica la estructura de “Condorito Ecolodge”, evidenciando así los diferentes rangos en nuestro negocio, sus actividades y sus respectivas interrelaciones. Teniendo esto en cuenta, el organigrama de “Condorito Ecolodge” es el siguiente:



Fuente: elaboración propia.

En cuanto al perfil de los puestos, debemos mencionar en primer instancia, a los **propietarios**. Los Propietarios son la máxima autoridad dentro del ecolodge y son los que se encargan del orden en todos los sectores del mismo. Deben de tomar decisiones en relación a la gestión del ecolodge y tienen la mayor responsabilidad en este establecimiento. Del mismo modo, su objeto principal es asegurar, conservar y sostener el bienestar general del ecolodge como para las partes interesadas.

Por otro lado, el **Gerente General** será el encargado de controlar y coordinar que las labores de los empleados sean ejecutadas en su totalidad con la mayor eficiencia posible. Será el responsable de gestionar y supervisar los distintos departamentos del ecolodge, tanto internos como externos, y lograr una comunicación entre los mismos. Asimismo,

deberá ser quien administre la contabilidad del ecolodge en su conjunto. Deberá tener una formación en el rubro hotelero (ya que hay una gran cantidad de institutos en relación a dicho rubro en esta zona).

Del mismo modo, el **Departamento de Front Desk**, está compuesto por recepcionistas y un auditor nocturno. Los mismos tendrán que tener experiencia en la atención al cliente, estar formados en el rubro hotelero, y tener el certificado oficial de la capacitación de la Agencia de Córdoba en idiomas del “Centro de Idiomas Joven” vía online, obligatoriamente haber completado el perteneciente al curso de inglés, y opcional el de portugués e italiano. Esta capacitación es de tres meses de forma remota y tras su finalización, se les entregará un certificado oficial otorgado por el ministerio de empleo y la Agencia de Córdoba. Decidimos implementar que esta capacitación sea un requisito para este puesto ya que es sumamente necesario que el recepcionista se pueda desenvolver idiomáticamente en caso de un arribo de un extranjero. Asimismo, el recepcionista debe de poseer una vocación de servicio sumado a una calidez en el trato para con los huéspedes. Asimismo, sus tareas serán, llevar a cabo el ingreso y egreso (check in y check out) de los huéspedes del ecolodge, así como también los cobros de las habitaciones, las reservas, y finalmente, deberán gestionar las incidencias que puedan llegar a surgir y dejar constancia de ello. El auditor nocturno, deberá realizar las tareas inherentes a la recepción, y del mismo modo, comprobar que los cobros se hayan efectuado correctamente, auditar el cierre de caja de todos los departamentos, y finalmente, imprimir los listados de ocupación para entregarlos a los departamentos que lo precisen.

El **Departamento de Ventas**, compuesto por el personal de Marketing, será quien deberá llevar a cabo la promoción del ecolodge en redes.

Por otro lado, el **Departamento de Housekeeping**, es uno de los departamentos más importantes del ecolodge, que estará formado por la mucama, quien llevará a cabo la limpieza general del ecolodge, tanto de las habitaciones como de las áreas comunes. Asimismo, tiene que informar a mantenimiento en caso de algún inconveniente en dichas áreas. También, los mismos trabajan al unísono con el área de lavandería, donde se realiza el proceso de limpieza de blancos (sábanas, toallas, toallones, etc.), así como los uniformes del personal y la ropa de los huéspedes.

Otro Departamento, es el de **Alimentos y Bebidas**, conformado por un cocinero y mozos, para la ejecución tanto del desayuno como de la cena que se le ofrece a los huéspedes. En cuanto los mozos, también deben de tener el certificado oficial de la capacitación de la Agencia de Córdoba en idiomas del “Centro de Idiomas Joven” vía online, obligatoriamente haber completado el perteneciente al curso de inglés, y opcional el de portugués e italiano. Del mismo modo, deben de estar formados en materia de gastronomía, y su responsabilidad principal es cubrir las necesidades gastronómicas de los huéspedes del ecolodge, así como, asegurar la calidad y un óptimo servicio. A su vez, deben controlar su stock de mercadería y chequear el estado de la misma.

Finalmente, los **Auxiliares**, contamos con personal del SPA, los cuales están aptos en el rubro, quienes se encargaran de brindar relajación y confort a los huéspedes que quieran disponer de este servicio.

Con el fin de que el organigrama esté alineado con optimizar los procesos y reducir costos de sueldos fijos, los socios del emprendimiento hotelero, van a desempeñarse realizando

las siguientes funciones: Encargada del spa, Personal de Marketing, Chef y Gerente General. A su vez, cabe destacar que con respecto a la auditoría (repcionista turno noche) se realizarán turnos rotativos de los mismos para cubrir ese puesto.

