

TRABAJO DE INVESTIGACION FINAL

Estancia “La Valentina”

Autor/es:

Cabrera, Dafne Belén. LU: 1103097

Fleytas, Milagros del Rosario. LU: 1103977

Matas Ferrari, Sebastian. LU: 1104138

Rosa, Camila. LU: 1103459

Sosa, Tamara Emma. LU: 1103635

Carrera:

Licenciatura en Turismo y Hotelería

Tutor:

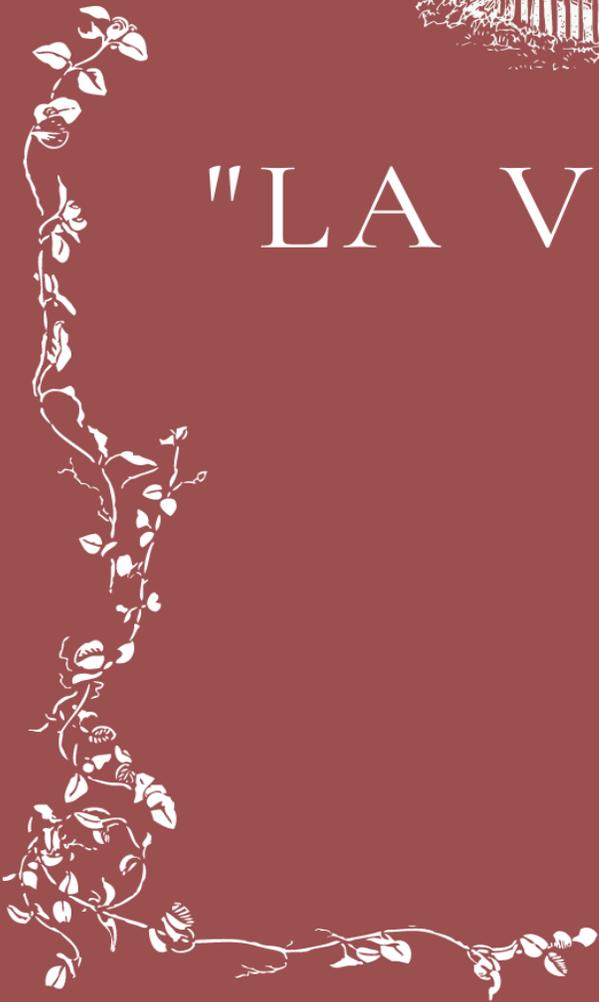
Lic. Julieta Pelaez Carnevale – Lic. Fabrizio Scalfino

Año: 2021

ESTANCIA



"LA VALENTINA"



Índice

Agradecimientos.....	5
Idea de negocio	7
1.1 Análisis de las oportunidades de negocio	7
1.1.1 Análisis del escenario.	7
Covid 19 y su impacto en el turismo	7
Decretos y leyes con impacto en el turismo	9
Una nueva forma de hacer turismo	10
Una oportunidad de negocio.....	11
1.1.2 Proyección del escenario en el corto y mediano plazo.	15
1.2 Idea de negocio, productos y servicios.....	16
1.3 Localización	16
1.3.1 Características del destino turístico elegido o sitio de asentamiento del negocio.	16
1.3.2 Elección y valoración del destino turístico	20
1.3.3 Matriz de valoración de servicios de destino	21
1.4 Forma jurídica.....	22
1.5 Procedimiento para la habilitación del proyecto.....	23
Análisis del ambiente de negocios y mercado	31
2.1 Entorno de negocio.....	31
2.1.1 Análisis PESTAL.....	31
Político:.....	31
Económico:.....	32
Social:	34
Tecnológico:	35
Ambiental:	35
Legal:.....	36
2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales	37
Análisis FODA de nuestra organización	43
Plan de Marketing.....	47
3.1 Segmentos.....	47
3.2 Objetivos comerciales	48
3.3 Producto	49
3.3.2 Necesidad que satisface.....	57

3.3.3 Estrategia según ANSOFF	57
3.4 Precio	58
Plan de Comunicación	59
3.5 Cronograma de ejecución	62
3.5.1 Plataformas	64
Comercialización	75
Plan operativo	77
4.1 Proceso de reserva online (Front)	77
4.2 Proceso de reserva	78
4.3 Proceso de back	79
4.4 Proceso de servicio de alojamiento	80
4.5 Proceso de servicio día de campo	81
4.5 Operaciones críticas	83
4.6 Sistema de calidad de servicio	84
5.1 Recursos Humanos	87
5.1.1 Organigrama de la Empresa	87
5.1.2 Plantilla de empleados	88
5.1.3 Plan de capacitación para el personal	91
5.1.4 Fuentes de Reclutamiento	93
6. Financiación	96
6.1 Detalles de Inversión	96
6.2 Financiamiento	103
6.3 Curva de estacionalidad	105
6.4 Estimación de Ventas	107
6.5 Cashflow	110
Bibliografía	113
ANEXOS	115
Encuesta	115
Presupuesto del Seguro	118
Mail Infraestructura	119

Agradecimientos

Antes de comenzar con el presente trabajo, deseamos expresar nuestros más profundos agradecimientos a la **Licenciada Julieta Peláez Carnevale** y el **Licenciado Fabrizio Scalfino**, quienes fueron nuestros profesores y tutores durante toda la formulación del proyecto.

Deseamos hacer hincapié en la **Licenciada Peláez**, quien estuvo presente desde el primer momento. Fue quien nos ayudó, corrigió y alentó durante todo el proceso de creación del presente trabajo. Nos transmitió sin escatimar sus enseñanzas y experiencias para que, como futuros profesionales, poseamos las herramientas necesarias.

Además, queremos extender esos agradecimientos a nuestros padres quienes nos han apoyado y brindado las oportunidades para realizar la carrera. También, agradecemos a nuestra familia y amigos quienes estuvieron incondicionalmente alentándonos y sosteniéndonos.

Por último, queremos dejar constancia de que la inspiración y motivación de este trabajo surge de Valentina, quien fue una mascota sin precedentes que ha marcado a todos los integrantes del grupo.

Gracias Valen por llenarnos de amor durante tantos años, realizar este trabajo nos hizo sentirte un poquito más cerca de nosotros.

Definición del negocio



Idea de negocio

1.1 Análisis de las oportunidades de negocio

1.1.1 Análisis del escenario.

Covid 19 y su impacto en el turismo

Desde el año 2020 hasta lo que llevamos del año 2021, a nivel mundial se está viviendo una gran crisis sanitaria a causa del virus COVID-19. Debido a la pandemia, los gobiernos de los diferentes países se vieron obligados a tomar diversas medidas con el objetivo de proteger la salud pública y poder controlar al virus. Sin embargo, y como consecuencia de estas diferentes medidas, la economía se vio fuertemente afectada, haciendo que muchas pequeñas y medianas empresas tuvieran que cerrar sus puertas, dejando a millones de personas sin empleo. Es esta misma inestabilidad económica la que provoca muchas dudas a la hora de plantearse la idea de generar un nuevo negocio.

En Argentina algunos de los sectores más afectados a causa del COVID-19 fueron los turísticos y gastronómicos. Como establece el INDEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), en su análisis sobre el turismo internacional en relación con el mes de junio y el segundo trimestre del 2021, “El turismo es una de las actividades económicas que más sufrieron el impacto de la crisis, como lo reflejan los indicadores asociados a la ETI y a la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)” (2021, p.7). En el siguiente cuadro, correspondiente a las Estadísticas del INDEC sobre Turismo Internacional se puede ver las variaciones que sufrió el turismo tanto emisoro como receptoro desde enero-2020 hasta junio-2021.

Período	Turistas no residentes	Variación interanual	Turistas residentes	Variación interanual	Saldo
	Miles	%	Miles	%	Miles de turistas
Año 2020* (¹) (²)	625,5	-77,0	750,3	-76,8	-124,8
Total primer semestre*	594,5	-56,3	638,9	-62,9	-44,5
Enero	283,8	-6,3	242,3	-16,2	41,5
Febrero	213,3	4,9	286,0	-12,1	-72,7
Marzo (²)	97,3	-59,0	110,6	-64,2	-13,3
Abril (²)	0,0	-100,0	0,0	-100,0	0,0
Mayo (²)	0,0	-100,0	0,0	-100,0	0,0
Junio (²)	0,0	-100,0	0,0	-100,0	0,0
Julio (²)	1,0	-99,6	3,5	-98,6	-2,6
Agosto (¹) (²)	1,6	-99,2	3,5	-98,8	-1,8
Septiembre (¹) (²)	2,6	-98,7	8,8	-96,8	-6,2
Octubre (¹) (²)	3,5	-98,3	14,8	-94,5	-11,4
Noviembre (¹) (²)	7,3	-96,9	28,3	-87,2	-20,9
Diciembre (¹) (²)	15,1	-94,5	52,5	-73,2	-37,4
Año 2021* (¹) (²)	///	///	///	///	///
Total primer semestre*	67,1	-88,7	262,9	-58,8	-195,8
Enero (¹) (²)	21,1	-92,6	59,0	-75,6	-38,0
Febrero (¹) (²)	11,1	-94,8	57,4	-79,9	-46,3
Marzo (¹) (²)	13,1	-86,5	52,5	-52,5	-39,4
Abril (²)	9,9	///	27,9	///	-18,0
Mayo (²)	6,7	///	29,5	///	-22,8
Junio (²)	5,3	///	36,5	///	-31,3

(¹) Ver nota al pie de la página 5.

(²) Ver "Nota aclaratoria sobre la metodología. Marzo 2020-junio 2021" en la página 15.

Nota: los totales por suma pueden no coincidir por redondeo en las cifras parciales.

Fuente: INDEC, Dirección de Estadísticas Básicas de la Balanza de Pagos.

Lo que podemos observar en el cuadro, con respecto a los turistas no residentes o denominado “turismo receptivo”, podemos ver como durante el primer trimestre del año 2020 en Argentina, hubo un total de 594,5 miles de turistas que ingresaron al país. Sin embargo, hay que tener en cuenta que durante los meses de abril a junio el número de turistas ingresantes fue cero. Para el segundo semestre del año 2020 vemos un total de 31,1 miles de turistas que ingresaron al país. En comparación al primer semestre, podemos ver entonces, que hay un saldo negativo de 563,4 miles de turistas ingresantes. Por otro lado, durante el primer semestre del 2021, se vio un total de 67,1 miles de turistas que ingresaron al país. Podemos ver entonces como el número respecto al segundo semestre fue más del doble.

En cuanto lo referente al turismo emisor, expresado en el cuadro como turistas residentes, podemos ver como durante el primer semestre del año 2020 el total de argentinos que salieron del país fue de 638,9. En relación con este número, hay que tener en cuenta que al igual que en el turismo receptivo tampoco hubo salidas del país entre los meses de abril y junio. En lo que respecta al segundo semestre, podemos ver un total de 111,4 turistas que viajaron al exterior. Con estos números, se puede observar un saldo negativo de 527,5 miles de turistas en relación con la primera mitad del año 2020. Por otro lado, en cuanto al primer semestre del año 2021 observamos que hubo un total de 262,9 miles de argentinos que viajaron al

exterior. Podemos ver entonces cómo al igual que con el turismo receptivo, en el emisor también se dio un aumento de más de la mitad de los argentinos que salieron del país.

A la hora de analizar este cuadro hay que tener en cuenta dos factores importantes. Primeramente, que estas estadísticas realizadas por el INDEC sólo abarcan el flujo de turistas emisivos y receptivos que ingresaron y salieron del país por el Aeropuerto Internacional Jorge Newberry y el Aeropuerto Internacional de Ezeiza. Por otro lado, no hay que olvidar que estas estadísticas se realizaron entre los años 2020 y 2021, siendo estos muy particulares, ya que se está atravesando una pandemia mundial a causa del COVID-19. Es por esta razón, que vemos como se dio un fenómeno muy particular y jamás antes visto en el que durante los meses de abril y junio del año 2020 el turismo se vio completamente detenido, siendo esto reflejado en el cuadro por el no registro de entradas o salidas del país.

Decretos y leyes con impacto en el turismo

Esta prohibición, en la entrada y salida de turistas, comenzó en el mes de marzo del 2020 con algunos de los primeros decretos como el Decreto 260/2020¹ y del Decreto 297/2020² dictados por el Gobierno de la Nación Argentina.

Con estos decretos lo que se buscaba, era la disminución en la circulación con el objetivo de frenar el avance del coronavirus. También estas medidas se pueden ver en la Resolución 131/2020 lanzada el 17 de marzo del 2020:

“[...]En el marco de la Emergencia Pública en materia sanitaria declarada por la Ley N° 27.541 y el Decreto de Necesidad y Urgencia N° 260/20 en virtud de la pandemia declarada por la ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD (OMS) en relación con el coronavirus COVID-19, se entiende imperioso adoptar medidas tendientes a desalentar el movimiento de la ciudadanía con fines turísticos en el territorio de la Nación.”³

¹ Ver: <https://www.argentina.gob.ar/coronavirus/dnu>

² Ver: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/227042/20200320>

³ Ver: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/226943/20200318>

A causa de esta situación pandémica, tras las diferentes medidas y decretos que fueron sancionados en el país, el turismo se vio afectado ya que no estaba permitida la circulación masiva con fines recreativos. Esta situación comenzó a revertirse a partir de junio de 2020, como se establece en la EOH (Encuesta de Ocupación Hotelera) realizado por el INDEC en conjunto del Ministerio de Turismo y Deporte, y el Ministerio de Economía en mayo del 2021, “mediante el decreto de necesidad y urgencia n° 520/203 y sus sucesivas prórrogas, el Estado nacional dispuso un nuevo marco normativo para las zonas en donde no exista circulación comunitaria de SARS-CoV-2 [...]” (2021, p.4). Además, agrega que “[...] algunas provincias autorizaron la apertura de establecimientos para el turismo interno con fines recreativos, sujeta a las condiciones y limitaciones que se establecen en los protocolos sanitarios de los rubros vinculados al sector turístico” (2021, p.4).

Hacia septiembre del 2020, a través de la Ley N° 27.563 de Sostenimiento y Reactivación Productiva de la Actividad Turística Nacional lo que se buscó fue “*paliar el impacto económico, social y productivo en el turismo, en todas sus modalidades, en virtud de la pandemia por coronavirus COVID-19 y brindar las herramientas para su reactivación productiva*”⁴. Mediante esta medida, es que se fue dando una reactivación paulatina en el turismo nacional.

Una nueva forma de hacer turismo

Si bien esta ley fue de gran ayuda, el sector tuvo que reinventarse para poder, de alguna manera, recuperar aquello que perdieron durante el tiempo que no podían ejercer la actividad. Además de esto, los propios turistas empezaron a viajar de maneras distintas a las que solían hacer antes de la pandemia. En un informe realizado por la Usina Turística sobre el Turismo Rural en la Provincia de Buenos Aires en abril del 2021 se resalta que:

“Resulta destacable señalar que el sector turístico ha sido uno de los principales afectados a nivel mundial por la crisis generada por el COVID-19, cuyos efectos aún son devastadores para gran parte del sector turístico. A su vez, producto de esta pandemia, ha habido una revalorización del turismo en espacios naturales, producto del encierro

⁴ Ver: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/235135/20200921>

generado por las políticas restrictivas a la circulación para morigerar los efectos del virus en la población (2021, p. 2).”

Sumado a esto destacan que:

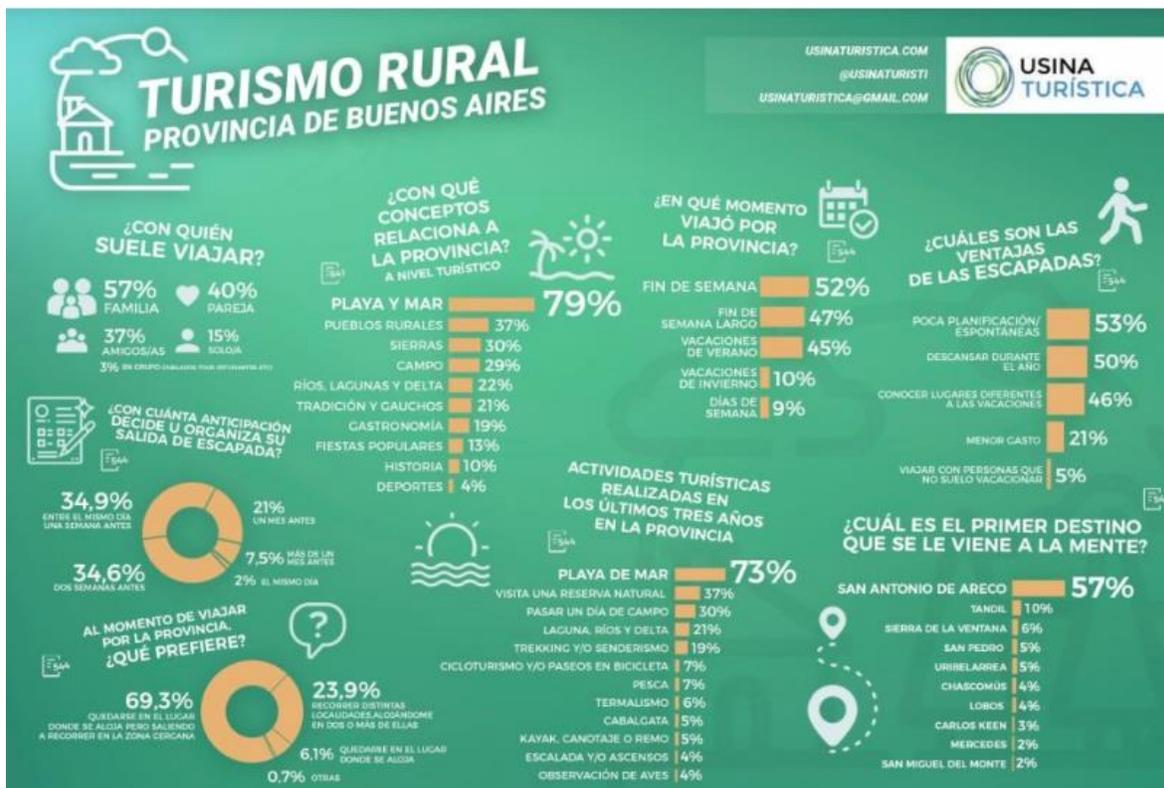
“En los últimos tiempos, debido a múltiples factores como un proceso cada vez mayor de urbanización a escala global y en nuestro país en particular, se ha evidenciado una tendencia creciente por el interés del turismo rural, en particular desde los grandes centros emisores de turismo en Argentina (2021, p. 1).”

Con esto, podemos ver cómo tanto los hábitos de consumo de turismo, como la oferta turística se fueron modificando principalmente como consecuencia de la situación sanitaria.

Una oportunidad de negocio

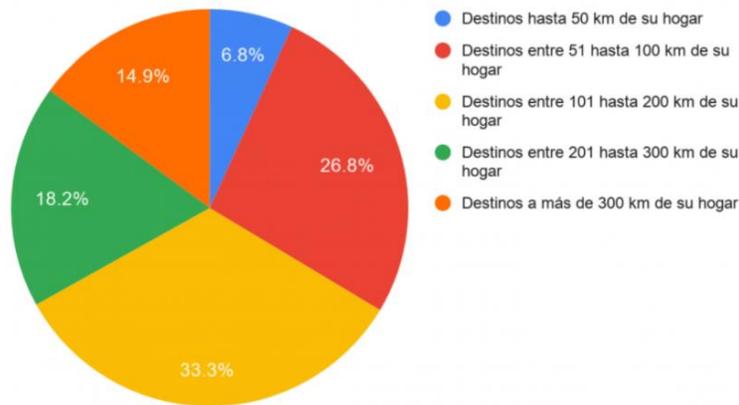
En la siguiente infografía realizada por la Usina Turística, se puede observar a modo de resumen, las estadísticas de su investigación sobre el Turismo en la Provincia de Buenos Aires realizada en abril del 2021. De esta, hay varios aspectos que nos gustaría destacar, ya que creemos nos van a servir, en parte, para determinar la oportunidad de realizar un negocio en Urubelarrea, Cañuelas.

Esta es una localidad que se encuentra a 88,1 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y a 20 km al sur de Cañuelas. Está ubicado sobre la ruta Nacional 205, a la altura del Km. 81,8. Fue fundado en 1889 como una Colonia Agrícola por Miguel Nemesio de Urubelarrea y se mantuvo casi intacto desde su fundación.