6.1.2 Plantilla de empleados.

TAREAS A REALIZAR (PERFIL DE PUESTO)	NÚMERO DE PERSONAS REQUERIDAS	NÚMERO DE HORAS	TURNOS
Recepcionista	3 personas	8 horas (c/u)	3 turnos
Mozo	1 persona	6/7 horas	2 turnos
Encargada del spa	1 persona	8 horas	2 turnos
Housekeeping	1 persona	7 horas	2 turnos
Cocinero	1 persona	8 horas	2 turnos
Personal de Marketing	1 persona	4 horas	2 turnos
Gerente General	1 persona	4 horas	2 turnos



Plan Financiero
DESDE 1999

7. Plan Financiero.

Cuando nos referimos al análisis financiero, estamos poniendo el foco en la interpretación de los datos financieros de Condorito Ecolodge para poder entender la situación actual de la organización y proyectar su desenvolvimiento a futuro. Por lo tanto en este punto, se va a desarrollar las ideas de: detalle de la inversión inicial en equipamiento, detalle del plan de financiación, análisis de la curva de estacionalidad, estimación de ventas, cálculos de los sueldos y cargas sociales del personal, cálculo del punto de equilibrio y cash flow. Cabe destacar, que la información detallada anteriormente se encuentra desarrollada en una planilla excel.

Sin embargo, hay algunos puntos a resaltar, tales como la elección del plan de financiación que es la Línea de Adquisición y Construcción de Inmuebles para Alojamientos Turísticos BNA (Banco Nacional Argentina). Elegimos esta línea de financiamiento debido a que en los primeros 3 años, hasta que el ecolodge esté bien posicionado, al ser una tasa del 15% anual queda una cuota accesible para pagar que no complica la rentabilidad del ecolodge. A partir del 4to año hasta el décimo, sigue siendo un crédito amortizable en función a la tasa de badlar + 4%. Para finalizar, cabe destacar que el capital de inversión de los socios se encuentra justificado por las siguientes razones: ahorros (a través de la renta de deptos.), aporte familiar, venta de inmuebles (auto marca Volkswagen Tiguan 2019) , herencia.
(Ver anexo 1)

A su vez, para realizar la curva de estacionalidad del destino y la estimación de ventas, se tomó como referencia la cantidad de visitantes que visitan Mina Clavero durante el año según Yvera.
(Ver anexo 2)

Por otro lado, para el cálculo de los sueldos y cargas sociales del personal, se tomó como referencia las remuneraciones indicadas en la página de UTHGRA octubre 2020 para CABA-La Plata debido a que para Córdoba no se encuentra actualizada desde el 2015.
(Ver anexo 3)

Para finalizar, con respecto al cash flow, hay algunas aclaraciones que quisiéramos hacer tales como: Para los costos de publicidad se tuvo en cuenta las fechas importantes (festivas) en las cuales, el hotel podría tener más impacto promocionandose con distintos eventos (ej. cena romántica de san valentin/ día de spa para el día de la madre). Asimismo, para los costos de capacitaciones, la empresa encargada de la realización de la huerta orgánica ofrece cursos para capacitar al personal, por lo tanto dependiendo la estación (otoño/invierno - primavera/verano) se van a realizar 2 capacitaciones al año para el personal encargado del mantenimiento, únicamente durante el primer año. Con respecto a los impuestos municipales (ABLS), provincial (Mi Renta) y valores de la luz (CLEMIC) se tomó en cuenta una factura de una persona propietaria de una construcción en la zona urbana, del mismo metraje, en Mina Clavero. Cabe destacar, que con respecto al valor

mensual de la luz, también, se consultó con un complejo de cabañas, dando un promedio entre los 2 presupuestos de \$3000.

Con el fin de hacer más rentable el negocio, nos dimos cuenta que a través de la inversión de equipamiento inicial, con la construcción de una huerta orgánica, el spa y el restaurante (abierto a todo el público y venta de viandas), podríamos generar ingresos extras que ayudarían a que nuestro emprendimiento hotelero sea viable. En el punto 4.4 Precio se detallo las comisiones de los importes de ingresos extras por estos servicios. Cabe destacar, que para el cálculo de los ingresos extras se toma el factor ocupacional a la mitad ya que consideramos que la mitad del factor ocupacional puede realizar algunos de los gastos de otros ingresos. Para finalizar, en referencias bibliográficas se detallaran los proveedores pertinentes a cada servicio.