Lo que primero nos interesa destacar de este trabajo es cómo al momento de preguntar a los encuestados con qué conceptos relacionan a la Provincia de Buenos Aires, un 79% la relacionan con el tema “playa y mar”. Sin embargo, como segunda opción, se relaciona a la provincia de Buenos Aires con pueblos rurales con el 37%. Esto mismo es lo que nos hace pensar, que Uribelarrea tiene un gran potencial para atraer una importante cantidad de demanda. Esto ya que como se mencionó anteriormente, las formas de hacer turismo están cambiando. Además, se puede observar que, en tercer lugar, con el 30%, una de las actividades que más eligen las personas encuestadas es “pasar un día de campo”. Esto nos hace pensar que, nuestro proyecto en Uribelarrea sería de gran atracción para las personas que deseen combinar la experiencia de un día de campo con una escapada de fin de semana.

Gráfico 12: Para escapadas de fin de semana, prefiere:

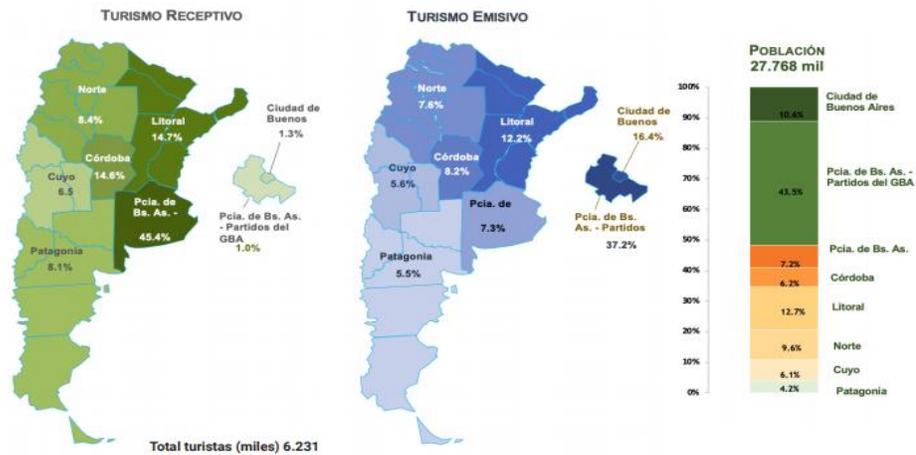


(Extraído de: <https://usinaturistica.com/2021/04/21/turismo-rural-en-la-provincia-de-buenos-aires/>)

Nos interesa resaltar también como un 26,8% de los encuestados prefieren viajar a destinos que se encuentren entre los 51 y 100 km de distancia de su hogar. Uribelarrea, en este sentido, se encuentra a unos 88 km aproximadamente de la Ciudad de Buenos Aires. Esto hace que este destino pueda ser uno de los elegidos por los residentes de esta urbe, por los turistas provenientes del interior del país o del extranjero. Relacionado a esto, observamos que más de la mitad de las personas encuestadas prefieren elegir un lugar en donde se puedan quedar y disfrutar sin tener que realizar grandes desplazamientos. Esto nos hace pensar, que la realización del negocio en esta localidad le va a permitir a los turistas no solo disfrutar de los atractivos que el destino tiene para ofrecer, sino también de los que brindaremos nosotros como parte del proyecto.

Por último, destacamos también que, al momento de visitar destinos de la Provincia de Buenos Aires, un 52% decide realizar estos viajes como “escapadas de fin de semana”. De forma complementaria, un 47% decide viajar como “escapadas de fin de semana largo”. En cuanto a las razones de elección de estos viajes, un 53% establece que “no se requiere mucha planificación”. El 50% que “me permite descansar durante el año, sin necesidad de tomarme vacaciones” y el 46% que “aprovechan para conocer lugares que no hubieran elegido para vacacionar”.

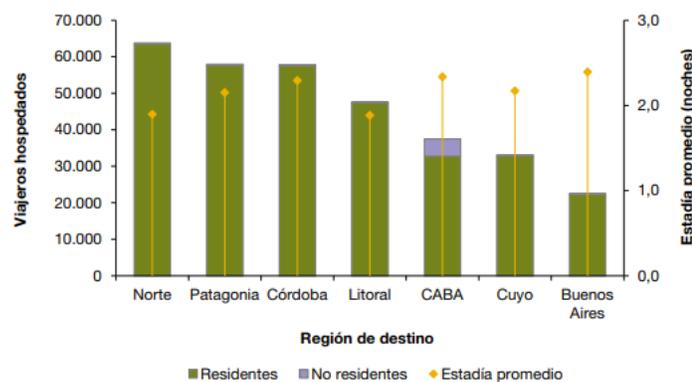
Gráfico 1. Turistas internos. Distribución según región de origen y destino.



(Extraído de: <https://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/6112d965522e0999086774.pdf>)

En cuanto a este gráfico de Yvera sobre el “Turismo Interno (EVYTH)” durante el primer trimestre del 2021 podemos observar como fue el interior de la provincia de Buenos Aires donde se percibió la mayor cantidad de turistas con un 45,4%. Estos, provenientes de los grandes aglomerados urbanos del país.

Gráfico 4. Viajeros hospedados y estadía promedio por región de destino, según condición de residencia. Total del país. Mayo de 2021



Fuente: INDEC, Dirección de Estadísticas Básicas de la Balanza de Pagos.

Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INDEC en mayo de 2021, vemos que en cuanto a la estadía promedio (en noches) de los viajeros hospedados, Buenos Aires obtuvo la mayor

con un 2,4. Este número nos permite determinar que esa cantidad de noches podría corresponder a un fin de semana o fin de semana largo.

Todos estos datos estadísticos nos llevan a pensar que la realización de nuestro proyecto en la localidad de Uribelarrea es factible y viable. Primeramente, porque las estadísticas nos dejan ver la oportunidad de que destinos no tan renombrados, como lo pueden ser muchos pueblos rurales de la Provincia de Buenos Aires, se unan a la modalidad de Turismo Rural. Las personas se sienten cada vez más atraídas a estos destinos para poder escapar, aunque sea por un fin de semana, de las grandes urbes como lo puede ser la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Buscan nuevos destinos y actividades que les permitan relajarse, estar en contacto con la naturaleza, alejarse de los grandes edificios y del bullicio de la ciudad. Esto, más teniendo en cuenta que durante esta pandemia tuvieron que estar encerradas en sus hogares y con casi nulas posibilidades de realizar actividades que les permitieran despejarse, dando así, la preferencia por escoger lugares en las cercanías.

1.1.2 Proyección del escenario en el corto y mediano plazo.

En cuanto a la proyección de nuestro proyecto en la localidad de Uribelarrea, en un corto plazo, consideramos que es una oportunidad debido a cómo se están modificando los hábitos de consumo postpandemia. Como pudimos observar anteriormente en las diferentes estadísticas, se vio un aumento en los viajes de corta duración. Con esto, podemos ver como los turistas muchas veces prefieren realizar varios viajes cortos al año, que un viaje largo anual. Esto nos lleva a pensar que este fenómeno de preferencia por los viajes de fin de semana va a seguir aumentando. A su vez podemos tomar esta información como beneficio para el proyecto, ya que menciona la creciente tendencia a realizar turismo rural, el cual es característica del destino en el cual se va a llevar a cabo el presente trabajo.

Por otro lado, en el mediano plazo, pensando en que la situación con el COVID-19 se regularice un poco, creemos que los turistas van a volver a realizar sus viajes largos típicos de las vacaciones. Sin embargo, consideramos que esta costumbre que vemos hoy en día con

los viajes cortos va a seguir, pero ya no en forma de vacaciones, sino como un complemento a estas, y considerándolas como “escapadas relámpago” o de fin de semana.

Para concluir con este punto, debemos indicar que estas “escapadas relámpago” son algo positivo para el proyecto. Esto se debe a que la mayor cantidad de estos viajes se producen durante los fines de semana, siendo así, fomentadora del turismo nacional y provocando un aumento en la ocupación hotelera en destinos como Uribelarrea.

1.2 Idea de negocio, productos y servicios.

La idea de negocio a desarrollar es una estancia sustentable en la localidad de Uribelarrea, Cañuelas. La cual, tendrá un convenio con el viñedo “Finca Don Atilio” para ofrecer descuentos, excursiones y beneficios.

- Servicios para brindar:

Alojamiento y desayuno de campo. Spa, sector de recreación (pileta, sector de juegos), alquiler de bicicletas, talleres culinarios. En base a la vid, visitas guiadas al viñedo, catas a ciegas, masterclass y terapias alternativas con vino.

- Sostenibilidad:

En cuanto a este aspecto, la estructura del hotel será construida en seco y el spa por otra parte será construido a base de eco ladrillos. También tendremos en contemplación a las energías renovables que pueden ser utilizadas para reducir el gasto de energía eléctrica utilizando paneles solares/ energía eólica, un sistema de reciclaje de aguas pluviales para reducir el uso de agua potable y también, termotanques solares.

1.3 Localización

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

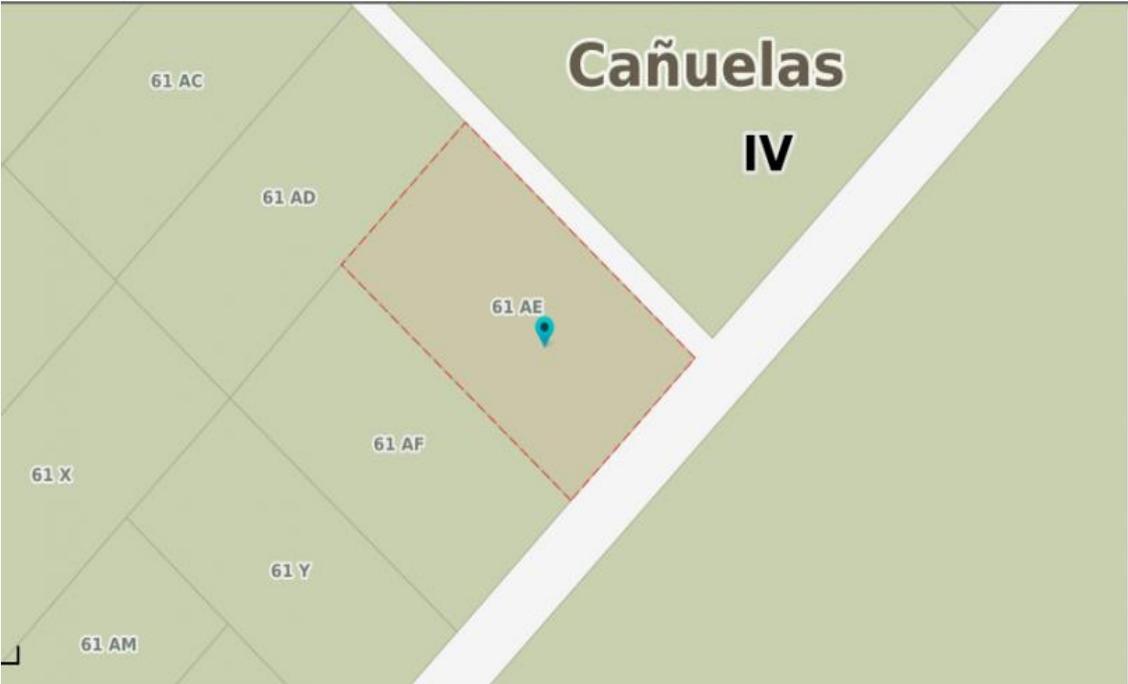
La localidad de Miguel Nemesio de Uribelarrea pertenece al municipio de Cañuelas. Se encuentra ubicada a 88 km de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y se puede acceder al mismo por vía terrestre.

El terreno donde se llevará a cabo nuestro emprendimiento se encuentra ubicado a 2400 metros de la RN N 205, a 3 km del centro de Uribelarrea y a 17 km de la finca Don Atilio. El mismo posee 3,5 hectáreas (35.348 m²).

El precio del lote es de 120.000 USD, a este monto le debemos sumar el costo de la escritura que se estima que será un 10% del valor de la propiedad. En total, el costo será de 132.000 USD.

Para ingresar vía terrestre:

- RN N° 03
- RN N°205
- Au. Ezeiza- Cañuelas.
- Línea 88 de colectivo
- Línea 502 de colectivo
- Tren Roca
- Combis





EN VENTA

3,5 HA ALAMBRADA , TRANQUERA Y POZO
DE AGUA CON BOMBEADOR A NAFTA
A 2400 MTS DE RUTA 205
URIBELARREA- CAÑUELAS



1.3.2 Elección y valoración del destino turístico

1. Es el máximo de motivación.
2. Motivaciones importantes, pero para desplazamientos de corta duración.
3. Recursos complementarios que no motivan en sí el desplazamiento.

Tipo de atractivos	Atractivos	Valoración
Históricos – patrimoniales	Iglesia Nuestra Señora de Luján Estación Uribelarrea Plaza Centenario Antigua casa de administración Cine Escuela “San Miguel”	3
Naturales	-	-
Gastronómicos	Restaurante Macedonio Restaurante “El Pelenque” Pulpería “El Rancho” Doña Helena Uribe	2
Tradicionales	Centro Tradicionalista Gauchos de Uribelarrea Artículos Regionales “La Pulpería” Escuela agrotécnica Salesiana “Don Bosco” Feria de Artesanos y Emprendedores	2
Socioculturales	Fiesta de la picada y la cerveza artesanal	2
Otro	Finca Don Atilio (viñedo)	1

1.3.3 Matriz de valoración de servicios de destino

	Clasificación			
	Excelente	Buena	Insuficiente	No existe
Agua corriente		X		
Gas Natural				X
Gas envasado		X		
Luz eléctrica		X		
Recolección de residuos		X		
Teléfono		X		
Internet		X		
Servicios técnicos			X	
Acceso al predio/local		X		
Servicio de transfer/Remis/Taxi				X
Servicios de cobertura médica				X
Farmacias		X		
Estación de servicio				X
Bancos				X
Cajeros automáticos				X
Mercados de cercanía	X			
Supermercados				X
Restauración		X		
Cafeterías/bares		X		
Nocturnidad (pubs, boliches)			X	
Proveedor de asistencia técnica informática				x
Prestadores de excursiones		X		
Infraestructura deportiva tradicional			X	
Infraestructura deportiva alternativa				X
Actividades recreativas		X		
Oficinas de información turística				X
Agencia de viajes receptivas				X

1.4 Forma jurídica

La forma jurídica que consideramos que mejor se adapta a nuestras necesidades es la Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L). En esta sociedad no hay un capital social mínimo establecido y la responsabilidad de los socios se limita al capital aportado, es decir, no responden con su patrimonio personal por las deudas de la sociedad. Además, las SRL son adecuadas para las sociedades en familias y para los emprendimientos de menor porte que las SA.

Algunas de las ventajas de las Sociedades Responsabilidad Limitada que destacamos es que su constitución es más simple que una S.A y no posee la obligación de presentar balances a la IGJ. Por otra parte, la reunión de los socios puede ser en la sede legal o a distancia y su régimen jurídico es más sencillo.

En cuanto a la forma de inscripción de una SRL se necesitará la siguiente documentación:

1. Formulario de constitución
2. Formulario 185 de la AFIP.
3. Dictamen de precalificación profesional.
4. Primer testimonio de escritura pública de constitución o instrumento privado original -con sus firmas certificadas por escribano público.
5. Instrumento de fijación de la sede social, en el caso que la misma no conste en el acto constitutivo, conforme lo dispuesto por el art. 66 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/15.
6. Documentación que acredite la aceptación del cargo por parte de los integrantes de los órganos de administración y fiscalización, en su caso, si no comparecieron al acto constitutivo, con sus firmas certificadas notarialmente.
7. Documentación que acredite la constitución de la garantía que deben prestar los gerentes titulares conforme lo previsto por el art. 76 del Anexo "A" de la Resolución

General I.G.J. N° 7/15. En caso de que el gerente haya obtenido un seguro de caución podrá acompañarse copia de la póliza de seguro de caución correspondiente suscrita por el profesional dictaminante.

8. Constancia de la publicación prevista por el art. 10 de la Ley N° 19.550 en el Boletín Oficial
9. Acreditación de la integración de los aportes. Al efecto deberá acompañarse el original correspondiente a la boleta del depósito realizado en el Banco de la Nación Argentina de aportes dinerarios y/o la documentación que corresponda a aportes no dinerarios o la documentación que acredite el modo opcional previsto en el art. 69 incs. 1 y 2 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/15, en su caso. El depósito de los aportes dinerarios debe ser por el mismo porcentaje previsto en el contrato social -el cual legalmente no puede ser inferior a un veinticinco por ciento-. Con respecto a la realización de aportes en especie resultan aplicables los arts. 70 a 74 del Anexo "A" de la Resolución General I.G.J. N° 7/15. Al efecto, deberá proveerse la documentación allí indicada en cada caso.
10. Copia simple y protocolar de la documentación indicada en los apartados (4), (5) y (6) anteriores y copia protocolar del apartado (3).
11. Comprobante de pago de la tasa retributiva de servicios.
12. Declaración Jurada sobre la condición de Persona Expuesta Políticamente conforme artículo 511 del Anexo "A" de la Resolución General IGJ N° 7/15: debe ser presentada por los administradores y miembros del órgano de fiscalización.

1.5 Procedimiento para la habilitación del proyecto

Tomando como punto de partida la Ley Nacional 18.828 se deberá cumplir con una serie de requisitos antes de empezar la formación del emprendimiento como tal. En primera instancia se deberá realizar la inscripción en el Registro Hotelero Nacional en el plazo que establezca el órgano de aplicación donde, para que se logre la homologación en cualquier clase y categoría de alojamiento turístico se deberá cumplir con los siguientes requisitos:

1. Ocupar la totalidad de un edificio o una parte de este cuanto que sea completamente independiente del resto en a sus funciones y servicios principales
2. Contar con entrada de pasajeros independiente de la del servicio

3. Tener servicio telefónico público ubicado preferentemente en el local destinado a la recepción y portería.
4. Cuando existan salones para reuniones sociales o convenciones, estarán precedidos de un vestíbulo de recepción con guardarropas e instalaciones sanitarias independientes para cada sexo y por lo menos una cabina telefónica.
5. Los ascensores no deberán tener una capacidad inferior a 4 personas y deberán cumplir las normas establecidas en los reglamentos de habilitación de ascensores
6. Todas las habitaciones estarán identificadas en la parte anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifras corresponden al número de piso.
7. Todas las habitaciones estarán equipadas, al menos, con los siguientes muebles e instalaciones:
 - a. camas individuales con dimensiones mínimas de 0,80 m por 1,85 o dobles cuyas dimensiones mínimas serán de 1,40 m por 1,85 m.
 - 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 no menos de 0,55 de profundidad y 0,90 de ancho, con un mínimo de 4 cajones
 - f. Una alfombra de pie de cama, cuyas medidas mínimas serán de 1,20 por 0,50 m por cada plaza, exceptuando 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, salvo que esté previsto para tal fin el uso del servicio
8. Suministro de agua de 200 litros mínimo por persona y por día
9. Contar con recintos destinados a vestuarios y servicios sanitarios para el personal con diferencia por sexo
10. Todo el personal afectado a la atención de pasajeros estará uniformado.

Luego, a nivel provincial, se deberá cumplimentar con el correspondiente Registro de prestadores turísticos desarrollado en el Capítulo 3 del Decreto 13 / 2014⁵. A continuación, se desarrollarán los Artículos de relevancia para el proyecto:

ARTÍCULO 4°. Son modalidades sujetas al régimen de la presente reglamentación:

- a. El alojamiento turístico, en sus diferentes clases y categorías, incluso aquél prestado por modalidades no tradicionales o complementarias;
- b. Los campings;
- c. Los Guías de turismo;
- d. Las actividades que, por su forma de prestación, tuvieren al turista o visitante como principal destinatario;
- e. El que tenga por fin al turismo rural, religioso, social, de salud, cultural, de aventura, de negocios, de convenciones, todos ellos en sus diversas variantes;

La presente enumeración es sólo enunciativa por lo cual la Autoridad de Aplicación podrá incorporar las nuevas modalidades turísticas que surjan como consecuencia del desarrollo de la actividad.

ARTÍCULO 6°. Toda documentación que se presente, deberá estar debidamente certificada por ante escribano público, autoridad judicial, provincial o municipal.

ARTÍCULO 8°. Todo prestador que ejerza una actividad o servicio turístico en las modalidades contempladas por el Registro deberá presentarse ante la Autoridad de Aplicación y cumplir con los requisitos de registración establecidos, como condición previa a la difusión, oferta o prestación del servicio.