*Referencias
Bibliográficas*

8. Referencias bibliográficas

- 123 Seguro (2020) *Seguros para tu comercio*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://chubb.123seguro.com.ar/cotizar-local/coberturas>
- A y P equipamientos. (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.aypequipamientos.com.ar/>
- Actualicese (2020). *Tabla de tarifas de honorarios profesionales para contadores públicos*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://actualicese.com/tabla-de-tarifas-de-honorarios-profesionales-para-contadores-publicos>
- Administración de Parques Nacionales. (2017). Plan de Gestión Parque Nacional Quebrada del Condorito. sib.gob.ar. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://sib.gob.ar/archivos/PG_PNQC_2017-2023__1_.pdf
- Administración de Parques Nacionales. (2019). PLAN DE USO PÚBLICO DEL PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en: https://sib.gob.ar/archivos/PLAN_DE_USO_PUBLICO_PNQC_-_ACTUALIZACION_2019.pdf
- Agencia Córdoba Turismo. (2015). PLAN DE GESTIÓN TURÍSTICA DE TRASLASIERRA SUR. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2015/03/PLAN-DE-GESTION-TURISTICA-TRSLA.pdf>
- Agüero, F (11 diciembre 2019). “Aviles asumió como titular de la Agencia de Córdoba Turismo junto a todo el gabinete”. Carlos Paz Vivo. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en: <https://www.carlospazvivo.com/aviles-asumio-como-titular-de-la-agencia-cordoba-turismo-junto-a-todo-el-gabinete/>
- Alarín Sistemas de Seguridad (2020). *Cercos eléctricos de seguridad*. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: www.cercoelectricocordoba.com
- Alianza Cordobesa de Yoga (2020). [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://alianzacordobesadeyoga.org/>
- Alkes (2018). *Videovigilancia* [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://alkes.com.ar/categoria-producto/videovigilancia/camaras-hd-1mpx-720p/>

- Ambientales, N. (2013, 4 noviembre). Córdoba: ceden nuevos lotes para el Parque Nacional Quebrada del Condorito. Noticias Ambientales. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://noticiasambientales.com/turismo/cordoba-ceden-nuevos-lotes-para-el-parque-nacional-quebrada-del-condorito/>
- Amenities Argentina (2020). *Venta de artículos de tocador para hoteles, clínicas, hospitales y líneas aéreas*. [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.amenitiesargentina.com.ar/>
- Amerian Hoteles. (2018). amerian. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.amerian.com/hotel/Amerian-Carlos-Paz-Apart-and-Suites/#el-hotel>
- Arredo. (2019). *crear hogar*. [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.arredo.com.ar/>
- Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina. (2017, junio). Reglamento de aplicación. hotelesmasverdes. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/wp-content/uploads/2018/07/Reglamento-de-aplicaci%C3%B3n>
- Aspectos Generales. (2019, 22 abril). Gobierno de Córdoba. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cba.gov.ar/provincia/aspectos-generales/>
- Banco Central de la Republica Argentina. (2020). Principales Variables. bcra.gov.ar. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: http://www.bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Principales_variables_datos.asp
- BANCOR. (2017, marzo). Desarrollo de la Banca Pública y Financiamiento
- Bedeline. (2020). *Equipamiento para SPA y Estética*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://bedeline.com.ar/shop/>
- Bidcom (2020). [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.bidcom.com.ar/>
- Bio Fogones Design (2018) *Mesa de Cemento y Fibra de vidrio*. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://biofogonesdesign.com.ar/product/mesa-de-cemento-y-fibra-de-vidrio/>
- Biobellus (2020). *Línea Profesional*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.biobellus.com/>

- Biodiversidad. (2019, 20 septiembre). Argentina.gob.ar. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/parquesnacionales/quebradadelcondorito/biodiversidad>
- Blastein (2017). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.blaisten.com.ar/>
- Brunetti Hermanos (2020). [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://brunetihermanos.com.ar/>
- Carestino. (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.carestino.com/>
- Casa Paso (2012). Librería Mayorista Casa Paso [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.libreriamayorista.com.ar/>
- Censos, E. D. D. Y. (2020). Economía. Dirección General de Estadística y Censos. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://estadistica.cba.gov.ar/economia/>
- Centro de Atención al Inversor. (2019). *Formas jurídicas para operar en el país*. buenosaires.gob.ar. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en: https://www.buenosaires.gob.ar/sites/gcaba/files/formas_juridicas_para_operar_en_el_pais.pdf
- Colucci Equipamiento (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.colucchiequipamiento.com.ar/>
- CONICET. (2019). SEGUNDA ENCUESTA NACIONAL SOBRE CREENCIAS Y ACTITUDES RELIGIOSAS EN ARGENTINA. ceil-conicet.gov.ar. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2019/11/ii25-2encuestacreenencias.pdf>
- Consejo Deliberante de Córdoba. (2020). Ordenanza de presupuesto participativo. gobierno abierto. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/media/datos/ORDENANZA_DE_PRESUPUESTO_PARTICIPATIVO
- Cooperativa Limitada de electricidad de Mina Clavero [CLEMIC] (2011). [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://clemic.com.ar/>
- Córdoba Turismo. (2019). Plan Estratégico de turismo sustentable. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.cordobaturismo.gov.ar/wp-content/uploads/2019/07/PETS2020.pdf>

- Córdoba turismo. (2020). Legislación turística y hotelera. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/legislacion-turistica-y-hotelera/>
- Córdoba Turismo. (2020). Qué hacer. [cordobaturismo.gov.ar](https://www.cordobaturismo.gov.ar). [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/que-hacer-en-cordoba/>
- Córdoba Turismo. (2020a). PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cordobaturismo.gov.ar/experiencia/visita-parque-nacional-quebrada-del-condorito/>
- Deco Factory (2020) [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.decofactory.com.ar/>
- Directorio de la Administración de Parques Nacionales (2019). PLAN DE USO PÚBLICO DEL PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO. Córdoba. Argentina [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020]
- Distribuidora Alberto (2020). *Distribuidora en Cordoba*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.distribuidoraalberto.com/>
- Distribuidora Verona (2020). *Food Broker en Córdoba*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://distribuidoraverona.business.site/>
- Ecolodge. (2019). *CRONOGRAMA DE PAGO DE CONSTRUCCIÓN*. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.ecolodge.com.ar/costos>
- Ecología Tandil (2020). *Combo De Productos De Limpieza. Mercadolibre*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-840782974-combo-de-productos-de-limpieza-detalle-en-descripcion-_JM?matt_tool=45947256&matt_word=&matt_source=google&matt_campaign_id=6754508053&matt_ad_group_id=80606468598&matt_match_type=&matt_network=u&matt_device=c&matt_creative=388756677788&matt_keyword=&matt_ad_position=&matt_ad_type=&matt_merchant_id=182860761&matt_product_id=MLA840782974&matt_product_partition_id=498532807912&matt_target_id=pla-498532807912&gclid=EAIAIQobChMIy_u146L37AIVDg6RCh2rqApbEAYYASABEgKwOvD_BwE
- El Japonés (2020). *Tienda*. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://eljapones.net/tienda/>
- Estévez, R. (2012, 28 agosto). Ecolodge, experiencias desde el corazón de la Naturaleza. *ecointeligencia*. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020]

- Disponible en :
<https://www.ecointeligencia.com/2012/08/ecolodge-turismo-corazon-naturaleza/>
- Extintores Yukon (2020). *Matafuegos* [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://www.yukonargentina.com.ar/>
 - Farmacity (2020). [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.farmacity.com/>
 - Freevoip (2020). *Telecomunicaciones*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.freevoip.com.ar/>
 - GA.MA Italy (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.gamaitaly.com.ar/>
 - Gobernador. (2019, 9 octubre). Gobierno de Córdoba. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cba.gov.ar/institucional/gobernadorenejercicio/>
 - Gobierno Argentina (2020). *Calculador módulos para IGJ*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/justicia/igj/calculador-modulos#>
 - Grupo Arredobagno S.A. (2020). *Bañeras* [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://hidromasajesweb.com.ar/categoria-producto/baneras/?orderby=price>
 - Herman, G. (2019, 31 julio). Parques Nacionales: el motor del turismo argentino. Clarín. [Fecha de Consulta 29 de Septiembre de 2020]. Disponible en: https://www.clarin.com/sociedad/parques-nacionales-motor-turismoargentino_0_hvBM0f_eK.html
 - Hotel Amerian Portal del Iguazú. (2020). Nosotros. portal del iguazu. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.portaldeliguazu.com/nosotros/>
 - Hotel Tierra Sagrada. (2020). Tierra Sagrada. tierra sagrada. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://tierrasagrada.com.ar/>
 - Hoteles Certificados | Hoteles más Verdes. (2019). hoteles más verdes. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en :<http://www.hotelesmasverdes.com.ar/hoteles+certificados/>
 - INDEC. (2010). Dirección general de estadísticas y censos. datos estadística. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://datosestadistica.cba.gov.ar/dataset/eaab30e4-d400-465d-bf53-e9094558f3d2/resource/61ead3ab-c142-4f30-9e86-d291ff63848b/download/desd_cn2010_san_alberto_mina-clavero.pdf

- INEDEC. (2017). Hábitos de consumo. defensorcordoba.org.ar. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: https://www.defensorcordoba.org.ar/archivos/publicaciones/2018-1-9-13.1.46.674_GaleriaArchivo.pdf
- Informe diario de casos y medidas. (2020, 2 septiembre). Gobierno de Córdoba. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cba.gov.ar/informe-diario-de-casos-y-medidas/>
- Inmobiliaria Villa Brochero. (2019). Campo 3 has en camino de las Altas Cumbres, de fácil acceso. villa brochero. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en: http://www.villabrochero.com.ar/Campos-o-Chacras-en-Venta-en-Mina-Clavero-ruta-34-km-9.2-100_SP1155524
- Inmobiliaria Villa Cura Brochero. (2020). *Campos o Chacras en Venta en Mina Clavero*. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: http://www.villabrochero.com.ar/Campos-o-Chacras-en-Venta-en-Mina-Clavero-ruta-34-km-9.2-100_SP1155524
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2020). Informe de avance del nivel de actividad. indec. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/pib_06_20CCD52DCD54.pdf
- Ivess (2020). Somos el agua [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.somoselagua.com.ar/dispenser-frio-calor/>
- Jefatura de Gabinetes de Ministros de Argentina. (2018, febrero). Radiografía del trabajo argentino. argentina.gob.ar. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/radiografia_del_trabajo_argentino_-_febrero_2018_final_para_pdf.pdf
- Jueguen, F. (29 de junio de 2020). “Abril. La economía se desplomó un 26,4% y anotó la mayor caída de la historia”. La Nación. [Fecha de consulta 2 de Octubre de 2020] Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/economia/crisis-con-fuertes-restricciones-economia-se-desplomo-nid2387807>
- L.A.G. (2016, 11 diciembre). Turismo Sustentable. UNDP. [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en : <https://www.undp.org/content/dam/argentina/Publications/Energia%20y%20Desarrollo%20Sostenible/Libro%20Estrategia%20de%20Turismo%20Sustentable%20-%20versi%C3%B3n%20PDF.pdf>