ARTÍCULO 9°. Para la inscripción en el Registro deberán acreditarse los datos de la persona física o jurídica titular de la prestación, nombre de fantasía, domicilio real o social y el de la explotación de la actividad, habilitación municipal, servicios que presta,

⁵ Ver: <https://normas.gba.gob.ar/documentos/xDyZQOSy.html>

época del año o temporada en la que realiza la prestación, breve descripción del servicio turístico, capacidades requeribles, y todo otro dato que resulte de importancia para la información, identificación y promoción de la actividad.

ARTÍCULO 10. La clasificación y categorización de los Prestadores Turísticos corresponde a la Autoridad de Aplicación, la que realizará el encuadramiento de cada modalidad o establecimiento de conformidad a la normativa vigente, incluso la de aquellas nuevas formas o modalidades que puedan incorporarse o desarrollarse como consecuencia de la evolución de la actividad.

ARTÍCULO 16. Todo prestador de servicio turístico deberá tener a disposición y para uso del turista un Libro de Reclamos y Sugerencias, que tendrá que estar foliado y debidamente rubricado por la Autoridad de Aplicación, debiéndose presentar copia de lo asentado en el término de cuarenta y ocho (48) horas de producido ante dicha Autoridad.

Se tendrá en cuenta que el libro esté ubicado al alcance del turista o usuario y de los funcionarios actuantes en su visita al establecimiento. La no exhibición de este dará lugar a la aplicación de las sanciones previstas en este Reglamento.

Como tercera instancia para la realización del emprendimiento se deberán tramitar los permisos de ejecución para construcción de nuevos edificios. La documentación necesaria es:

1. Solicitud al Sr. Intendente
2. Contrato visado por el Colegio correspondiente
3. Informe técnico
4. Planos generales
 - a. Planta de edificios
 - b. Fachadas
 - c. Corte longitudinal y transversal
 - d. Instalación eléctrica y sanitaria
 - e. Plano de estructura y fundaciones

- f. Planos de escaleras
 - g. Cálculo y silueta de superficies
 - h. Planta de techos
5. Memoria descriptiva
6. Tres copias como mínimo para retirar aprobadas

Todos estos documentos indicados para la primera parte del proceso deben estar firmados por el propietario, un profesional y el constructor o empresa constructora que intervenga en la solicitud del permiso.

Los planos de instalaciones mecánicas, térmicas, inflamables y de ascensores y montacargas deberán estar firmados por un instalador electricista o mecánico y/o Empresa instaladora. Se debe tener en cuenta que todas las inscripciones, memorias y datos aclaratorios deben estar en el idioma nacional salvo tecnicismos y es indispensable el uso del sistema métrico decimal.

Por otra parte, los planos deben estar dibujados en papel calco, con admisión de copias heliográficas sepia que deben ser nítidas. Además, posee otras características a cumplir:

- 1) Dimensiones: En su borde izquierdo debe tener una pestaña de 0,04 m por 0.30 de alto
- 2) Leyendas: en su extremo inferior derecho debe tener un espacio de 0,185 m de ancho por 0.30 de alto para indicar:
 - a. Objeto de la obra: a construir, a refaccionar, a ampliar, etc...
 - b. Destino de la obra: Vivienda, comercio, industria, ect..
 - c. Nombre del propietario
 - d. Calle y número de la obra
 - e. Localidad
 - f. Partido
 - g. Indicadores urbanísticos
 - h. Escalas
 - i. Referencias
 - j. Ubicación: Datos según catastro, inscripción de dominio y croquis de ubicación
 - k. Antecedentes de plano
 - l. Firma del propietario y domicilio actual

- m. Firma de proyectista, director de obra, constructor o profesional responsable de medición e informe técnico y título, N° de matrícula de colegio correspondiente, matrícula municipal y dirección

En última instancia se debe realizar la habilitación de comercio⁶ donde, para que se logre la misma y que concurren los respectivos Inspectores de Comercio, Bromatología, Medio Ambiente y Obras Particulares a inspeccionar el local, se deberá presentar la siguiente documentación:

1. Certificado urbanístico con sellado Municipal
2. Certificado de Libre Deuda de Tasas Municipales y Juzgado de Faltas Municipal
3. Copia o fotocopia de plano de Arquitectura aprobado del local a habilitar.
4. Solicitud de permiso con sellado Municipal
5. Fotocopia de Escritura o Título de Dueño.
6. Constancia de inscripción en la AFIP-DGI
7. Constancia de Inscripción de Ingresos Brutos
8. Fotocopia de Documento de Identidad
9. Completar las 4 Declaraciones Juradas adjuntas:
 - a. Tasa por Inspección de Seguridad e Higiene (FM-1)
 - b. Motores, máquinas y herramientas (FM-2)
 - c. Pesas y Medidas (FM-3)
 - d. Tasa por Derecho de Publicidad y propaganda (FM-4)
10. Libreta sanitaria
11. Si se deben instalar motores eléctricos, detallar la cantidad de Bocas de Iluminación.
12. Cuaderno foliado tapa negra de 50 hojas
13. Acta Constitutiva de la Sociedad Anónima o Sociedad de Responsabilidad Limitada con designación de apoderado.
14. Poseer con 1 matafuego A-B-C de 5 kg. según las dimensiones del lugar, un disyuntor diferencial, jabalina y térmica y luces de emergencia.

⁶ Ver: <http://www.saij.gob.ar/1818-nacional-decreto-nacional-ley-18828-sobre-alojamientos-turisticos-dn19763001818-1976-08-25/123456789-0abc-818-1003-6791soterced>

Por otro lado, el establecimiento debe contar con un seguro de responsabilidad civil, el cual es obligatorio. El mismo será asegurado por la empresa Providencia Seguros S.A y tendrá un costo de \$4.800.- pesos por mes.

Adicionalmente, hemos decidido contratar un seguro integral de comercio, el cual tiene un monto total de \$74.177.

*Análisis
del ambiente de
negocios y mercado*



Análisis del ambiente de negocios y mercado

2.1 Entorno de negocio

2.1.1 Análisis PESTAL

Antes de comenzar con el PESTEL debemos hacer una breve descripción de lo que es: Esta es una herramienta que se encarga de analizar los factores externos a nuestra compañía. Posee las siguientes clasificaciones:

Político:

Con respecto a este factor, debemos destacar que estamos bajo el mandato del presidente Alberto Fernández, quien asumió en diciembre del año 2019. Pocos meses después de su asunción surgió un contexto epidemiológico que complicó la situación tanto a nivel mundial como a nivel nacional.

Adentrándonos en los aspectos políticos del turismo, primero es necesario destacar la decisión del gobierno de realizar una cuarentena obligatoria para frenar el avance del COVID-19 y el colapso del sistema sanitario. Con esto, la actividad turística se vio paralizada durante un periodo considerable. Sin embargo, el gobierno, a mediados del 2020, lanzó un programa conocido como “Pre-Viaje” para incentivar a los argentinos a que realicen turismo en el territorio nacional. El programa consistió en el reintegro del 50% del dinero a modo de crédito para ser gastado en productos turísticos en el destino o para que puedan utilizar ese monto en un futuro viaje hasta diciembre 2021. Nuevamente este programa fue lanzado a mediados del 2021, para viajes que se realicen de noviembre a febrero del 2022 y el crédito podrá ser utilizado hasta diciembre del mismo año.

Otra política llevada a cabo, fueron los aforos establecidos en el Decreto 393⁷, que fueron modificados conforme se desarrollara la situación epidemiológica del país. El aforo establecido durante el año 2020 fue del 50% como máximo de su capacidad para el uso de

⁷ Ver: <https://boletinoficial.buenosaires.gob.ar/normativaba/norma/532459>

las superficies cerradas y del 30% para los establecimientos dedicados a la actividad gastronómica para el cumplimiento del “aislamiento social, preventivo y obligatorio” establecido. Así mismo, los transportes y las aglomeraciones de personas en espacios libres o de entretenimiento también se vieron sujetos a estas medidas.

Además de las restricciones de capacidad también se aplicaron protocolos de higiene y seguridad para todos los prestadores de servicios o actividades turísticas. El procedimiento sanitario dispuso como medidas preventivas no excluyentes ante el coronavirus las recomendaciones visuales activas de distanciamiento social, higiene de manos, uso de barbijo y recomendaciones ante la presencia de síntomas sospechosos de COVID-19. Por otra parte, estas actividades deben desarrollarse en conjunto de otras prácticas como la previa capacitación de los empleados.

Por último, el gobierno lanzó el Programa Auxilio para Prestadores Turísticos (APTUR)⁸, más conocido como “créditos a tasa 0%”, a través del cual se les otorgan subsidios a empresas del sector ante el contexto pandémico. Este programa se hizo a través de la Resolución 227/2021 del Ministerio de Turismo y Deportes.

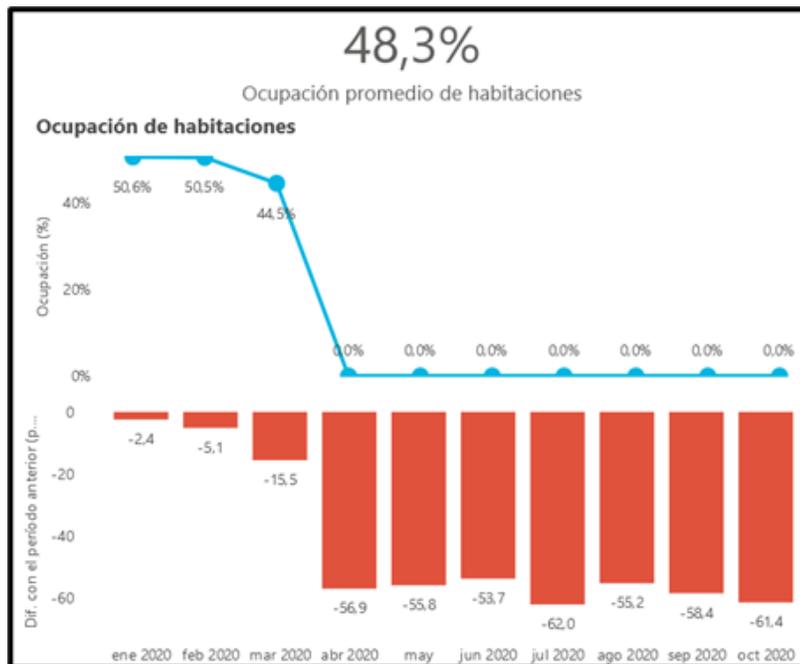
Económico:

Enfocándonos en este ítem, debemos recalcar que la inflación Argentina y su constante deuda con el FMI, entre otros, producen que la situación con respecto a la economía no sea favorable. El gobierno, también dispuso el cierre de los negocios que no son considerados esenciales. Aquellas organizaciones que son esenciales y de gran importancia pudieron continuar con normalidad, hasta posiblemente hayan obtenido un aumento en las ganancias como en algunas áreas de salud.

El sector turístico fue una de las actividades económicas que más sufrió el impacto de la crisis sanitaria debido a que, por el cambio estructural de la actividad, esta fue visualizada como nula desde el mes de abril de 2020 debido al auge de los casos y contagios de COVID-19. Debido a ello, la ocupación hotelera durante el segundo y tercer cuatrimestre del año

⁸ Ver: <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/246425/20210702>

2020 se vio reducida en un 100%. Esto trajo como consecuencias un abrupto descenso del ingreso de turistas y un detenimiento en el ingreso de divisas.



(Extraído de <https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/observatorio/ocupacion-hoteleria>)

El gobierno envió a la cámara de diputados un Programa de Crédito a Tasa Cero 2021, que financia hasta \$150.000 para un millón y medio de monotributistas de todo el país. La Argentina también posee como política económica, que a todos los gastos realizados con tarjeta de crédito al exterior se le sumará un 30% de impuestos más al 35%, siendo un total de 65%. Esto hace que mucha gente opte por no realizar compras al exterior, y consuma productos y servicios nacionales.

La Argentina, ante la situación pandémica, también tomó como medida la realización de un aislamiento estricto que comenzó el 19 de marzo del 2020, que fue dividido en fases, lo cual dificulta el establecimiento de su fin. Las medidas tomadas por el gobierno argentino perjudicaron en gran medida a muchos sectores sociales, siendo los principales las clases bajas y medias. Las consecuencias de esta prolongada aislación por la crisis sanitaria vivida en el país se vieron reflejadas en gran parte dentro los índices de la tasa de desocupación realizada por el INDEC en el primer trimestre del 2021 donde la tasa de desocupación es del 10,2%, mostrando un aumento del 0,8% en comparación al tercer trimestre del 2019 donde la tasa de desempleo era del 9,2%.

Además de la creciente tasa de desempleo, el INDEC dentro de su informe del segundo semestre del 2020, demostró que los índices de pobreza también se vieron altamente afectados. El informe mostró un aumento del 6,5% dando un resultado del 42% de pobreza en comparación al segundo semestre del año 2019 donde el índice de pobreza era del 35,5%.

Social:

Booking.com, durante el año 2020, realizó una investigación sobre los nueve ejes que impulsarían en un futuro al turismo luego del impacto de la pandemia. El análisis se llevó a cabo entre más de 20.000 viajeros y 28 países.

En primer lugar, se descubrió que las personas estarán más atentas con los gastos que implicaría un viaje, por lo que, sus resultados fueron que el 55% de los viajeros buscan promociones o descuentos que los beneficie de forma económica. A su vez, el 46% del total encuestado, considera que en el viaje que realizaron sería fundamental que el hospedaje fuese reembolsable.

En segundo lugar, la investigación menciona que el 47% de las personas encuestadas planea realizar viajes dentro de su país, a mediano plazo, y otro 38% piensa lo mismo, pero realizándose a largo plazo. Se puede ver que hay una tendencia a querer realizar viajes que se puedan ir desde casa, ya que también el 46% de los viajeros quieren evitar el transporte público.

Luego la sostenibilidad se vuelve un aspecto importante, ya que el 69% de los viajeros prefieren opciones de viaje más sostenibles. A eso se le suma el boom del turismo rural y el interés por realizar turismo regenerativo. Luego de un análisis al aumento de búsquedas de como, por ejemplo, “hacer senderismo”, “respirar aire”, “disfrutar de la naturaleza”, o “relajarse”, se descubrió que el 56% de las personas buscará tener experiencias rurales o mismo que le permita estar en contacto a la naturaleza. Con respecto al turismo regenerativo, el 67% de los encuestados aseguraron que les gustaría que las decisiones que tomen contribuyan a la recuperación y desarrollo de un destino, y a su vez, el 55% quiere que el dinero invertido sea derivado a las comunidades locales

Por último, con lo que respecta a las tendencias de salud e higiene, el 70% de los viajeros solo piensan realizar una reserva en un alojamiento que cumpla y muestre las políticas de salud e higiene que aplica. A su vez, el 75% va a preferir que el hotel cuente con productos antibacterianos y sanitizantes.

Tecnológico:

A pesar de los escenarios que se presentaron en los últimos dos años, la industria tecnológica siguió avanzando y desarrollándose. A esto debemos agregarle que el encierro obligó a muchas personas y empresas a frecuentar mucho más la tecnología, ya sea para comunicarse o aprovechar otras utilidades como las apps y páginas web que venden productos y servicios a domicilio. Algunas de las OTA'S más conocidas para el sector turístico son Booking, Despegar, Trivago, Tripadvisor, entre otras. También, debemos destacar que el uso de las redes sociales se volvió parte fundamental para la promoción y venta de productos y/o servicios de diversos sectores.

Según la Cámara Argentina de Internet (Cabase)⁹, el uso de internet aumentó un 35% en la etapa de la cuarentena. Esta organización, menciona que la subida se dio por factores como el aumento del teletrabajo, las clases virtuales, y el uso de aplicaciones como los streaming de película, juegos, etc.

Ambiental:

Tomando en cuenta la situación actual que está atravesando el país, la pandemia generó un impacto de carácter ambiguo. Por una parte, es positivo, ya que, dado el aislamiento social obligatorio se logró disminuir en gran medida la emisión de gases tóxicos provenientes de los medios de transporte de uso cotidiano, como, por ejemplo: aviones, autos, entre otros. Para ser más concretos, según datos obtenidos de Carbon Monitor, el 2020 en comparación con 2019 tuvo una menor emisión de CO2. Enfocándonos en dos de ellos, el CO2 producido por los vuelos internacionales en 2020 tuvo una variación del -33,5%. Mientras que el transporte terrestre en relación con 2019 tuvo una variación del -15,2%.

⁹ Ver: <https://www.itsitio.com/us/uso-internet-aumento-35-la-etapa-cuarentena/>



(Extraído de: <https://www.france24.com/es/programas/medio-ambiente/20201217-medio-ambiente-pandemia-relacion-naturaleza>)

Por otro lado, la Agencia Europea del Medio Ambiente (EEA) indica que se puede hallar también un impacto negativo debido a que el uso de productos descartables, como las mascarillas, guantes de látex y otros, que siguen contribuyendo a la contaminación del medio ambiente debido a su prolongado proceso de descomposición.

Otro factor importante para tener en cuenta es la sostenibilidad. Hoy en día, y más en el sector turístico podemos ver cada vez más empresas buscan ser más eco-friendly. Existen certificaciones de calidad turísticas que son entregadas a los diferentes establecimientos una vez que cumplieron con los objetivos. Por ejemplo, en Argentina se encuentra el programa “Hoteles más verdes” que está reconocido por el Global Sustainable Tourism Council y que es de aplicación voluntaria.

Legal:

Durante el 2020 y 2021 en la República se dictan reglamentos y leyes debido a la situación pandémica que se atraviesa a nivel mundial. Se pudieron apreciar la creación de nuevas disposiciones para cumplir con un protocolo sanitario para poder entrar y salir de la nación, para realizar viajes interprovinciales, para ayuda económica y protección de empleados, entre otras áreas.

El 06/08/2021 en la DNU 494/2021¹⁰ el Gobierno solicitó que todos los ciudadanos cuenten con un permiso de circulación para pasar entre municipios. Este consiste en realizar una declaración jurada de salud, en donde se debe completar un formulario que contiene datos de salud como temperatura, si estuviste en contactos con casos de COVID, sintomatologías, etc. También se solicita que aquellas personas que deseen entrar en el país, deben llenar una Declaración Jurada de Salud, contar con un PCR Negativo y cumplir con una cuarentena obligatoria de un total de 7 días dentro de un domicilio, o en su defecto, en un hotel habilitado por el gobierno. Al contabilizar los 7 días la persona deberá realizarse un test PCR y enviar el resultado a quien corresponda para así conseguir el alta y haber finalizado con la cuarentena. En el 2021, esta decisión administrativa fue prorrogada 1 año más y se le sumó en el Art 1 apartado 4:

“Según la situación de cobertura de vacunación, sanitaria y epidemiológica en origen y en destino, los Gobernadores y las Gobernadoras y el Jefe de Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires podrán proponer a la JEFATURA DE GABINETE DE MINISTROS, con la previa intervención del MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES, la implementación de una experiencia piloto de turismo limítrofe con la REPÚBLICA DE CHILE y con la REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY.”

A su vez, Argentina cuenta con la Ley N° 18.828 que corresponde al Reglamento de Hotelería, expone que deberes debe cumplimentar un alojamiento turístico para ser registrado en el Registro Hotelero Nacional. También menciona las prohibiciones que tienen que ver con las denominaciones pertinentes.

2.2 Análisis del escenario competitivo

2.2.1 Empresas oferentes existentes o potenciales

Luego de investigar los diferentes oferentes en Uribelarrea, pudimos determinar quiénes serían nuestros principales competidores a la hora de plantear nuestro proyecto. Esto

¹⁰ <https://www.boletinoficial.gob.ar/detalleAviso/primera/247815/20210807>

principalmente por encontrarse en la misma localidad y por la similitud de los servicios ofrecidos.