- La Posta Hotel. (2019). la posta hotel. [Fecha de consulta 25 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://lapostahotel.com.ar/index.html>
- Ledesma (2020) [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://ledesma.com/>
- Legislación provincial de Córdoba. (2001, 14 septiembre). CONSTITUCIÓN DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA Y SU REFORMA SANCIONADA CON FECHA 14.09.01. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: [web2.cba.gov. http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/%28vLeyesxNro%29/](http://web2.cba.gov.ar/web/leyes.nsf/%28vLeyesxNro%29/)
- Los incendios forestales quemaron más de 40.000 hectáreas en Córdoba. (2020, 1 septiembre). Télam - Agencia Nacional de Noticias. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.telam.com.ar/notas/202009/509016-los-incendios-forestales-quemaron-mas-de-40000-hectareas-en-cordoba.html>
- Make Camillas (2020). *Catálogo Virtual*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://makecamillas.com/catalogo-virtual/>
- Master Supply (2020). [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.mastersupply.com.ar/>
- Materialitica (2020). Zeto. [Fecha de consulta 09 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://www.materialitica.com.ar/materialitica-zeto-banquito.htm>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2020). Estimaciones Agrícolas. datos estimaciones. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://datosestimaciones.magyp.gob.ar/>
- Ministerio de Ciencia y Tecnología. (2020, 11 agosto). Gobierno de Córdoba. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.cba.gov.ar/reparticion/ministerio-de-ciencia-y-tecnologia/?view=institucional>
- Ministerio de Justicia y Derechos Humanos. (2005, 5 enero). LEY NACIONAL DE TURISMO Ley 25. InfoLeg. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/norma.htm>
- Ministerio de Salud de la provincia de Córdoba. (2010). Indicadores demográficos. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: [cba.gov.ar. https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/12/Indicadores-demogr%C3%A1ficos.pdf](https://www.cba.gov.ar/wp-content/4p96humuzp/2012/12/Indicadores-demogr%C3%A1ficos.pdf)

- Moda de casa (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.modadecasa.com/>
- Morales, M. E. (2018). La ventaja competitiva en la aplicación de estrategias de marketing ecológico en la industria hotelera en Latinoamérica. Repositorio digital de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo. [Fecha de Consulta 29 de Septiembre de 2020]. Disponible en: <http://201.159.223.2/handle/123456789/2399>
- Movistar (2020). [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.movistar.com.ar/>
- Mundo Techos Córdoba (2020). *Facebook*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: https://www.facebook.com/Mundo-Techos-C%C3%B3rdoba-238198193679031/photos/?ref=page_internal
- Municipalidad Ciudad de Córdoba. (2012, julio). CÓRDOBA UNA CIUDAD EN CIFRAS. gobiernoabierto.cordoba.gov.ar. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: https://gobiernoabierto.cordoba.gov.ar/media/datos/C%C3%B3rdoba_una_ciudad_en_cifras_2012.pdf
- Municipalidad de Mina Clavero (2020). *Guía de Trámites*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://www.minaclavero.gov.ar/guiatramites.php#36>
- Oportutek (2018). *Tecnología para crecer*. [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://oportutek.com/>
- Organización Mundial del Turismo (2019), Definiciones de turismo de la OMT, OMT, Madrid, [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en : DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
- PARQUE NACIONAL QUEBRADA DEL CONDORITO - 2019. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en: https://sib.gob.ar/archivos/PLAN_DE_USO_PUBLICO_PNQC_-_ACTUALIZACION_2019.pdf
- Peixe (2020) [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.peixe.com.ar/>
- Philips (2020). [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.philips.com.ar/>
- Pinares del Cerro Villa Carlos Paz Hotel Córdoba. (2020). pinaresdelcerro.com.ar. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.pinaresdelcerro.com.ar/>

- Pla, B. (2019, 25 julio). Articulación, transferencia e innovación científica. Ministerio de Ciencia y Tecnología - Córdoba. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://mincyt.cba.gov.ar/articulacion-transferencia-e-innovacion-cientifica/>
- Poder Ejecutivo. (1980, 12 diciembre). Ley 22351/1980. argentinagob. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-22351-16299>
- Presupuesto Participativo - Municipalidad de Córdoba. (2019). modernizacionmunicba. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://modernizacionmunicba.github.io/presupuestos-de-cordoba/presupuesto-participativo.html>
- Reyna, J. E. (2020, 12 abril). Según el Banco Mundial, la economía argentina caerá más del 5% este año. La Voz. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/politica/segun-banco-mundial-economia-argentina-caera-mas-del-5-este-ano>
- Rodríguez Groves, V., & Peyroti, G. (2004). Plan de Manejo del Parque Nacional Quebrada de Condorito (pp. 13 - 14). Córdoba, Argentina. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020]
- Rodríguez, G. (2011). Quebrada del Condorito - Clima. [Fecha de consulta 2 de Octubre de 2020] Disponible en: <http://www.patrimoniounatural.com/HTML/provincias/cordoba/quebradadelcondorito/clima.asp>
- Ratur Viajes (2020). Trekking PN Quebrada del Condorito. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://raturviajes.com.ar/tours/p-n-quebrada-del-condorito>
- Samsung (2020) [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.samsung.com/ar/>
- SECRETARIA DE ESTADO DE DEPORTES Y TURISMO. (1970, 6 noviembre). Ley Nacional de Hotelería. bahiagob. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <http://bahia.gob.ar/subidos/turismo/legislacion/Ley-Nacional-de-Hoteleria-y-decreto-reglamentario>
- Seguros 911 (2020). Seguro de ART. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.seguros911.com.ar/art/cuanto-cuesta-el-seguro-de-art/#:~:text=Para%20el%20sector%20Comercio%20el,90%25%20de%20la%20masa%20salarial.>

- Serrano, S. G. (2011). el turismo en áreas protegidas como medio para lograr un desarrollo sustentable. Universidad de Mar del Plata. [Fecha de Consulta 29 de Septiembre de 2020]. Disponible en: http://nulan.mdp.edu.ar/1541/1/serrano_sg.pdf
- Simmons. (2020). *store*. [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.simmons.com.ar/>
- Sobre Meliá - Web corporativa oficial de Meliá. (2020). meliahotelsinternational. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://www.meliahotelsinternational.com/es/perfil-compania/sobre-nosotros/sobre-melia>
- Tecnología -. (2020, 7 agosto). Ceprocór. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: <https://ceprocor.cba.gov.ar/paquete-tecnologico/>
- Territorial. cepal.org. [Fecha de consulta 30 de Septiembre de 2020] Disponible en: https://www.cepal.org/sites/default/files/document/files/ppt_sosa.pdf
- Textil Wilde (2018). Fabrica de Manteles Cortinas Almohadones [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <http://www.textilwilde.com/listadepreciosmayorista.htm>
- Tienda FC (2020). *Muebles y Deco para el hogar* [Fecha de consulta 08 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.tienda.fc.com/>
- Tinta, R. (2019, 19 julio). Las deficiencias de la salud pública llegaron a la Justicia. La tinta. [Fecha de consulta 20 de septiembre de 2020] Disponible en: <https://latinta.com.ar/2019/07/deficiencias-salud-publica-justicia/>
- Todo Grifería (2020). *Grifería y artículos para el hogar* [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://www.todogriferia.com/>
- Tolosa, M. (2017, 15 febrero). Análisis Fundamental Meliá Hotels ¿Cómo le afecta el crecimiento del turismo? Rankia. [Fecha de consulta 25 de septiembre de 2020] Disponible en: [https://www.rankia.com/blog/bolsa-al-dia/3476428-analisis-fundamental-melia-hotels-como-afecta-crecimiento-turismo#:~:text=Para%20comenzar%20con%20la%20valoraci%C3%B3n,externa%20\(amenazas%20y%20oportunidades\).](https://www.rankia.com/blog/bolsa-al-dia/3476428-analisis-fundamental-melia-hotels-como-afecta-crecimiento-turismo#:~:text=Para%20comenzar%20con%20la%20valoraci%C3%B3n,externa%20(amenazas%20y%20oportunidades).)
- TSS Group (2020). *Tecnología aplicada en seguridad y salud*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en: <https://tss.com.ar/>
- Turismo Mix (2020). Alquiler de combis [Fecha de consulta 21 de Octubre de 2020] Disponible en: <https://turismomix.com.ar/>

- UCOOPGAS (2020). [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en:
<https://www.ucoopgas.com.ar/>
- UTHGRA (Octubre 2020) *Escala Salarial*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en:
<http://www.uthgra.org.ar/wp-content/uploads/2020/11/Escalas-Salarial-OCTUBRE-2020-CABA-GBA-Y-LA-PLATA-FEHGRA.pdf>
- Verde – Palo Santo Hotel. (2015, 19 mayo). palo [Fecha de consulta 29 de Septiembre de 2020] Disponible en:
<https://www.palosantohotel.com/index.php/es/portfolio-item/verde/>
- Whirlpool (2020). [Fecha de consulta 07 de Noviembre de 2020] Disponible en:
<https://www.whirlpoolstore.com.ar/>
- YVERA - Subsecretaría de desarrollo estratégico. (2019). TURISMO INTERNO 2019 - Córdoba. PERFIL DEL TURISTA INTERNO EN CÓRDOBA. [Fecha de consulta 1 de Octubre de 2020] Disponible en:
<https://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/5f3d9300a4903304077768.pdf>
- ZENSaciones (2020). *Facebook*. [Fecha de consulta 10 de Noviembre de 2020] Disponible en:
<https://www.facebook.com/pages/category/Message-Service/ZENSaciones-Masajes-800871233346738/>



9. Anexos

Anexo 1:

Línea de Adquisición y Construcción de Inmuebles para Alojamiento Turísticos

Beneficiarios	Micro, pequeñas y medianas empresas según resolución 24/2001 de la SSEPyMEyDR y modificatorias, en funcionamiento, cuya actividad principal sea Alojamiento hotelero y para-hotelero : comprende servicios de alojamiento en hoteles y otras residencias de alojamiento temporal (excepto por hora), incluye hospedaje en ámbitos rurales, albergues juveniles y apartamentos.
Destino	Adquisición y construcción de inmuebles con fines de alojamiento turístico hotelero y para-hotelero.
Monto Máximo	\$ 30.000.000.-
Plazo	Plazo máximo de hasta 10 años.
Tasa de interés	<ul style="list-style-type: none"> - Para los primeros 3 años: 15 % tasa nominal anual - Para el resto del plazo (hasta 10 años): BADLAR* + 4 puntos porcentuales anuales. (para clientes integrales del Banco) <p>ADICIONALMENTE EL MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN BONIFICARÁ 2, 3 o 4 puntos en función de la evaluación del proyecto.</p>
Garantías	A satisfacción del Banco.

(*) Se aplicará BADLAR Total en pesos que publica el BCRA, correspondiente a 5 días hábiles anteriores al inicio del periodo y la tasa resultante se mantendrá sin variaciones durante todo el periodo (mes, trimestre o semestre). Para el periodo siguiente de intereses se procederá de igual manera y así sucesivamente.

Consultas:

Sucursales del BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA

Casa Matriz: Bartolomé Mitre 326 C1036AAF – Ciudad de Buenos Aires

Teléfono: 4347-6000

Página web: www.bna.com.ar

Anexo 2:

Cuadro 9. Habitaciones y/o unidades y plazas disponibles, ocupadas, y tasa de ocupación por localidad de destino. Total del país. Enero de 2019

Localidad	Habitaciones y/o unidades*				Plazas*			
	Disponibles		Tasa de ocupación fines de semana		Disponibles		Tasa de ocupación fines de semana	
	Habitaciones	Ocupadas	%	%	Plazas	Ocupadas	%	%
Región Buenos Aires								
Bahía Blanca	21.886	9.270	42,4	40,6	50.933	15.652	30,7	32,8
Mar del Plata	565.358	311.719	55,1	70,0	1.463.497	749.562	51,2	63,9
Pinamar	147.870	99.568	67,3	79,0	449.903	251.585	55,9	65,7
Tandil	35.507	16.577	46,7	55,7	131.358	44.627	34,0	41,0
Villa Gesell	208.940	140.492	67,2	74,8	611.940	369.081	60,3	67,1
Región CABA								
CABA	883.702	462.114	52,3	53,0	2.072.903	857.999	41,4	43,2
Región Córdoba								
Ciudad de Córdoba	94.550	36.823	38,9	49,2	224.316	77.150	34,4	42,9
La Falda	64.356	38.625	60,0	73,7	182.187	96.924	53,2	66,4
Miramar	11.346	7.618	67,1	93,0	32.829	19.506	59,4	85,8
Mina Clavero	41.261	29.374	71,2	83,4	136.028	92.661	68,1	76,2
Río Cuarto	18.321	8.324	45,4	63,8	46.686	18.311	39,2	57,5
Villa Carlos Paz	175.634	119.674	68,1	87,3	502.767	317.327	63,1	79,5
Villa General Belgrano	37.138	28.450	76,6	83,1	120.063	81.207	67,6	72,5

Cuadro 8. Viajeros hospedados, pernотaciones y estadía promedio por condición de residencia, según localidad de destino. Total del país. Enero de 2019

Localidad	Viajeros hospedados*			Pernотaciones*			Estadía promedio*		
	Total	Residentes	No residentes	Total	Residentes	No residentes	Total	Residentes	No residentes
	Viajeros			Noches			Noches		
Región Buenos Aires									
Bahía Blanca	11.163	10.418	745	15.652	14.441	1.211	1,4	1,4	1,6
Mar del Plata	203.565	201.657	1.908	749.562	744.418	5.144	3,7	3,7	2,7
Pinamar	50.496	50.192	304 (°)	251.585	250.600	985	5,0	5,0	3,2
Tandil	17.157	17.044	113	44.627	44.266	361 (°)	2,6	2,6	3,2
Villa Gesell	112.462	112.096	366 (°)	369.081	367.721	1.360 (°)	3,3	3,3	3,7
Región CABA									
CABA	374.934	158.212	216.722	857.999	346.636	511.363	2,3	2,2	2,4
Región Córdoba									
Ciudad de Córdoba	35.193	29.030	6.163	77.150	63.696	13.454	2,2	2,2	2,2
La Falda	22.192	22.071	121 (°)	96.924	96.111	813 (°)	4,4	4,4	6,7
Miramar	7.011	7.011	///	19.506	19.506	///	2,8	2,8	///
Mina Clavero	23.758	23.621	137 (°)	92.661	92.197	464 (°)	3,9	3,9	3,4
Río Cuarto	11.897	11.602	295	18.311	17.940	371	1,5	1,5	1,3
Villa Carlos Paz	83.293	82.918	375 (°)	317.327	312.707	4.620 (°)	3,8	3,8	12,3 (°)
Villa General Belgrano	20.400	20.209	191 (°)	81.207	80.732	475 (°)	4,0	4,0	2,5