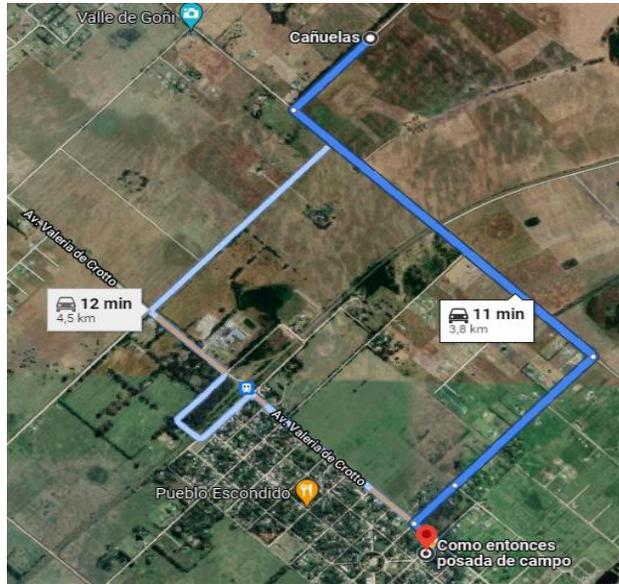
Como entonces posada



“Cómo entonces” es una posada de campo ubicada María Auxiliadora 337 Uribelarrea, Pcia Bs As Argentina. Cuentan con 7 habitaciones dobles, triples y una cuádruple. Todas con baño privado. Dos de las habitaciones pueden conectarse para hacer un alojamiento familiar con capacidad hasta 6 huéspedes. Además, cuentan con una habitación para personas con movilidad reducida. Entre los servicios con los que cuentan podemos encontrar:

- Desayuno - Servicio de media pensión
- Restaurante - Vinoteca
- Habitación adaptada
- WIFI en todo el establecimiento
- Parrilla de cortesía
- Piscina de estación
- Masajes a pedido

En cuanto a las tarifas van a variar entre los \$6.500, siendo esta la más económica y los \$11.000, siendo esta la más cara. Estas tarifas se cobran por noche de alojamiento y van a variar de acuerdo con el tipo de habitación y a que día del fin de semana se desee el turista hospedar.



Brisas de campo

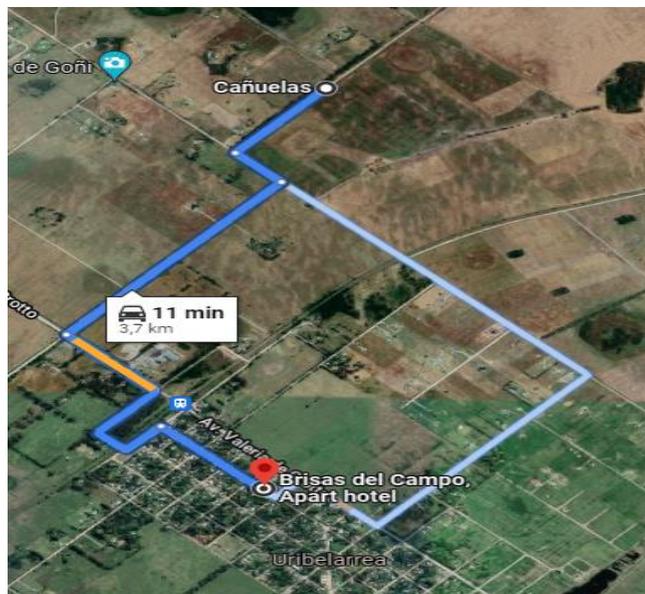


Brisas de campo es un Apart Hotel, ubicado en la calle Rosenbush al 400, zona céntrica de Uribeblanca. Es un complejo que cuenta con siete cabañas, las cuales se diferencian una de las otras por su decoración y por la cantidad de habitaciones. Las diferentes cabañas cuentan con capacidad para 2, 4, 5 y 7 huéspedes. Entre algunos de los servicios complementarios que ofrecen podemos encontrar:

- Piscina Cubierta Climatizada
- Piscina Descubierta
- Gimnasio
- salón de Usos Múltiples
- Parrilla y Asados
- Salón de Usos Múltiples
- Bicicletas
- Sector Infantil
- Masaje Personalizado

- Tratamientos Cosmetológicos
- Cochera

En cuanto a las tarifas con las que se maneja van de los \$9.500 a los \$22.000 final por noche. Como referencia, la cabaña con capacidad para 2 pax corresponde al primer precio y el chalet con capacidad para 7 pax al segundo. Las cabañas para 4 y 5 personas se encuentran en el rango de las dos tarifas previamente mencionadas.



La Maina

La Maina es un alquiler de cabañas y posada ubicado en Uribelarrea. Las cabañas de campo cuentan con capacidad de hasta 6 personas. Poseen 2 dormitorios, uno con una cama king size y el otro con tres camas individuales. Cada cabaña cuenta con parque y una pequeña piscina individual. Todos los huéspedes del complejo tienen acceso a una pileta grande tipo "playa".



Las cabañas están equipadas, entre algunas cosas, con:

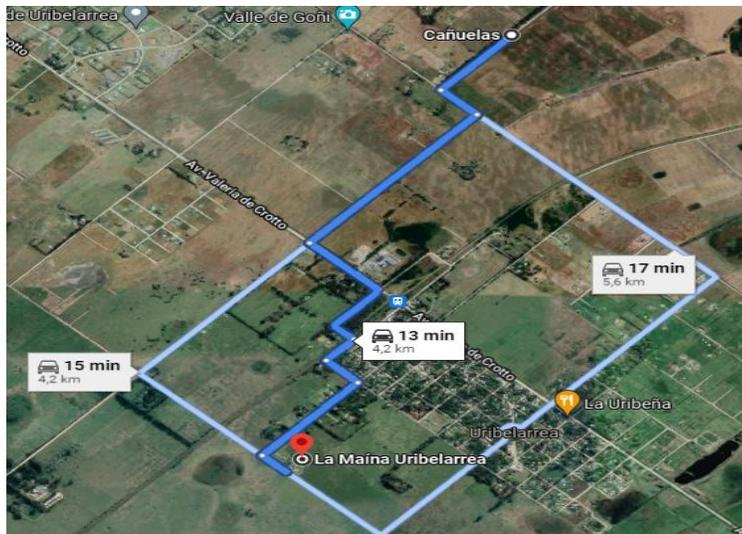
- Cochera techada
- Aire frío/calor
- Vajilla completa

- Ropa blanca en baño y habitación
- WIFI
- TV LED 32´

En cuanto a la posada, cuenta con espacio para 2 personas. Entre algunas de las comodidades que incluye, podemos encontrar:

- Calefacción eléctrica
- Smart TV con Netflix, Youtube, WiFi, Televisión abierta digital.
- Frigobar
- Ropa blanca en baño y habitación

El rango de precios varía entre los \$3.000 y los \$8.000 final por noche. Las tarifas van a variar de acuerdo con si los huéspedes desean hospedarse en la cabaña o en la posada. Además, hay que tener en cuenta que de domingos a jueves se pueden encontrar precios más bajos que los viernes, sábados y feriados.



La Posada de Uribe

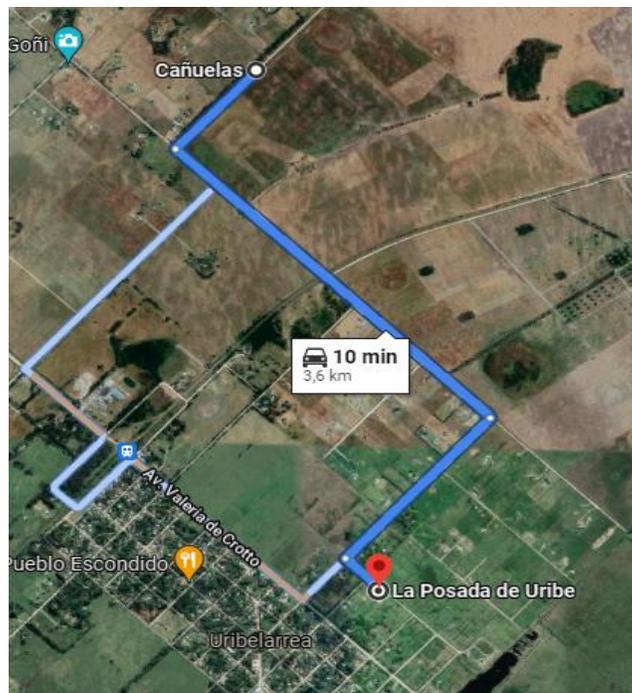


Está ubicada en Godoy Cruz S/N, entre María Auxiliadora y Gufani - Uribelarrea, Cañuelas, Provincia de Buenos Aires. La Posada, cuenta con 10 habitaciones dobles, (posibilidad de triples con cama extra disponible) y amplios baños privados. Cada unidad cuenta con su propio espacio en la galería exterior con sillas y mesas. Algunos de los servicios que

ofrecen son:

- Piscina
- Quincho
- WIFI
- Sector de parrillas
- TV Cable
- Aire acondicionado frio/calor

En cuanto a los rangos de precio para un fin de semana (2 noches - 3 días) cobran una tarifa de \$16.500 por habitación doble. Por noche, su precio es de \$8.500.



Podríamos decir, en conclusión, que luego de este análisis pudimos identificar porque estos establecimientos son nuestros principales competidores. Principalmente, debido a que todos los establecimientos se encuentran aproximadamente, a una distancia cercana a la estancia. Además, la mayoría brinda un servicio bastante similar en la idea de pasar un día de campo y estar en contacto con la naturaleza. Por estas razones, es que los vemos como productos sustitutos a los nuestros. Sin embargo, destacamos que nuestro proyecto se diferencia ya que posee un valor agregado. Con esto nos referimos a las distintas experiencias que brindamos relacionadas con la vid.

Luego de hacer un profundo análisis y teniendo en cuenta el crecimiento que está teniendo la localidad de Uribelarrea, en el post pandemia, consideramos que es muy probable que se comiencen a ofrecer nuevos servicios turísticos. Con respecto a los potenciales nuevos ingresantes que podrían entrar en el mercado, consideramos que la finca Don Atilio (Viñedo) podría ser uno, debido a que cuenta con el terreno para crear un alojamiento turístico. Esto generaría un problema para nuestra alianza, ya que pasaría a ser nuestro principal competidor.

Análisis FODA de nuestra organización

Fortalezas

Por fortalezas se comprende el análisis interno de la corporación en el cual se identifican los atributos del misma que le generan una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

A partir de ello pudimos destacar tres fortalezas que posee nuestra empresa:

1. Al poseer un convenio con el viñedo esto nos permite obtener un diferencial muy característico en relación a la competencia.
2. Poseemos una oferta especializada la cual gira en torno de la vid, ya que todas nuestras actividades son en base a ella como las terapias alternativas de nuestro spa y las catas a ciegas pactadas con la finca “Don Atilio”
3. Para aumentar la sustentabilidad del establecimiento optamos por energías renovables tanto para el suministro eléctrico de la estancia como para los termotanques, y además

un sistema de recolección de aguas pluviales para reducir el consumo y desperdicio del agua corriente.

Oportunidades

Las oportunidades comprenden los aspectos positivos y favorables externos que, una vez identificados, pueden ser aprovechados para el desarrollo de la corporación.

Nosotros pudimos destacar cuatro oportunidades de nuestro entorno:

1. Luego de la situación epidemiológica mundial y como hemos desarrollado anteriormente, el turismo interno ha crecido en gran medida y junto a ello el interés de los viajeros por realizar turismo rural.
2. Teniendo en cuenta que la localidad de Uribelarrea califica como parte de los viajes relámpago o de fin de semana, es una ventaja que tenga cercanía con C.A.B.A., ya que, la permanencia de los turistas en el establecimiento va a ser de mayor prolongación debido a que el viaje es mucho más corto de un destino a otro.
3. Los terrenos en donde se ubica nuestra estancia están dentro de la zona céntrica de Uribelarrea lo cual nos da una ventaja por la cercanía a la zona comercial.
4. Hemos podido identificar segmento de mercado, el cual nos da una característica distintiva del resto de alojamientos turísticos del lugar, ya que,

Debilidades

Las debilidades se refieren a los elementos y recursos que presentan barreras para lograr un buen desarrollo de la organización a nivel interno. Una vez identificados estos aspectos pueden y deben ser eliminados mediante la implementación de una buena estrategia de desarrollo.

Hemos podido destacar dos debilidades:

1. Al ser un mercado emergente en la localidad, lo hemos considerado como una debilidad, ya que, esto nos dará, en primera instancia, una amplia desventaja como alojamiento elegido para la estadía de los turistas en cuanto a nuestros competidores.
2. Se podría generar un rechazo del pueblo en cuanto a un nuevo alojamiento turístico o a la llegada de una mayor masa de turistas a la localidad debido a que la

infraestructura de los establecimientos no está preparada para una gran corriente de turistas.

Amenazas

Por amenazas se comprende a las situaciones o problemas externos que resultan desfavorables para la corporación y pueden afectar de manera directa a la existencia de la misma, por lo cual es óptimo realizar una estrategia que logre solucionar estas problemáticas.

Hemos podido distinguir seis amenazas:

1. La posibilidad de que los competidores copien o utilicen los mismos servicios que nuestra empresa brinda lo cual nos generaría una amenaza competitiva con los otros alojamientos turísticos
2. El agente climático (sequías, inundaciones etc..) es un gran influyente en la localidad y puede afectar a las actividades y servicios a brindar por parte de la estancia.
3. Mala señalización del viñedo, ya que no hay tantos carteles que indiquen la dirección en la que se encuentra el viñedo, y los pocos que hay no son muy claros y no están tan a la vista.
4. Nuevas restricciones por un rebrote dada la situación sanitaria que estamos viviendo. Todo se encuentra en constante cambio y lo que hoy es de una manera, puede que mañana sea de otra.
5. La situación económica inflacionaria de Argentina siempre es una amenaza que atenta contra la estabilidad de los emprendimientos.
6. Inestabilidad Política

Plan de Marketing



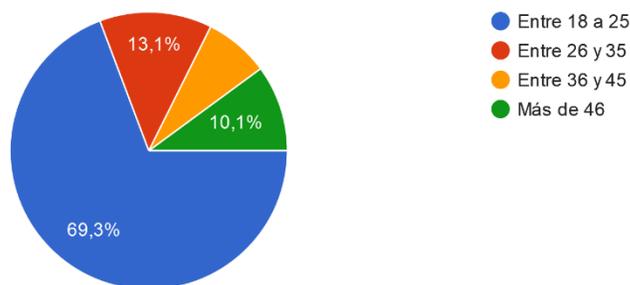
Plan de Marketing

3.1 Segmentos

La definición del segmento se vio sujeta a la realización de una encuesta y también a datos brindados por el dueño de viñedo ubicado en la zona. Una vez analizados dichos elementos, hemos llegado a la conclusión del segmento al cual debemos apuntar. Cabe destacar, que corresponde al segmento previamente imaginado por el grupo de estudio.

Junto al siguiente gráfico, se comenzará analizando el grupo etario al cual corresponderá el segmento escogido. Dentro de este, podemos observar que de las 397 encuestas realizadas los valores más altos son 69.3% (entre 18 a 25 años) y 13.1% (entre 26 y 35 años). A esta información le agregamos los datos provistos por Horacio Spinazzola, dueño del viñedo Finca Don Atilio, en donde mencionaba que la mayoría de las personas que visitaban la zona y realizan turismo tienen entre 25 y 40 años de edad. Tomando esta información en conjunto, podemos observar que el grupo etario pertinente al cual se dirige principalmente el proyecto ronda entre los 25 y 40 años.

Edad
397 respuestas



En el siguiente gráfico, se puede apreciar el grupo social con el cual se suele realizar este tipo de turismo. Según lo que podemos visualizar, el 53,7% correspondiente a un total de 397 respuestas, han declarado que suelen viajar en grupos familiares.

¿Con quién o quiénes soles viajar?

397 respuestas



Por otro lado, tomando la información que nos brindó el dueño del viñedo, los turistas que están interesados en el tipo de servicios que ofrecemos provienen de Ciudad Autónoma de Buenos Aires, el primer cordón de Gran Buenos Aires y también, de otros países como Rusia, China, Brasil, España, Estados Unidos, Uruguay, Colombia, entre otros.

3.2 Objetivos comerciales

Corto Plazo

- Conseguir 500 seguidores en Instagram los primeros 3 meses luego de la inauguración.
- Obtener 2 convenios con portales de reserva en los primeros 3 meses de operatoria.
- Capacitar al 100% del personal sobre primeros auxilios en un plazo de un 1 mes
- Establecer alianzas con 3 prestadores de servicios turísticos y transporte durante los próximos 3 meses luego de la puesta en marcha del proyecto.

Mediano Plazo

- Mantener una ocupación del 35% durante los primeros 6 meses.
- Llegar a vender 750 cupos de días de campo en un plazo de 6 meses.

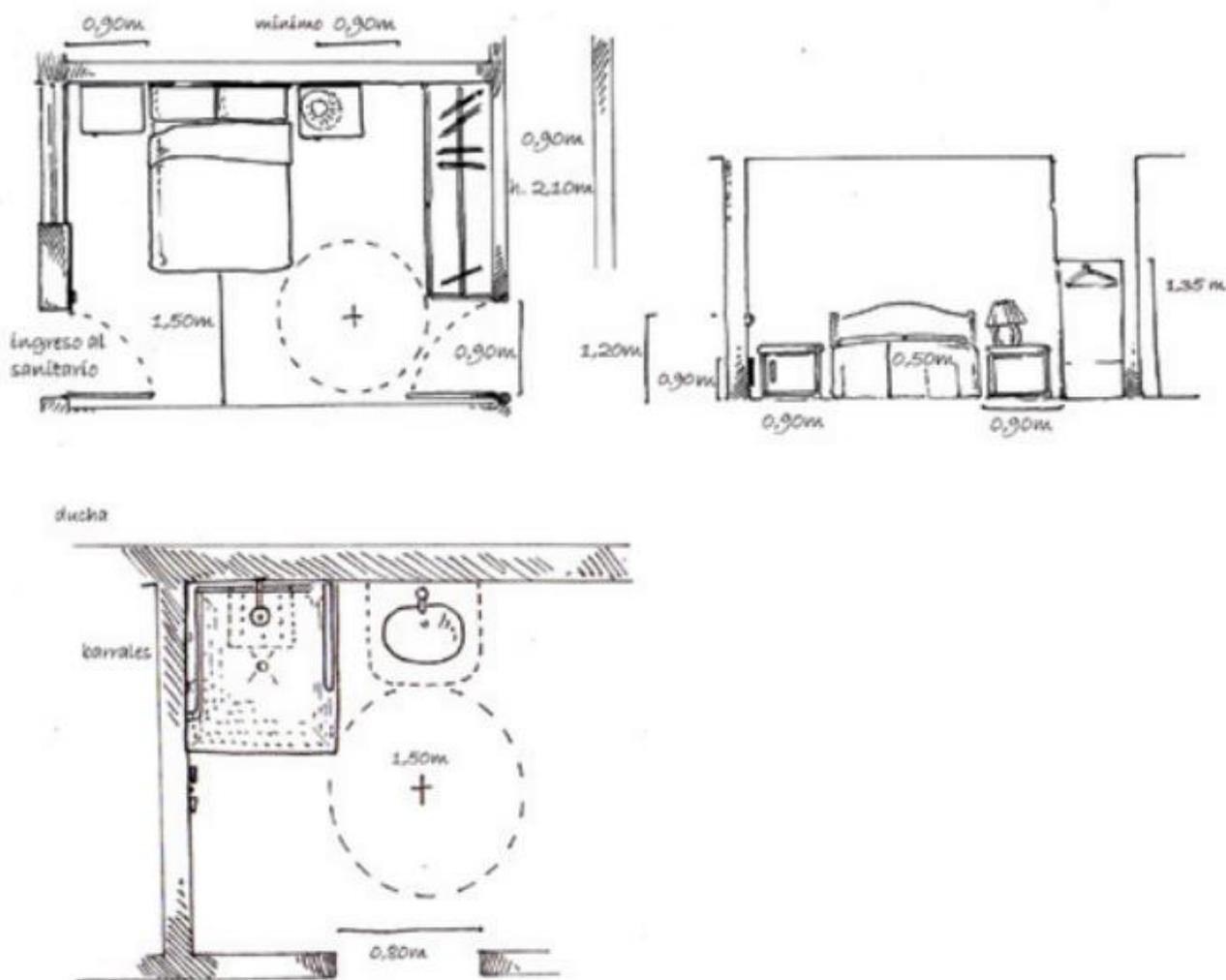
Largo plazo

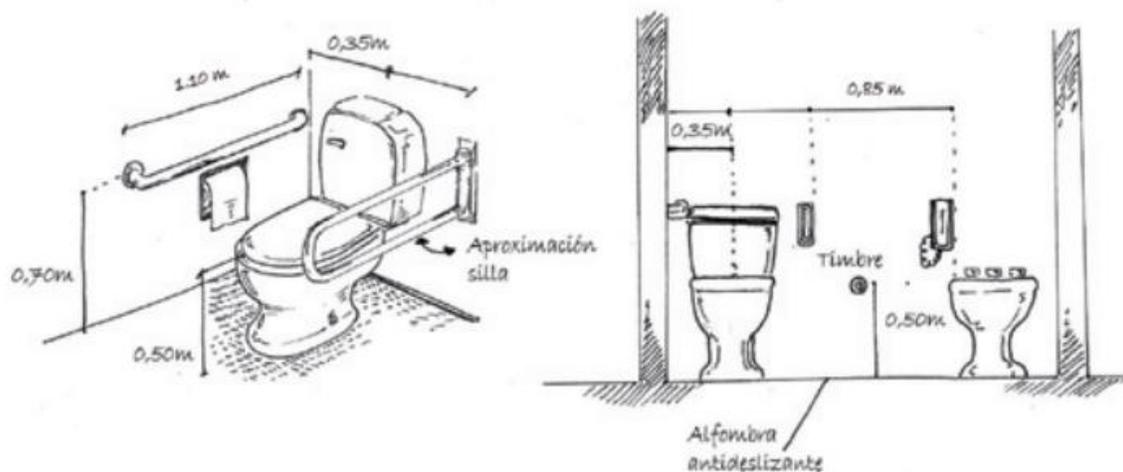
- Llegar a tener el 54% de noches vendidas por habitación en el plazo de un año.
- Comenzar a operar en un plazo de 1 año y medio desde el inicio del proyecto.