Anexo estadístico

Cuadro 2. Pernотaciones y viajeros hospedados. Total del país. Enero 2018-enero 2019

Mes	Pernотaciones		Viajeros hospedados	
	Noches	Var. i.a.	Viajeros	Var. i.a.
	Noches	%	Viajeros	%
Año 2018	48.492.503	1,0	20.610.241	-1,1
Enero	6.108.961	1,2	2.223.677	1,3
Febrero	5.445.698	2,2	2.061.552	1,9
Marzo	4.368.737	15,9	1.873.848	11,1
Abril	3.411.193	1,4	1.562.139	0,1
Mayo	2.868.791	5,3	1.363.141	2,1
Junio	2.624.149	-5,4	1.223.417	-8,5
Julio	4.541.421	-3,4	1.874.048	-5,3
Agosto	3.681.004	0,7	1.590.443	-1,1
Septiembre	3.748.945	-1,4	1.640.786	-3,3
Octubre	3.975.106	-0,7	1.770.802	-2,1
Noviembre	3.962.640	-2,4	1.786.030	-5,8
Diciembre	3.755.858	-1,2	1.640.358	-4,3
Año 2019*	///	///	///	///
Enero*	5.921.653	-3,1	2.249.614	1,2

Anexo 3:

C.C.T 389/04 (UTHGRA – FEHGRA)						
ESCALA SALARIAL			C.A.B.A, GRAN BUENOS AIRES Y LA PLATA			
SUELDOS CORRESPONDIENTES PERIODO I OCTUBRE 2020						
HOTELES	1 Estrella	2 Estrellas	3 Estrellas	4 Estrellas	Categoría Especial	
RESTAURANT			Categoría 'B'	Categoría 'A'		
CAFÉ – BAR – CONFITERÍAS	'C' 1 Copa	'B' 2 Copas	'A' 3 Copas		'A' Especial	
CATEGORÍA 1						
Cadetes – Portería – Frutero – Portero Peones – Peones Generales Toilitero – Transporte – Comisionista Lavacopas – Guardarropista Ascensorista de Servicios – Groom	\$30.229	\$30.926	\$31.683	\$32.786	\$36.830	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 2						
Montaplato de cocina – Ascensorista – Cadete Portería – Bagajista – Sereno Vigilador Mensajero – ½ Oficial Auxiliar de Recepción Foguista – Encerador de pisos – Mozo mostrador Auxiliar recibidor de mercadería Engrasador – Centrifugador – Estuferas Jardinero – Cobrador – Empaquetador – Repartidor Delivery – Auxiliar administrativo	\$31.981	\$32.971	\$33.642	\$34.821	\$39.103	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 3						
Ayudante de Panadero - Ayudante de cocina Ayudante de barman – Ayudante de fiambrero Capataz de peones – Gambucero – Comis Comis de vinos – Comis de comedor de niños Empleado administrativo – Recibidor de mercadería Planchadora – Lencera – Lavandera Capataz de peones gales. - Mozo de personal Mozo de mostrador de atención al cliente	\$33.544	\$35.052	\$36.022	\$37.261	\$40.966	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 4						
½ Oficial – Panadero – Mucamas – Vallet portero Telefonista – Encargado de depósito e inventario Oficial de oficios varios – Chofer y/o garagista – bodeguero Capataz comedor de administración – Cocktelero Planchadora a mano – Sandwichero y minuterero	\$35.337	\$36.472	\$37.162	\$39.190	\$43.479	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 5						
Comis de cocina – Oficial panadero – Jefe telefonista Cuenta corrientista – Cajero comedor – Ayudante contador Adicionista comedor – Capataz – Encargado de seccion Fichero – Guardavida – Empleado principal administrativo Comis de suite – Fiambre despacho – Cajero adicionista Portero – Fiambrero o sandwichero principal Cajero y/o fichero – Adicionista Empleado principal técnico especialista (DJ- iluminación – sonido)	\$36.957	\$37.947	\$38.799	\$41.399	\$45.272	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 6						
Jefe de partida – Cocinero – Mozo de salón – Mozo de vinos Camareros/as – Gobernanta – Conserje principal Empleado principal administrativo – Recepcionista Barman – Mozo de piso – Maitre de niños – Postero Chef de brigada – Jefe de compras y ventas Rotisero – Jefe de brigada – Maestro de pala pizzero Maestro facturero – Maestro pastelero – Masajista Capataz o encargado – parrillero – Capataz de sala Mozo comedor de niños	\$39.431	\$40.809	\$42.258	\$43.643	\$46.535	NUEVO BASICO
CATEGORÍA 7						
Jefe de brigada – Gobernanta principal – Maitre principal Conserje principal – Jefe de recepción – Jefe de conserjería Jefe técnico especial de oficio			\$46.946	\$56.183	\$60.137	NUEVO BASICO