3.3 Producto

La estancia contará con dos pisos en los cuales se distribuirán un total de 12 habitaciones (6 en cada piso). Estas estarán divididas en:

- 6 Dobles: La superficie de estas será de 20m², y contará con la posibilidad de agregar una cama. Las dobles tendrán conexión en la medida que sea requerida.
- 4 Cuádruples: La superficie de estas será de 32m².
- 2 Dobles Accesibles: serán destinadas a personas con movilidad reducida.

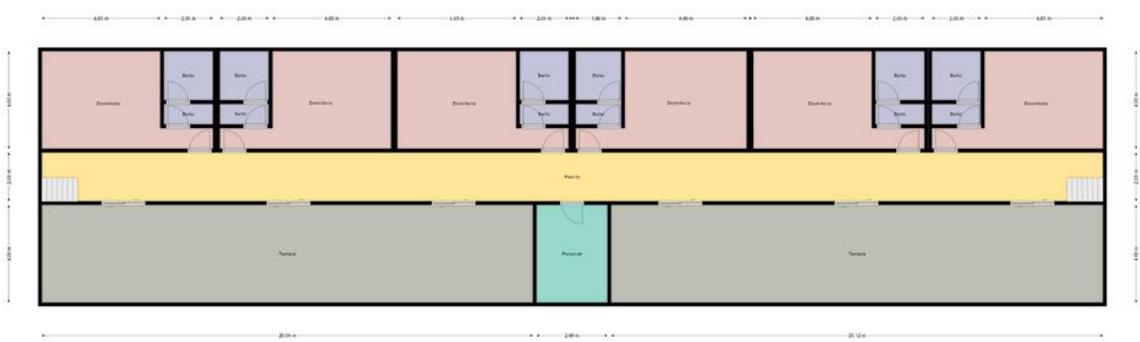




Planos a modo ilustrativo extraídos de:
[file:///D:/Downloads/Directrices_de_Accesibilidad_en_Alojamientos_Turisticos%20\(1\).pdf](file:///D:/Downloads/Directrices_de_Accesibilidad_en_Alojamientos_Turisticos%20(1).pdf)



Plano ilustrativo de la disposición de planta baja. Elaboración propia mediante FloorPlanner.com



Plano ilustrativo de la disposición del 1er piso. Elaboración propia mediante FloorPlanner.com



Plano ilustrativo de la disposición del SPA. Elaboración propia mediante FloorPlanner.com

En términos generales los servicios que se podrán encontrar dentro de todas las habitaciones son: Aire acondicionado frio/calor, Smart TV, WiFi, amenities, servicio de blancos, secador de pelo, teléfono, mesa de luz, baño privado con ducha, caja fuerte. El método que se utilizará para ingresar a todas las habitaciones es con tarjeta magnética.



Imagen a modo ilustrativo. Fuente: Pinterest.com

La estancia poseerá un servicio de desayuno campestre que iniciará a partir de las 8:00 hasta 10:30. Contendrá fiambres elaborados en la localidad, mermeladas, manteca, jugo exprimido, medialunas, pan de campo, dulces, tostada, huevos revueltos, infusiones (café, té, leche, agua, mate), cereales y frutas.



Imagen a modo ilustrativo. Fuente: Pinterest.com

Por otra parte, se ofrecerá un servicio de spa que será diferenciado por el uso de una técnica vinoterapéutica. Esta consistirá en la extracción de las propiedades benéficas que nos ofrece la uva para mejorar nuestra piel y cuerpo en general. El vino que se utilizará será el dispuesto por el viñedo Don Atilio ubicado en la zona. También, se realizarán maridajes que consisten en una cata de vinos a ciegas, la cual serán acompañadas con una variedad de quesos locales.



Imagen a modo ilustrativo. Fuente: Pinterest.com

Además, ofreceremos la posibilidad de contratar un día de campo en el cual las familias/ amigos podrán disfrutar desde las 8am hasta las 18hs nuestros servicios. Estos incluirán el desayuno campestre, una pequeña picada, un almuerzo de comida regional (empanadas, asado, pastas, ensaladas, entre otros), postre (flan casero, budín, vigilante, helado, ensalada de fruta, entre otros) y por último, una merienda campestre (infusiones, tortas fritas, alfajores de maicena, tostadas, tartas, entre otros). Durante el día podrán disfrutar de las diferentes actividades (Pileta, sector de juegos, bicicletas, masterclass de gastronomía regional) y por otro lado, se ofrecerá la posibilidad de contratar servicios que tendrán un costo adicional (vinoterapia, maridajes).

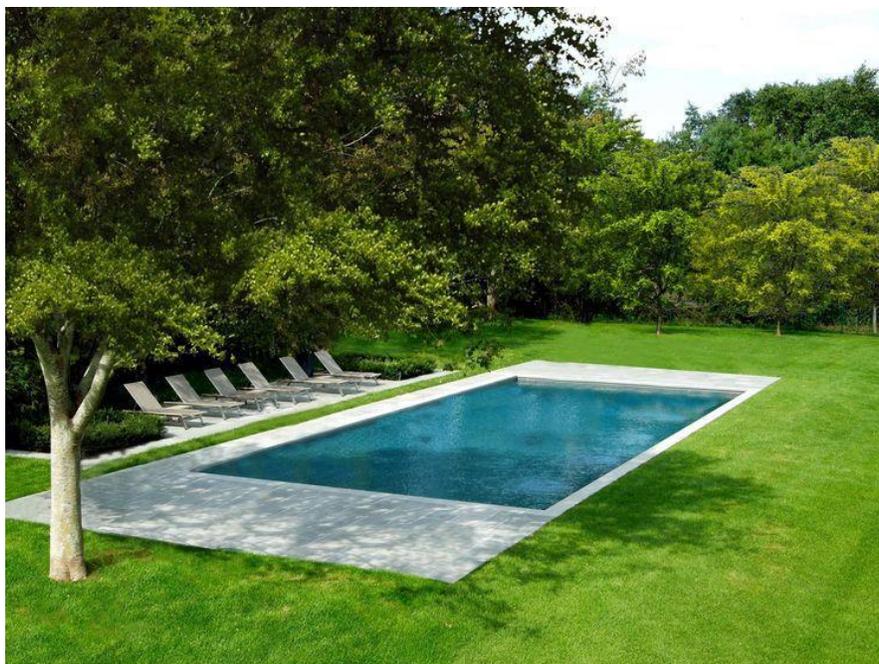


Imagen a modo ilustrativo. Fuente: Pinterest.com

En lo que refiere a la cena, al momento de realizar el check-in se le brindará al huésped una hoja con un listado de los diferentes restaurantes que se encuentran abiertos y sus respectivos horarios. Así mismo, van a contar con descuentos para los mismos.

El establecimiento contará con recepción las 24hs, servicio de limpieza, playa de estacionamiento, living comunitario, patio para descansar, sector de juegos para chicos, piscina y WiFi gratuito en todas las áreas. Por otro lado, se ofrecerá la prestación de servicio tercerizado de bicicletas brindado por la empresa “Pichon”, las cuales estarán disponibles en la estancia los fines de semana desde las 8hs hasta las 15hs.

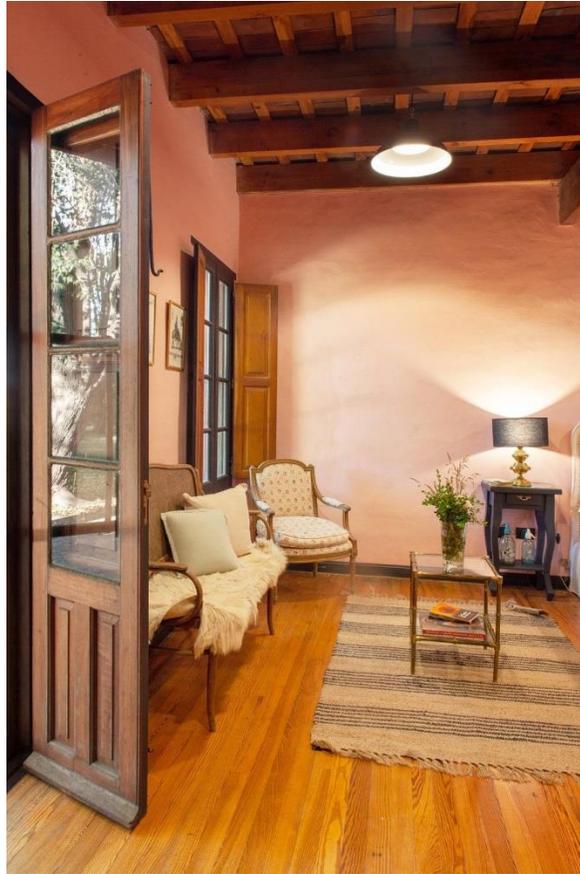


Imagen a modo ilustrativo. Fuente: Pinterest.com

Debemos destacar que la recepción poseerá una zona de back office, donde los empleados podrán reunirse y descansar. También es allí donde estará ubicada la parte administrativa. Con respecto al área de housekeeping, se tendrá dos cuartos de blancos con los insumos correspondientes. Uno estará ubicado en planta baja, mientras que el segundo se encontrará en el primer piso de la estancia.

El establecimiento tendrá alianzas con el viñedo Don Atilio, con la Escuela Don Bosco de Uribelarrea. Por un lado con la Escuela la alianza consistirá en un descuento en la compra de productos, a cambio de usar sus elaboración en las comidas proveídas por el hotel. Por otro lado, con respecto al viñedo Don Atilio, nos ofrecerá visitas los días que no realizan actividad, ya que ellos al público solo le ofrecen los sábados y domingos. Además, obtendremos una comisión del 13% por servicio vendido.

3.3.2 Necesidad que satisface

La estancia fue creada con el fin de satisfacer la alta demanda que posee la localidad de Uribelarrea durante los fines de semana. Además, brindar una innovadora propuesta con la incorporación del primer spa con vinoterapia de la localidad. Si bien ya existía el concepto de “escapadas de fin de semana”, post pandemia, esta modalidad de viajes cortos a destinos cercanos tuvo una mayor demanda. Por esto mismo, es que decidimos crear un lugar en donde las personas puedan tomarse ese descanso cerca de la Ciudad de Buenos Aires.

3.3.3 Estrategia según ANSOFF

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
MERCADOS	ACTUALES	PENETRACIÓN DE MERCADOS	DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS
	NUEVOS	DESARROLLO DE NUEVOS MERCADOS	DIVERSIFICACIÓN

El tipo de estrategia según Ansoff que creemos necesario implementar para este proyecto corresponde al de productos actuales y mercados actuales. Esto se debe a que no estamos ofreciendo un servicio nuevo, ni tampoco va dirigido a nuevos mercados emergentes. Por eso, debemos seguir una estrategia de “penetración del mercado” ya que, al ser un producto/servicio existente en lo que refiere al hospedaje y un mercado actual (grupos familiares entre 25 a 40 años), el modelo estratégico a utilizar por Ansoff es ese.

3.4 Precio

Para poder realizar y establecer el precio promedio por noche vamos a tener en cuenta los servicios a ofrecer en la estancia (tanto para la estadía como para el día de campo) y también, analizaremos los precios de la competencia directa. Como se mencionó anteriormente, las tarifas por noche en base doble en los hoteles / aparts de la zona, se ubican en un rango de \$3000 a \$11000 pesos. Esta diferencia en los valores, depende de las diferentes categorías de habitación y servicios que cada uno de estos ofrece. Teniendo en cuenta los servicios a ofrecer en la “Estancia La Valentina” y los valores que tiene la competencia, el precio promedio por noche en base doble será de \$12500.- pesos. En este precio estará incluido la estadía, el desayuno, uso de áreas comunes (pileta, zona de juegos, entre otras), el servicio de spa con la vinoterapia y las bicicletas.

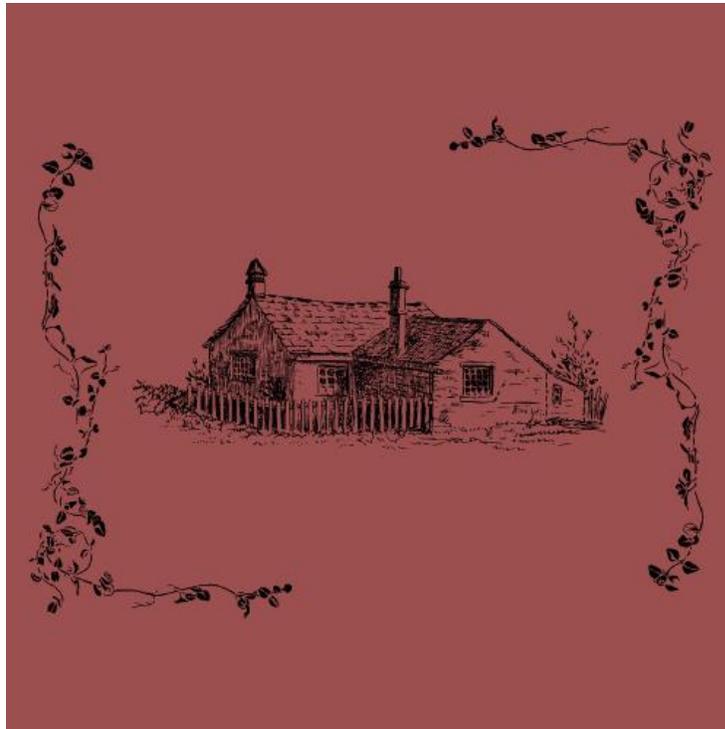
Con respecto al día de campo, no contamos con una competencia directa, ya que en el destino no ofrecen ese servicio. El precio por persona será de \$5000 pesos final, en el cual está incluido el desayuno, el uso de áreas comunes (pileta, zona de juegos, entre otras), el almuerzo y la merienda. Por último, se estima que el servicio de SPA tendrá un costo de \$3500 pesos. Esto incluye los masajes y la aplicación de la vinoterapia con una duración de 1 hora y media.

Plan de Comunicación

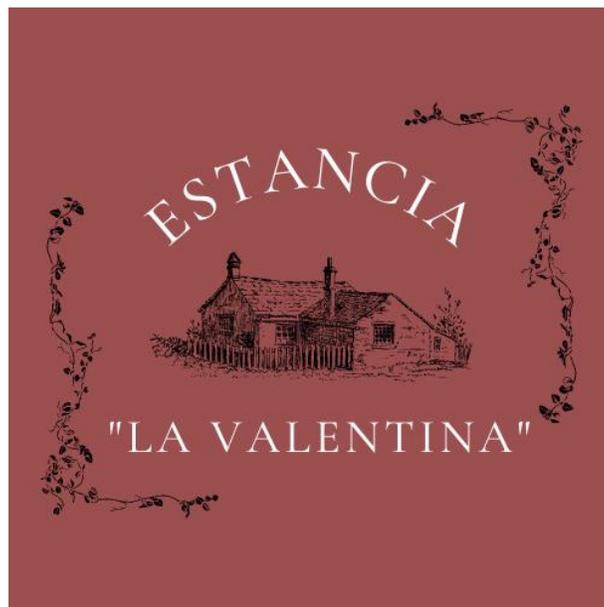
Para comenzar queremos hacer hincapié en el nombre de la estancia, el cual es “La Valentina” ya que tiene una connotación sentimental para el grupo. Al pensar el nombre, se nos venían a la cabeza ideas de servicial, fidelidad, calidad y valentía. Realmente no se nos ocurría qué palabra podría representar todas esas características, pero, en un momento de nostalgia por parte de una compañera del grupo surgió el nombre “Valentina”. Valentina corresponde al nombre de una perrita que formó parte de la familia de nuestra compañera por 21 años, que desafortunadamente falleció, pero que dejó hermosos recuerdos en las memorias del grupo. Como forma de conmemoración, se escogió ese nombre no solo por ello, sino que cumplía con los valores que buscábamos y queríamos que representara.



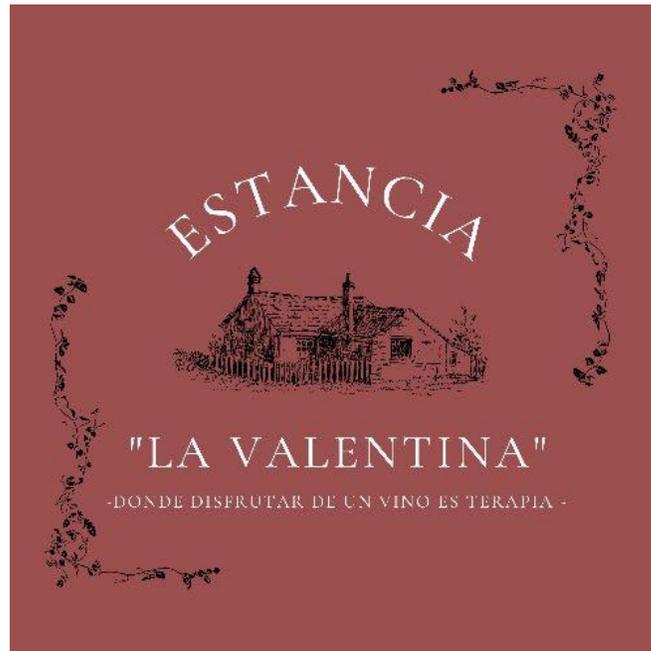
La imagen de marca que pudimos definir trata de reunir todos los elementos tangibles e intangibles que representan el valor de la empresa y que se quieren traspasar hacia los consumidores. El isotipo con el cual hemos representado a la empresa es la estancia rodeada de parras de uva, debido a que quisimos hacer alusión a nuestra alianza con la Finca Don Atilio y a nuestro factor distintivo en la localidad que son los tratamientos terapéuticos y de belleza a base de la vid. Así mismo utilizamos el color del vino como el color distintivo de la imagen de marca y además como una manera de diferenciarnos de nuestros competidores.



En segundo lugar, nuestro isologotipo está conformado por la imagen de una estancia rodeada de parras de uva y el nombre correspondiente de la misma.



El logotipo está conformado por la denominación de la estancia más el slogan correspondiente. El slogan es “Estancia La Valentina, donde disfrutar de un vino es terapia.” y hace referencia a nuestro innovador servicio de spa con vinoterapia.



3.5 Cronograma de ejecución

Los canales que hemos escogidos para difundir el proyecto son la página web, Instagram, correo electrónico y folletería. En primer lugar, escogimos la página web, debido a que es una plataforma necesaria a la hora de difundir el proyecto y llevar la información pertinente al cliente. La presencia de una página web también nos permitirá tener un posicionamiento acorde.

En segundo lugar, Instagram ha sido escogido por su facilidad a la hora de realizar publicaciones “express”. A esto, se le suma el bajo costo que se percibe a la hora de generar contenido y promocionar los diferentes tipos de servicios y productos que se ofrecen. Es una aplicación muy utilizada por distintos rangos etarios lo cual nos permite una mayor difusión de nuestro servicio, ya que, puede llegar tanto como por la franja etaria que hemos seleccionado como público objetivo.

En tercer lugar, creemos que siempre es bueno contar con un correo electrónico que nos permita realizar mailing. Este, nos permitirá informar al cliente adherido al sistema de correo electrónico, sobre los servicios, novedades y promociones que se van realizando.

A continuación, se deja de forma ilustrativa, una imagen de newsletter:



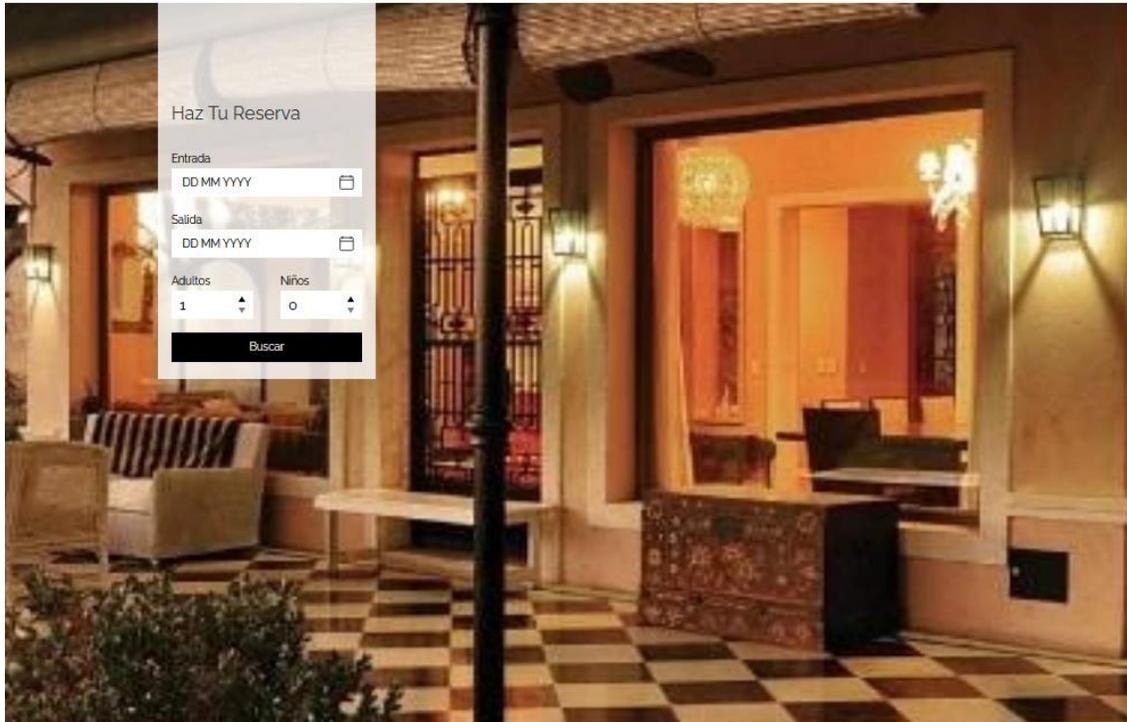
Por último, se escogió como forma tradicional el uso de flyers que serán colocados en los diferentes prestadores de servicios de la localidad de Uribelarrea. Esto permitirá que tanto los residentes locales como las personas que estén realizando turismo en la zona, puedan conocer los diferentes descuentos que brindaremos para ciertas fechas particulares.

Canales	Actividades	Segmentos	Costos	Tipo de medio	Meses del año															
					E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D				
Página web	Promociones en temporada baja	Público objetivo	Sin costo adicional	Digital																
	Voucher cierre de temporada																			
	Actualizar información sobre las actividades y las tarifas																			
Instagram	Sorteos en temporada baja	Público objetivo	Sin costo adicional	Digital																
	Publicidad temporada alta		\$18.000 por seis meses																	
	Publicidad temporada baja		\$9.600 por dos meses																	
	Interacción con los seguidores (encuestas, <u>trivias</u> , preguntas, datos curiosos)		Sin costo adicional																	
	Repost de la experiencia de los consumidores																			
	Publicaciones y reels de los servicios a ofrecer																			
	Video recopilatorio de la experiencia de todo el año																			
Correo electrónico	Mailing (2.000 por mes)	Ex clientes afiliados al correo electrónico	\$2.904 anual	Digital																
Folletería	Dejar <u>flyers</u> promocionales por fechas especiales en diferentes comercios de la localidad (1.000 <u>flyers</u>)	Locales y turistas	\$13.770 por tres meses	Tradicional																

3.5.1 Plataformas

Las plataformas que se han escogido para comunicar los aspectos comerciales y vínculos con el público son Página web e Instagram.

Página Web: Contendrá la información de los servicios, características del alojamiento y de las habitaciones, opción de suscripción a un mailing para estar al tanto de promociones, botón de reserva de habitaciones. Poseerá a su vez en el motor de reservas la funcionalidad de multi-idioma. Por último, también tendrá información básica, como la ubicación, números de teléfonos y email, junto a un chat online para aquella persona que tenga consultas, quejas, recomendación, entre otros tópicos para comunicarnos.



Haz Tu Reserva

Entrada

DD MM YYYY

Salida

DD MM YYYY

Adultos

1

Niños

0

Buscar

Domicilio
Buenos Aires/CP | +54 011 4776-5468



Contactanos

© 2023 by The Salinger Hotel. Proudly created with [Wix.com](#)

¡Suscribite para conocer nuestras promociones!

Suscribirse

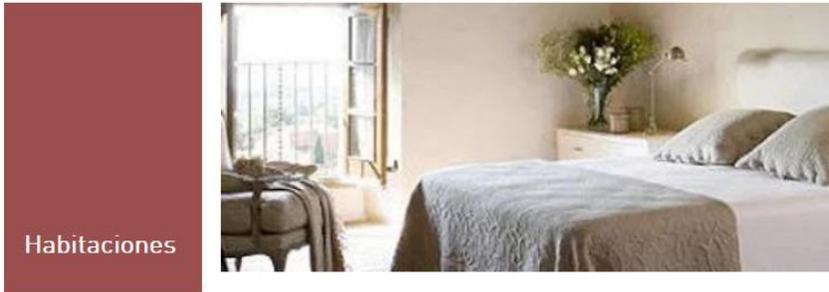


Servicios



- Spa
- Vinoterapia
- Día de campo
- Piscina
- Servicio a la habitación
- Wi-Fi
- Zona de juego
- Alquiler de bicicletas
- Traslados al viñedo
- Cata a ciegas
- Espacios Pet-friendly





Habitaciones

Nuestras Habitaciones

Entrada Salida 1 Adultos 0 Niños [Buscar](#)



Suite Junior

Nuestras Suites Junior ofrecen hermosas vistas de la ciudad.

- Tamaño: 260 ft²
- Camas: 2 dobles



Desde
\$250

[Más Información](#)

Nuestras Habitaciones

Entrada Salida 1 Adultos 0 Niños [Buscar](#)



Suite Junior

Nuestras Suites Junior ofrecen hermosas vistas de la ciudad.

- Tamaño: 260 ft²
- Camas: 2 dobles



Desde
\$250

[Más Información](#)



Habitación Estándar

Nuestras Habitaciones Estándar son la perfecta combinación entre funcionalidad y confort.

- Tamaño: 230 ft²
- Camas: 1 dobles



Desde
\$150

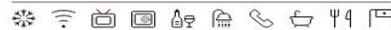
[Más Información](#)



Habitación Superior

Nuestras Habitaciones Superiores son confortables, espaciales y elegantes.

- Tamaño: 280 ft²
- Camas: 1 king size

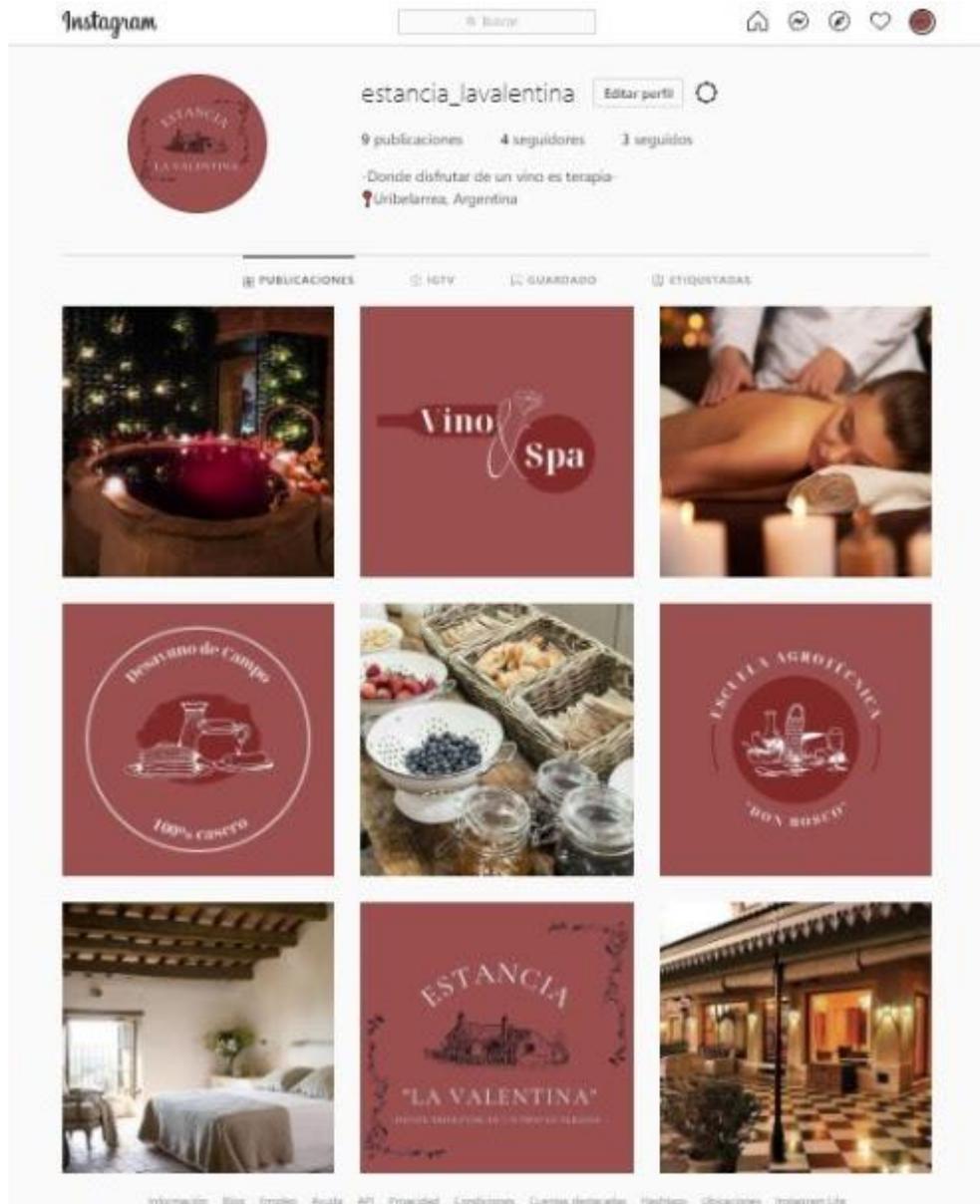


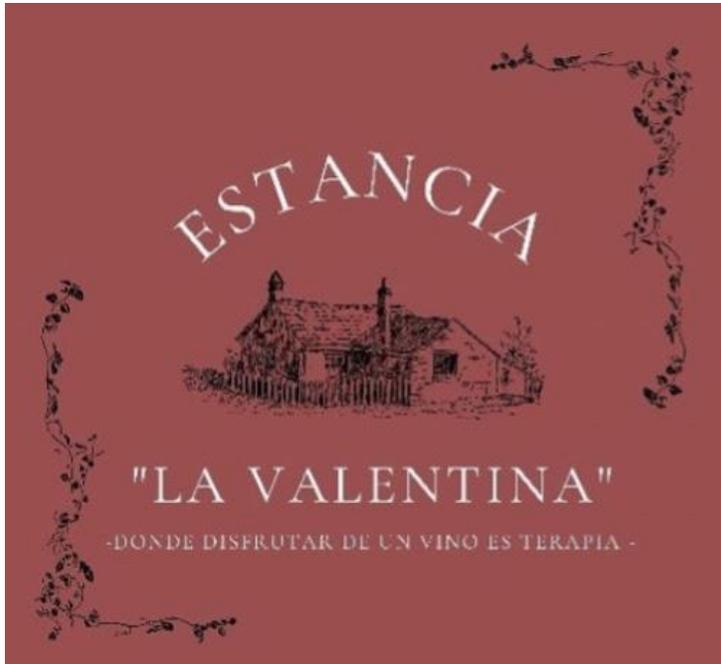
Desde
\$350

[Más Información](#)

Tanto los nombres de las habitaciones como los precios que se muestran no son los definitivos, son a modo de referencia visual

Instagram: También se ha generado una cuenta de Instagram para promocionar y mostrar nuestros productos y servicios. También servirá como punto de contacto entre futuros o actuales clientes y la empresa. Por último, no sólo informaremos de los productos que ofrecemos, sino que también sobre distintos tópicos, como, por ejemplo, la funcionalidad de la vinoterapia.





estancia_lavalentina

estancia_lavalentina ¡Bienvenidos a todos a nuestros primeros post de " La Valentina"! 🍷🌟

El día de hoy venimos a contarles curiosidades de los fundadores de la estancia 😊

🍷 Son 5 en total:

- Dafne Belén Cabrera
- Milagros del Rosario Fleytas
- Sebastián Matas Ferrari
- Camila Rosa
- Tamara Emma Sosa

🍷 Ellos han recorrido un largo trayecto

🍷

Sé el primero en indicar que te gusta esto

HACE 11 HORAS

😊 Agrega un comentario... [Publicar](#)

🍷

estancia_lavalentina ¡Bienvenidos a todos a nuestros primeros post de " La Valentina"! 🍷🌟

El día de hoy venimos a contarles curiosidades de los fundadores de la estancia 😊

🍷 Son 5 en total:

- Dafne Belén Cabrera
- Milagros del Rosario Fleytas
- Sebastián Matas Ferrari
- Camila Rosa
- Tamara Emma Sosa

🍷 Ellos han recorrido un largo trayecto juntos, ya que se conocen desde el primer año en que entraron a la universidad

🍷 "La Valentina" nació de su tesis facultativa, con la cual lograron graduarse y recibir el propio título de Licenciados en Turismo y Hotelería 🤯

12 hours ago · [See Translation](#)



estancia_lavalentina

estancia_lavalentina Nuestra gente y todo lo que hacen son orgullo de nuestra tierra. Por esa razón te invitamos a la estancia a degustar de la mejor producción artesanal que nos brinda la escuela "Don Bosco" para nuestros desayunos y días de campo 😊

#diadecampo #desayunodecampo #estancialavalentina #produccionartesanal #turismonacional #uribelarrea

10 h



Sé el primero en indicar que te gusta esto
HACE 10 HORAS

Agrega un comentario... Publicar



estancia_lavalentina

estancia_lavalentina ¿Sabías qué es la vinoterapia? 🤔🔍

Por si no lo sabías acá te explico 📌
La vinoterapia es un tratamiento de belleza que se aplica al cuidado de la piel, el bienestar y la relajación con las propiedades antioxidantes que nos brindan tanto las uvas como e vino.

Ahora que estás informado ¿Te animás a meterte en nuestro baño de inmersión en vino tinto? 🍷👉

11 h



Sé el primero en indicar que te gusta esto
HACE 11 HORAS

Agrega un comentario... Publicar

Folletería: También hemos desarrollado una serie de flyers para informar sobre descuentos durante ciertas fechas festivas y además sobre los días de campo que estaremos realizando en la estancia porque es la forma más tradicional para atraer la atención de los potenciales clientes.



VENDIMIA EN URIBELARREA

**20%
OFF**

EN LA ESTADÍA

"ESTANCIA LA VALENTINA"

VÁLIDO DESDE 01/03/22
AL 10/03/22



@ESTANCIA_LAVALENTINA



+ 54 9 11 5636 8543

SAN VALENTIN

SALE

15 %
OFF

EN LA ESTADÍA
"ESTANCIA LA VALENTINA"

 @ESTANCIA_LA VALENTINA  + 54 9 11 5636 8543

No esperes el momento perfecto, haz que el momento
sea perfecto

DÍA DE CAMPO

Estancia
"La Valentina"

SÁBADO, 5 DE JULIO DE 2022.



Comercialización

En relación a la comercialización del producto del presente proyecto, utilizaremos ambas metodologías, tanto directas como indirectas.

Como la gran mayoría de servicios de hospedaje, hemos optado por hacer uso de la plataforma Booking.com. Este es un metabuscador enfocado a la reserva de alojamientos con un alcance mundial. En promedio, la comisión que percibe Booking por mes varía entre un 15% a un 23%.

Por otra parte, también se estará comercializando a través de TripAdvisor que corresponde a una plataforma de reservas y de reseñas sobre las experiencias de los turistas que consumieron algún servicio previamente.

Enfocándonos en los beneficios tanto de TripAdvisor y Booking.com, debemos destacar que ambas plataformas son muy reconocidas y poseen un alto alcance. Booking.com, es una de las páginas de reserva más utilizadas a nivel mundial brindando seguridad y compromiso. En el caso de TripAdvisor, permite acercar a la gente una opinión de aquellas personas que consumieron el servicio. Esta última también permite a la empresa tener un feedback de parte de los huéspedes para poder mejorar los servicios y/o productos que se brindan.

Luego, también se podrán realizar reservas de habitaciones a través de nuestro propio motor de reserva por medio de la página web de Estancia “La Valentina”. Por la red social Instagram, se podrá ser redirigido para ingresar al sitio web e informarse más sobre los productos, precios y servicios ofrecidos en la estancia. La ventaja que encontramos al usar este canal de reservas, es que evitamos pagar las comisiones a las OTA´s. También evitamos a los intermediarios y podemos tener un trato más directo y personalizado con el huésped.

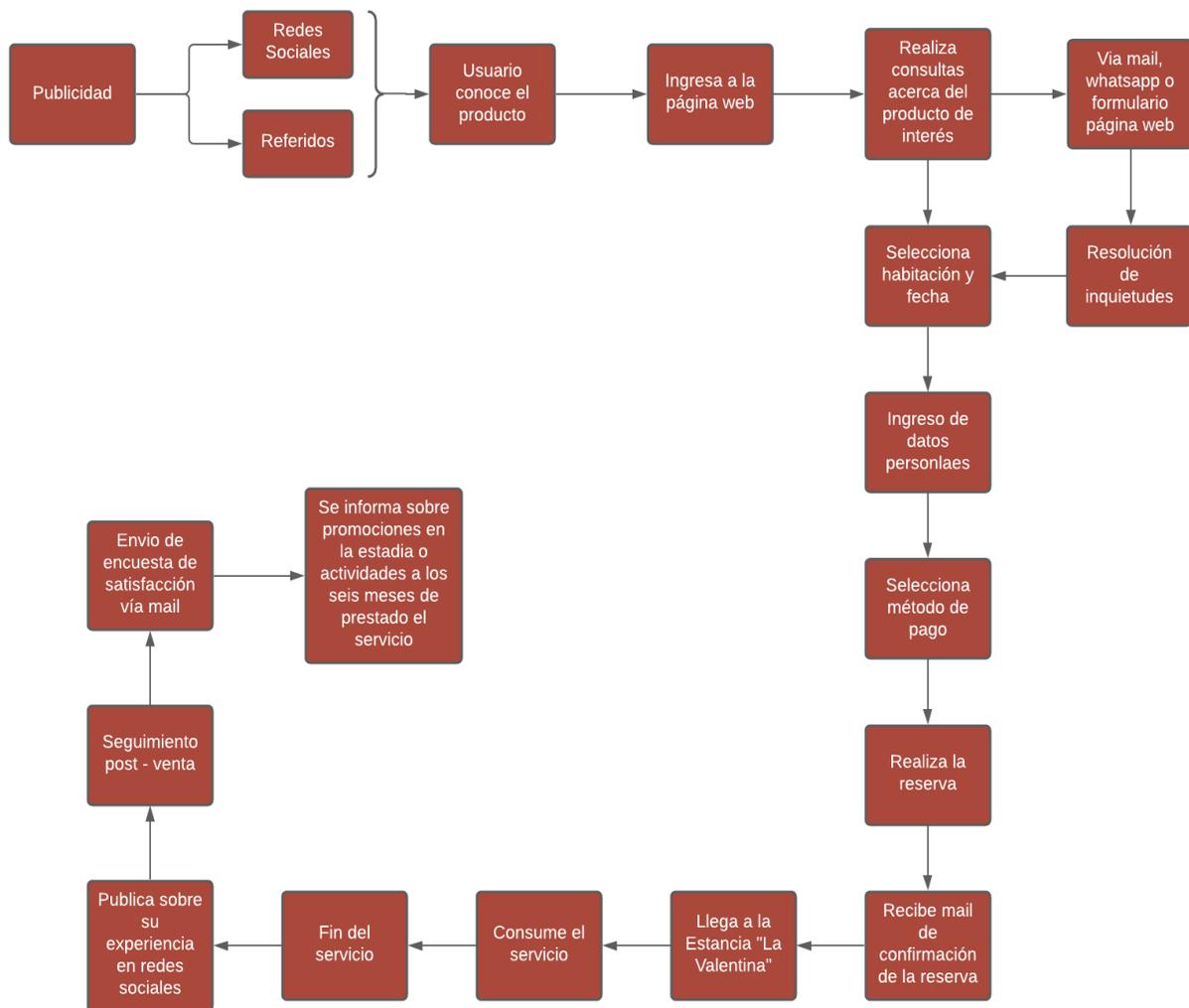
Para finalizar, no podemos dejar de lado los pasajeros Walk In. Considerando que la mayor cantidad de desplazamientos se da durante el fin de semana, se permitirá que los Walk in puedan alojarse sin reserva, siempre y cuando se tenga disponibilidad para las reservas de venta front.

Plan de Operaciones



Plan operativo

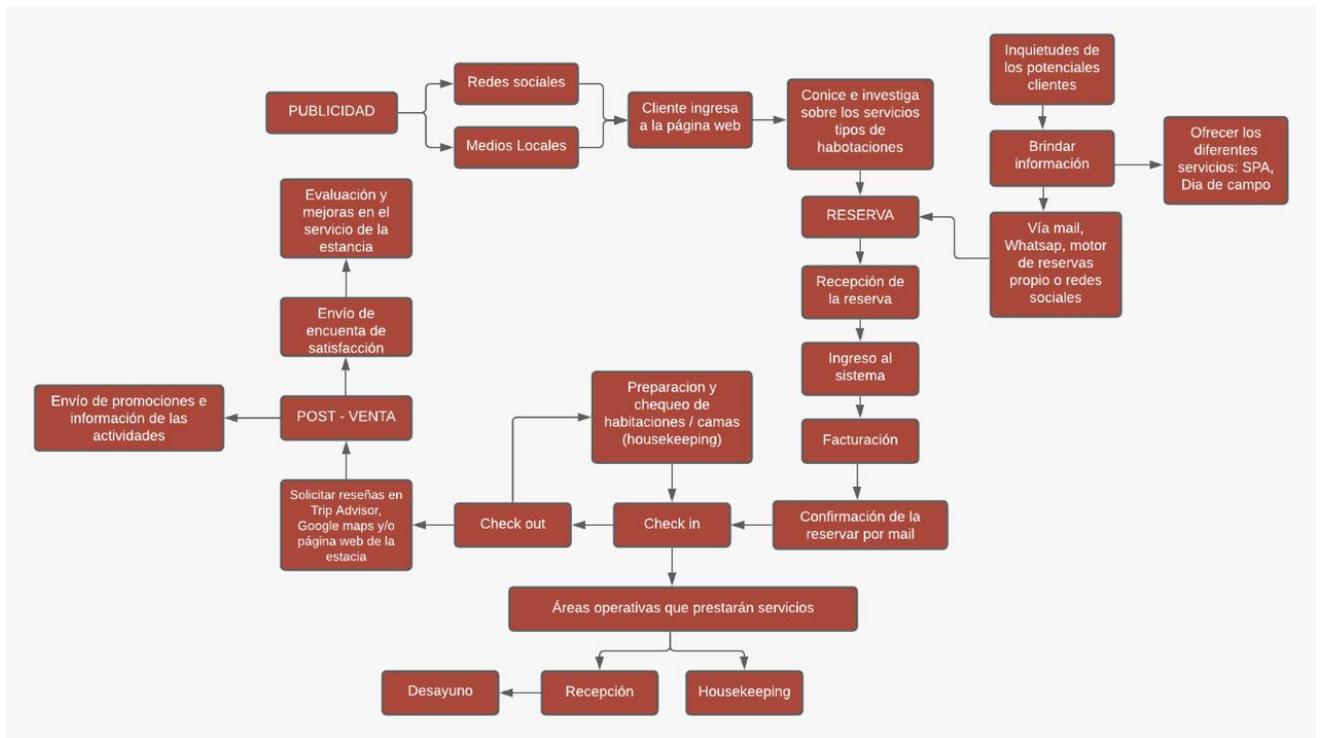
4.1 Proceso de reserva online (Front)



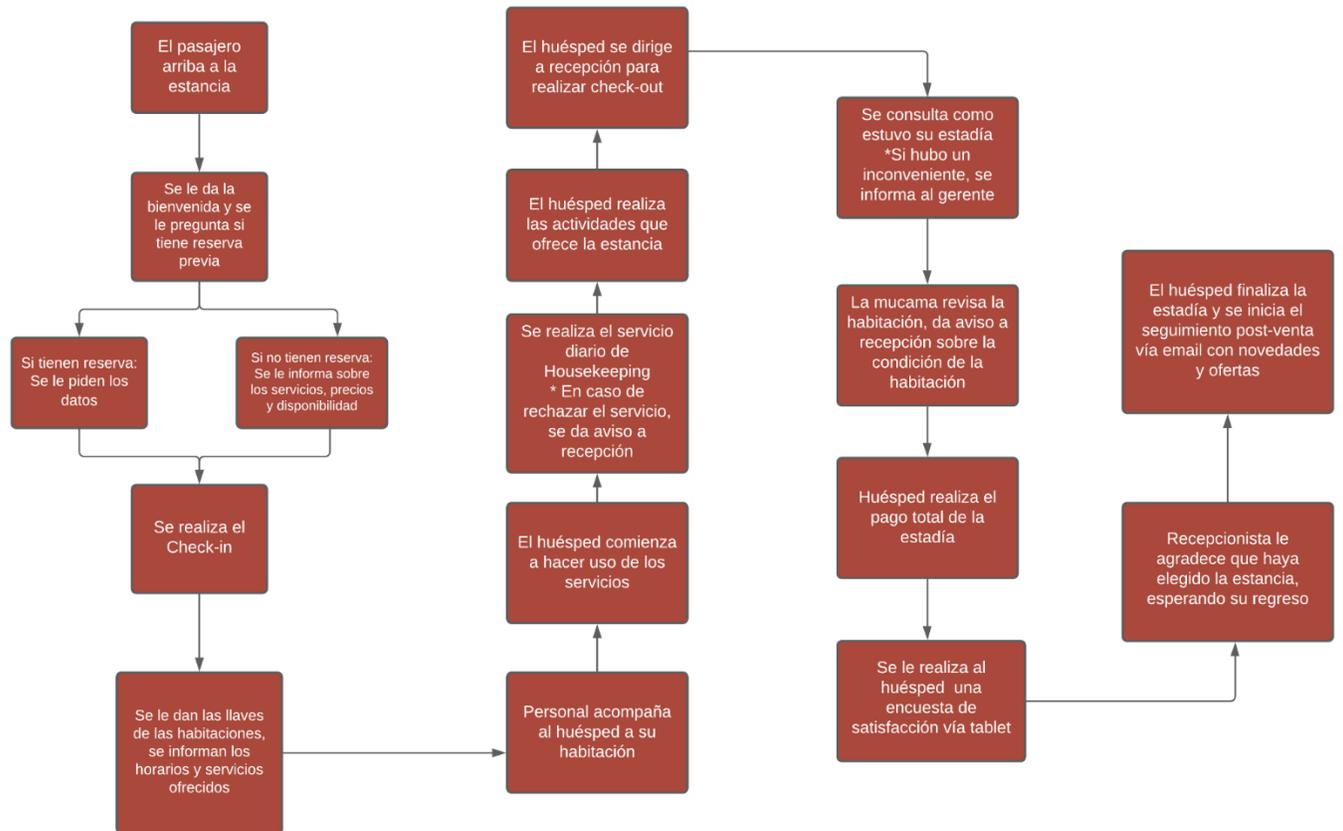
4.2 Proceso de reserva



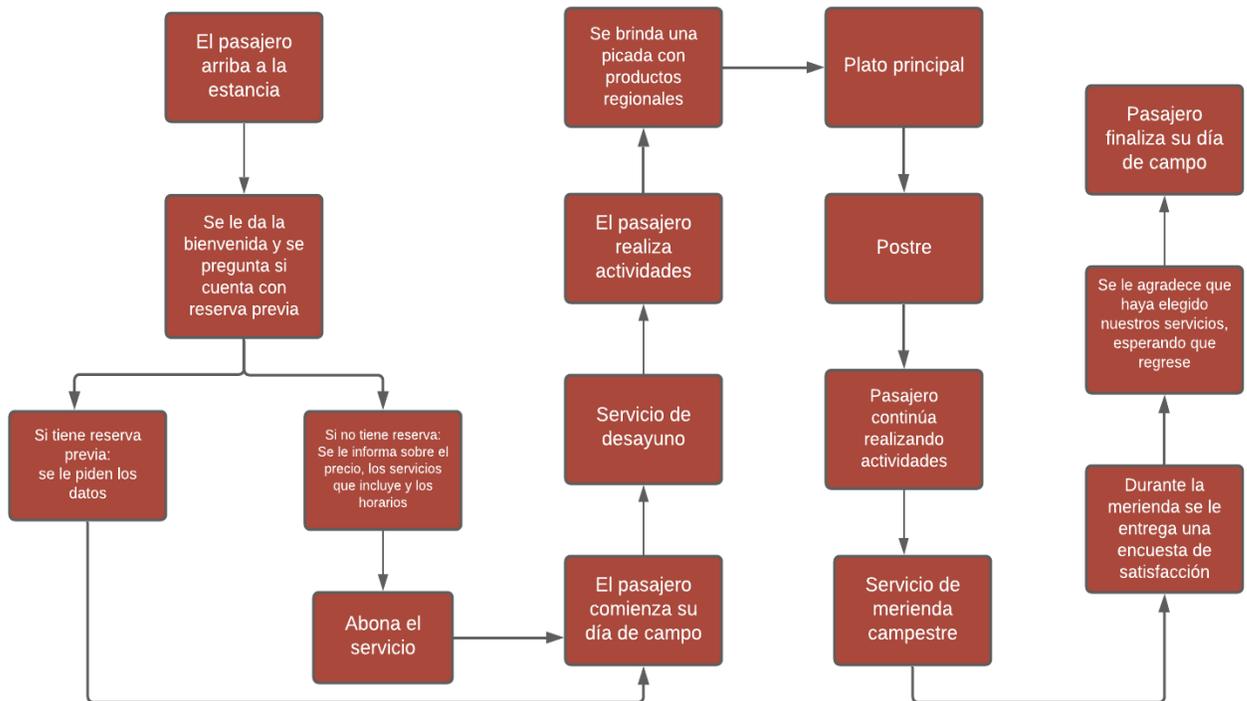
4.3 Proceso de back



4.4 Proceso de servicio de alojamiento



4.5 Proceso de servicio día de campo



FRONT				
Proceso	Personal	Espacio - Infraestructura	Equipamiento	Materiales
El cliente se informa	Recepcionista	Redes sociales, página web, whatsapp, mail	Computadora, celular de empresa	Wifi
El cliente hace su check in	Recepcionista	Recepción	Computadora, sistema de reservas, handy, caja, posnet	Llaves magnéticas, rooming list, ficha de registro, lapicera, resaltador, hojas en blanco
El cliente hace check out	Recepcionista	Recepción	Computadora, sistema de reservas, teléfono, caja, handy, posnet	Llaves magnéticas, rooming list, ficha de registro, lapicera, resaltador, hojas en blanco

HOUSEKEEPING				
Proceso	Personal	Espacio - Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Limpieza de habitaciones	Housekeeper	Habitaciones	Insumos necesarios de limpieza	blancos, llaves magnéticas, amenities, rooming list.
Limpieza de áreas comunes	Housekeeper	Áreas Públicas		Productos químicos, trapos, perfumina, bolsas para separación de residuos

RESERVAS				
Proceso	Personal	Espacio - Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Cliente se informa	Recepcionista	Redes sociales, página web, whatsapp, mail	Computadora, celular de empresa	wi fi
Cliente realiza la reserva	Recepcionista	Recepción, medios de comercialización	Computadora, sistema de reservas, caja, posnet	Planning, ficha de registro

DÍA DE CAMPO				
Proceso	Personal	Espacio - Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Cliente compra el servicio	Recepcionista	Recepción, página web	Computadora, celular de empresa, caja, posnet	ficha de reserva, facturación
Cliente consume servicio	Coordinador	Estancia	Pileta y bicicleta en condiciones	Botiquín de primeros auxilios, ficha de reserva

SPA				
Proceso	Personal	Espacio - Infraestructura	Equipamiento	Materiales
Cliente compra el servicio	Recepcionista	Recepción, página web	Computadora, celular de empresa, caja, posnet	ficha de reserva, facturación

Cliente consume servicio	Personal del SPA	Spa	Cama de masajes, jacuzzi	vino, toallas, cremas, herramientas de mano para realizar masajes
--------------------------	------------------	-----	--------------------------	---

4.5 Operaciones críticas

En el proceso de reservas una operación crítica sería confirmarle a un potencial huésped su reserva siendo que la estancia no cuenta con disponibilidad. En este caso se procedería a disculparse con el huésped solicitante de la habitación, y se le otorgaría información y acompañamiento para la búsqueda de un alojamiento de igual o mayor categoría en la zona. Otro momento crítico dentro de este proceso sería que nuestro personal no le brinde la información adecuada sobre los servicios incluidos en su reserva, para evitar esto, debemos capacitar al personal de manera tal que no omita ninguna información.

Por otro lado, consideramos que un momento crítico podría ser un cobro incorrecto en el check out. También, otra operación crítica que nos puede afectar es la falta de personal, si alguno por algún motivo de fuerza mayor no puede asistir a su horario de trabajo, el área quedaría afectada, por eso mismo creemos necesario que todo el personal que trabaje en la estancia, sepa realizar lo mínimo de cada área.

La estancia también contará con actividades tercerizadas, lo cual hace que estas queden fuera de nuestro control, como por ejemplo la calidad de servicios brindados por la Finca Don Atilio. Otro momento crítico que se puede dar durante el “Día de campo”, es un accidente con alguno de los huéspedes, por eso mismo, se debe capacitar al personal para que sepan primeros auxilios para que puedan asistir a la persona hasta que llegue la ambulancia. Por otro lado, para el servicio de vinoterapia, una operación crítica sería que se efectúe algún daño en alguna de las instalaciones del spa. Como la estancia “La Valentina”, se encuentra alejada de las grandes urbes, esto hace que encontrar un repuesto y realizar la reparación, lleve más tiempo de lo esperado.

4.6 Sistema de calidad de servicio

Etapa del proceso: Cliente consulta sobre el producto			
Objetivos	Metas	Indicadores	Registros
Lograr que el cliente se contacte rápidamente con el personal y que éste solucione su consulta	Que el cliente tenga su duda resuelta en menos de una hora	Medición del tiempo transcurrido entre la consulta y la respuesta.	Llevar un registro de de las consultas recibidas, realizando comparaciones para evaluar su cumplimiento

Etapa del proceso: Check in			
Objetivos	Metas	Indicadores	Registros
Lograr que el cliente realice el check in de forma ágil y rápida	Que el proceso de check in se realice en no más de 15 minutos	Medición del tiempo transcurrido entre la llegada del pasajero hasta la entrega de la llave	Llevar un registro de los check in y duración del mismo, para realizar comparaciones mensuales y así evaluar su cumplimiento

Etapa del proceso: Día de campo			
Objetivos	Metas	Indicadores	Registros
Lograr que las actividades y el servicio gastronómico se realicen en tiempo y forma	Realizar el despacho de los platos en no más de 15 minutos y que se respeten los horarios estipulados para la realización de las actividades	Medición del tiempo en que se tarda en servir el plato Tomar un plazo de tres meses en temporada alta y 3 meses de temporada baja, realizando un control de tiempos y comparando los resultados para	Llevar un registro de los tiempos de despacho y otro de los tiempos de duración de las actividades, destacando si hubo retrasos en las mismas

		controlar la calidad del servicio prestado.	
--	--	---	--

Etapa del proceso: Servicio de spa			
Objetivos	Metas	Indicadores	Registros
Lograr que el cliente tenga una buena experiencia y que desee recomendarla	Lograr que 1 de cada 3 clientes nos provea al menos un nuevo cliente	Satisfacción del cliente. Encuestas a los nuevos clientes sobre cómo conocieron el lugar (recomendaciones, redes, etc)	Llevar un control mensual de las encuestas de satisfacción y de nuevos clientes para realizar una comparación y análisis por semestre.

*Plan de
Recursos Humanos*

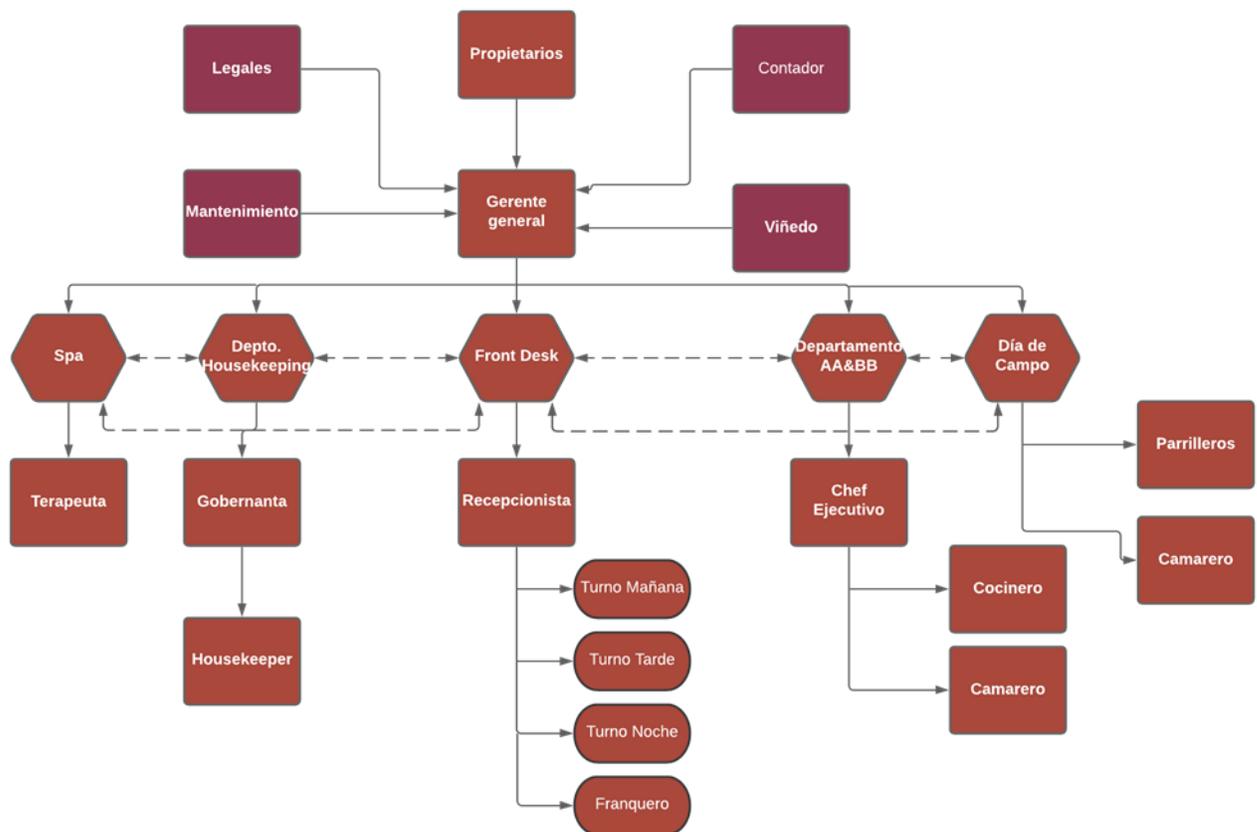


5.1 Recursos Humanos

5.1.1 Organigrama de la Empresa

En el organigrama que se detalla más adelante podemos visualizar las diversas áreas que corresponderán al ejercicio de la actividad. En un primer lugar tenemos a los propietarios y a los gerentes generales. En este caso, observamos que unos recuadros de color violeta se vinculan con este, ya que son los proveedores y servicios terciarizados que tienen una comunicación directa con la gerencia.

Por otra parte, vemos que desde la gerencia se despliegan 5 departamentos diferentes que corresponden a las áreas en la que se moverá y distribuirá el hotel durante el ejercicio de la actividad. En cada una ellas se puede observar sus respectivos trabajadores. Cabe recalcar que en el área de recepción además de estos, figuran los turnos pertinentes en el que deberán llevar a cabo su labor. Finalmente, los gerentes serán los encargados de las tareas de RR.HH, Marketing, comercialización, y a su vez, serán jefes departamentales.



5.1.2 Plantilla de empleados

A continuación, se proveerá una planilla con los empleados requeridos para el comienzo de la actividad:

Propias del Hotel				
Tareas a realizar	N° de personas requeridas	N° de horas mensuales	Turno	Calificación requerida
Gerencia (Selección de personas, gestión de quejas, análisis del	5	160 horas	9:00 a 17:00 hs	Propietarios

emprendimiento, presupuesto, selección de proveedores, control de objetivos)				
Personal administrativo (Tareas administrativas como liquidaciones de sueldos, gestión de mails y control de pagos con proveedores, clientes y terceros, entre otros).	1	180 horas	Lunes a viernes 9 a 18 horas	Profesional y/o estudiante avanzado en administración de empresas o Contador Público con experiencia de al menos 2 años en estudios contables y puestos afines. Experiencia previa en empresas turísticas (excluyente) Idioma inglés (no excluyente)
Recepcionista (Check in/out, atención al cliente, roomlist, planning, teléfono, reservas)	4	208 horas	Lunes a domingos, con 1 franco por semana. -6:00 a 14:00 hs -14:00 a 22:00 hs -22:00 a 6:00 hs	-Estudios en Turismo o Hotelería, o relaciones humanas. -De 18 a 40 años -Experiencia previa (no excluyente). -Inglés -Servicial, colaborativo, buena presencia
Housekeeping (Limpieza de habitaciones. Limpieza de áreas)	1 gobernanta 3 housekeepers	208 horas	Lunes a domingo con 1 franco a la semana	-Secundario completo -Presencialidad, trabajo en equipo, pulcro.

públicas, Reposición de amenities, relleno de formularios pertinentes, supervisión por parte de la gobernanta)			-09:00 a 18:00 hs	-Para el puesto de gobernanta se requerirá experiencia previa en puestos similares.
AA&BB (Elaboración de desayuno y merienda, preparado del salon, limpieza de sus áreas, control de stock, Mantenimiento del salon)	2 Cocineros 1 Mozo	130 hs	Lunes a domingo con 1 franco a la semana -8:00 a 10:30 -16:30 a 18:30	-Secundario completo -Curso en manipulacion de alimentos -Experiencia previa comprobable en la cocina.
Día de campo (Elaboración de Desayuno, picada, almuerzo y merienda. Control de stock y llenado de planilla)	2 parrilleros 2 mozos	80 hs	-8:00 a 18:00 (Fines de semana)	-Secundario completo. Curso de manipulación de alimentos. -Servicial y empático -Experiencia comprobable en rubro.
Spa-Terapeuta (Atención del huésped, reservas de sesión, notificación de consumición, servicio de spa y masajes, reposición de elementos, control de stock)	2	64 horas	-10:00 a 18:00 (Fines de semana)	-Curso de masajista -Conocimientos sobre la vinoterapia comprobable (No excluyente) -Servicial, empático, colaborativo. -Experiencia previa.

Servicios terciarizados				
Tareas a realizar	N° de personas requeridas	N° de horas mensuales	Turno	Calificación requerida
Abogado Encargado de asuntos legales	1 abogado	No tiene horario fijo		-Licenciatura en abogacía
Mantenimiento Control y reparación de instalaciones Jardinero (Mantenimiento y arreglo de jardín)	1	No tiene horario fijo	A convenir ante una eventualidad	-Conocimiento en mantenimiento en general. -Certificado que valide sus conocimientos
	1	Relativo a su trabajo	Una vez por semana a convenir	-Conocimientos en jardinería.
Contador	1	120hs	Lunes a Viernes 8 a 14hs	-Licenciado en contaduría.

5.1.3 Plan de capacitación para el personal

A continuación, se detallará el plan de capacitación que se le realizará a los empleados:

Título	Objetivo	Horas	Instructor/es	Personal convocado	Fecha	Tipo	Importe total
Primeros auxilios (PPAA)	Adquirir los conocimientos básicos en técnicas iniciales para los primeros auxilios, adquirir conocimiento para poder actuar con la debida precisión, rapidez, eficacia y seguridad, para colaborar acorde a las necesidades de cada caso. Adquirir actitudes que ayuden a actuar en casos de emergencia.	4.00	Cruz Roja Argentina	Gerencia, Administrativo, Recepcionista Housekeeping, AA&BB	09/11/2021	Externa	\$22.500
RCP	Adquirir conocimientos para realizar la Reanimación Cardio Pulmonar, ante eventualidades.	3.00	Cruz Roja Argentina	Gerencia, Administrativo, Recepcionista, Housekeeping, AA&BB	27/11	Externo	\$27.000
Estandarización (x depto)	Adquirir conocimientos sobre la estandarización que posee el hotel.	3.00	Gerencia	Todo el personal	A la hora de efectuar el contrato laboral	Interno	Sin costo
Norma ISO 9001	Adquirir conocimientos sobre la aplicación de la Normas ISO 9001.	8.00	Gerencia	Todo el personal	A la hora de efectuar el contrato laboral	Interno	Sin costo
Capacitación de Marketing y Comercialización	Optimizar herramientas de posicionamiento y comercialización	Realizado en campus virtual	CAT	Recepcionistas, administrativos y gerente	Cuando se desee	Externo	Sin costo
Analista de RR.HH	Brindar herramientas y conocimientos	16.00	UBA	Gerente	19/01	Externo	Sin costo

5.1.4 Fuentes de Reclutamiento

La fuente de reclutamiento que se utilizará para cubrir los puestos de trabajos serán fuentes externas, internas y de contratación directa. Se tomará prioridad reclutar personas de Uribelarrea o cercanos a la zona (de cañuelas).

Los puestos a buscar para comenzar a funcionar son:

PUESTO	CANTIDAD
Recepcionista	4
Administrativo	1
Housekeeper	3
Gobernanta	1
Cocineros	2
Mozos	4
Parrillero	2
Terapeuta	2
Mantenimiento	1
Jardinero	1
TOTAL	21

Los medios a utilizar son:

- Red Social LinkedIn
- Página web: en la propia página web del emprendimiento se hallará un contacto a RRHH para quien quiera postularse.
- Bolsa de empleo: Se utilizarán páginas como Bumeran, Computrabajo, Indeed, etc.
- Instagram
- Cartelería en el establecimiento

Para reclutar recepcionistas, administrativo y gobernanta utilizaremos como medio la red social LinkedIn, en la misma realizaremos un posteo indicando el puesto, los horarios de trabajo y los requisitos para el puesto. A su vez, realizaremos el mismo posteo en la página

web de la reclutadora Manpower, quienes se encargarán de distribuirlo a través de diferentes medios.

Por otro lado, para contratar cocineros, mozos, parrilleros, terapeutas, personal de mantenimiento y de jardinería, lo realizaremos a través de computrabajo, bolsas de trabajos de redes sociales, publicaciones en el Instagram de la estancia y con cartelera en el establecimiento.

Para concluir, la imagen que sigue es un ejemplo de como seria el formato de buscada.

BUSQUEDA LABORAL
- Recepcionista -

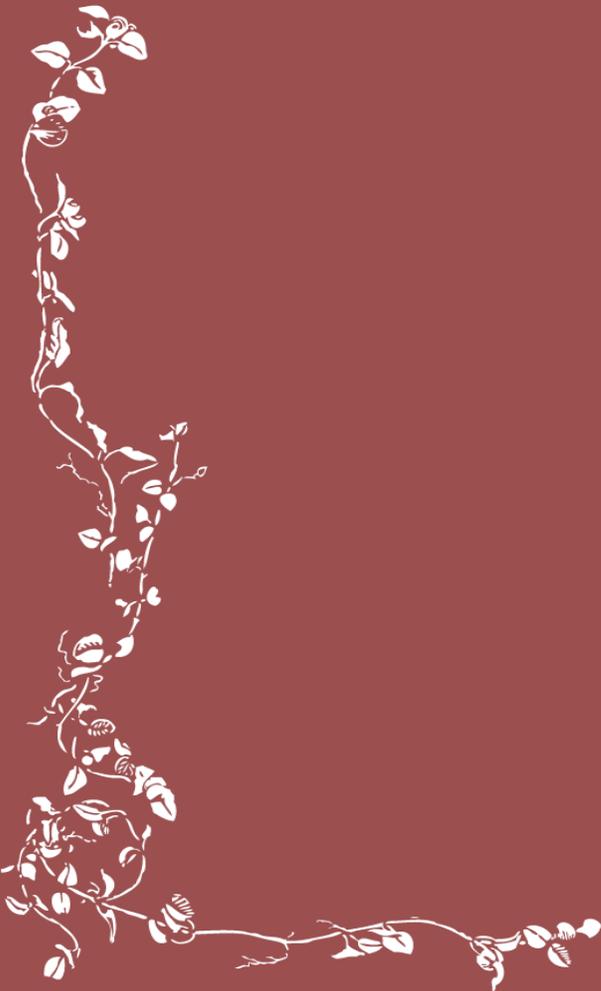
Nuestra búsqueda se orienta a un perfil con formación en Hotelería/ Turismo, con experiencia en el Dpto de Front Office mínimo 1 año, principalmente desarrollando tareas operativas y administrativas en recepción, atención personalizada al huésped, gestión de quejas y reclamos.

Se requiere:

- Estudios en Turismo, Hotelería y/o Relaciones Humanas
- Nivel de intermedio de Idioma Inglés (excluyente), deseable conocimiento de idioma adicional.
- Competencias para la posición: vocación de servicio, responsabilidad, resolución de situaciones, manejo de relaciones interpersonales, capacidad de trabajo en equipo, flexibilidad, habilidades comunicacionales

"LA VALENTINA"

Plan Financiero



6. Financiación

6.1 Detalles de Inversión

En esta sección lo que se realizó fue buscar los materiales necesarios para la inversión inicial del proyecto. Se discriminó por “secciones” y “áreas” para una mejor comprensión.

En la primera fila se detallaba el producto a necesitar. En la segunda, el precio unitario pertinente. En la tercera la cantidad de unidades que se requería. Luego en la cuarta se multiplicaba el precio unitario por la cantidad de unidades del producto, para obtener el subtotal. Y en la última se volcaba el link que redirige al visualizador hacia la página del producto.

Posteriormente a tener los productos se sumaba todos los subtotales del área para obtener el total correspondiente. Luego los totales de las áreas se sumaban y se obtenía el total de la sección.

A continuación, se detalla la inversión total del proyecto:

NUCLEO HABITACIONAL					
HABITACIONES	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio	Observaciones
Sillones	\$15.200,00	4	\$60.800,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-906908389-sillon-nordico-escandinavo-ypl-directo-de-fabrica-JM?searchVariation=748220010	Solo para habitaciones cuádruples
Sommier 1 plaza	\$13.874,00	32	\$443.968,00	https://www.mercadolibre.com.ar/sommier-piero-body-pro-1-plaza-de-190cmx80cm/p/MLA12233995?dp_filters=category:MLA1611#se	8 Habitaciones dobles / 4 cuádruples
Escritorio	\$2.950,00	8	\$23.600,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-897295875-escritorio	
Armario	\$16.599,00	12	\$199.188,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-777653351-desnensero	
Sábanas de 1 Plaza (Twin) x2	\$1.221,16	96	\$117.231,36	https://metroblanc.com.ar/producto/juego-de-sabanas-metrocolors	
Sábanas 2 Plaza (Queen size) x2	\$1.794,79	48	\$86.149,92	https://metroblanc.com.ar/producto/juego-de-sabanas-metrocolors	
Juego de Toalla y Toallón	\$1.136,40	192	\$218.188,80	https://metroblanc.com.ar/producto/juego-de-toalla-y-toallon-prata	
Pie de baño	\$630,66	72	\$45.407,52	https://metroblanc.com.ar/producto/alfombra-salida-de-bano	
Acolchados 1 Plaza	\$2.969,00	64	\$190.016,00	https://metroblanc.com.ar/producto/acolchado-percalito-blanco/	
Acolchados 2 Plazas	\$4.389,00	32	\$140.448,00	https://metroblanc.com.ar/producto/acolchado-percalito-blanco/	
Almohadas	\$755,00	64	\$48.320,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-693755052-almohada	
Cubresommiers x 1 plaza	\$919,00	64	\$58.816,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-810080161-cubre	
Cubresommiers x 2 plazas	\$1.209,00	32	\$38.688,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-860796610-funda-para	
Cubrecolchon x 2 plazas	\$930,00	32	\$29.760,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-918813058-funda-para	
Cubrecolchon x 1 plaza	\$690,00	64	\$44.160,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-929618180-funda	
Aire acondicionado Frio/Calor	\$43.999,00	12	\$527.988,00	https://www.mercadolibre.com.ar/aire-acondicionado-sanvo-split	
Cubrecama 1 Plaza	\$3.759,91	64	\$240.634,24	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-884633701-acolchado	
Cubrecama 2 Plazas	\$5.999,00	32	\$191.968,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-933188706-cover	
Velador	\$2.110,00	40	\$84.400,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-919921612-lampara	
Foco de Luz bajo consumo LED	\$138,00	40	\$5.520,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-618316263-foco-led-12w	
Mesa de luz	\$1.799,00	40	\$71.960,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-929448978-mesa-de-luz	32 Para dobles / 8 Para cuádruples
Toma corrientes	\$179,00	72	\$12.888,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz	
Cuadros	\$1.403,00	12	\$16.836,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-867261909-cuadro	
Tacho de basura	\$399,00	8	\$3.192,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-848359297-cesto-residuo	
Telefono	\$1.099,00	12	\$13.188,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-816009128-telefono-de	
Matafuegos (pasillos)	\$6.739,00	4	\$26.956,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-679660893-matafuegos	
Cortinas	\$4.507,00	12	\$54.084,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-827966820-cortina	1,40 x 220
Iluminación	\$2.680,00	8	\$21.440,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10	Pack de 10
TOTAL HABITACIONES			\$2.940.271,84	USD15.078,32	
BAÑOS	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio	
Inodoros para discapacitados	\$50.940,00	2	\$101.880,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-755783810-combo	
Kit de seguridad para ducha para discapacitados	\$15.700,00	2	\$31.400,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-717372487-kit-seguridad-bano-barral-rebatible-asiento	
Inodoros	\$12.194,00	10	\$121.940,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-782286053-combo-inodoro-loza-mochila-a-codo-pvc-y-asiento-de-pvc	
Dispositivo Bidet	\$4.153,00	12	\$49.836,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-813070275-bidet-para-inodoro-facil-instalacion-agua-fria	
Ducha	\$25.881,00	12	\$310.572,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-792532751-receptaculo-plato-de-ducha-130x70-estandar	
Grifería de ducha	\$6.437,00	12	\$77.244,00	https://www.todogriferia.com/banos/griferias-para-bano/duchas-y-	
Mampara de Vidrio	\$6.000,00	12	\$72.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-927109897-mampara	
Grifería para lavamanos	\$4.949,00	12	\$59.388,00	https://www.todogriferia.com/banos/griferias-para	
Lampara de baño	\$1.749,00	12	\$20.988,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-919321702-plafon-led	24 focos
Secador de pelo	\$5.000,00	12	\$60.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-883718652-secador-de	
Tacho de basura	\$1.739,00	12	\$20.868,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-898777694-tacho-basura	
Iluminación	\$2.680,00	4	\$10.720,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10	Pack de 10
Toma corrientes	\$257,00	12	\$3.084,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz	
Kit Vanitory	\$10.526,00	12	\$126.312,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-790240594-combo-bano	Cajón, Bacha y Espejo
TOTAL BAÑOS			\$1.066.232,00	No modificar fórmulas	
TOTAL NUCLEO HABITACIONAL			\$4.006.503,84	No modificar fórmulas	

ESPACIOS COMUNES				
COMEDOR	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Mesas exhibidora	\$15.600,00	2	\$31.200,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-742083485-mesa-
Dispenser de cereales	\$2.468,00	2	\$4.936,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1102530376-dispenser-
Mesas + 2 sillas individuales x6	\$6.000,00	20	\$120.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-932581428-mesa-80x80-
Dispensers de agua	\$1.074,00	7	\$7.518,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-604601154-individual-goma-lavable-est-x6-individuales-
Iluminación	\$22.999,00	1	\$22.999,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-896587502-dispenser-de-
Toma corrientes	\$2.680,00	2	\$5.360,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10-
Matafuegos	\$257,00	7	\$1.799,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz-
	\$6.739,00	2	\$13.478,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-679660893-matafuegos-
TOTAL COMEDOR			\$207.290,00	No modificar fórmulas
LOBBY	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Juego de Living	\$71.697,00	3	\$215.091,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-919282319-juego-de-
Mesa ratona	\$3.600,00	3	\$10.800,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-794097496-mesa-ratona-
Smart TV	\$70.499,00	1	\$70.499,00	https://www.mercadolibre.com.ar/smart-tv-kanii-9809b-dled-4k-
juegos	\$1.149,00	3	\$3.447,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-918182739-combo-4-
Sillas	\$15.290,00	4	\$61.160,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-909021877-pack-x2-silla-
Iluminación	\$2.680,00	2	\$5.360,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10-
Toma corrientes	\$257,00	8	\$2.056,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz-
Matafuegos	\$6.739,00	2	\$13.478,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-679660893-matafuegos-
TOTAL LOBBY			\$381.891,00	No modificar fórmulas
TOTAL ESPACIOS COMUNES			\$589.181,00	No modificar fórmulas

ESPACIOS DE TRABAJO							
RECEPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio	Observaciones		
Mostrador / Escritorio	\$20.900,00	2	\$41.800,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-750153355-mueble-completa-bancho-cross-22-fhd-intel-celeron-4gb-240gb-ssd-w10-pro-14-5000242/			
Computadora de Escritorio completa	\$71.999,00	2	\$143.998,00	<a 3"="" href="https://www.mercadolibre.com.ar/navigation/addresses-https://www.mercadolibre.com.ar/MLA-633259479-extensor-de-brother-41212w-impresora-laser-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-621536313-toner-alternativo-para-brother-10160-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-724366578-caja-2500-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-741018417-nizarra-olami-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-918345394-alcohol-en-net-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-699503232-cenrod-canal-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-679660893-matafuegos-https://www.mercadolibre.com.ar/aire-acondicionado-sanvo-split-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-692090614-cesto-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-847503261-mercado-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-903607758-fichero-https://tienda.claro.com.ar/catalogo/inicio/lq-k41shttps://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-816008128-telefono-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-902247899-bojoraro-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-904415533-set-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-871845751-notas-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920733433-carro-porta-https://www.mercadolibre.com.ar/MLA-809998574-tacho-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-869665046-guantes-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-896585847-pack-4-nanos-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-917750839-escobillon-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-925529727-escobilla-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-926778266-1-plumero-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-897771101-trapeador-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-911913229-kit-x-2-handv-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-917738902-holsa-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1102847954-holsa-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1107751568-estanteria-</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sillas de Escritorio</td> <td>\$9.990,00</td> <td>4</td> <td>\$39.960,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Extensor de señal</td> <td>\$2.399,00</td> <td>2</td> <td>\$4.798,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Impresora</td> <td>\$28.154,00</td> <td>1</td> <td>\$28.154,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Cartuchos para Impresora</td> <td>\$595,00</td> <td>2</td> <td>\$1.190,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Hojas A4</td> <td>\$2.638,00</td> <td>1</td> <td>\$2.638,00</td> <td></td> <td>1CAJA = contenido de packs de 2500 hojas</td> </tr> <tr> <td>Calendario</td> <td>\$2.649,00</td> <td>2</td> <td>\$5.298,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Alcohol en gel 5lts</td> <td>\$950,00</td> <td>2</td> <td>\$1.900,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Iluminación</td> <td>\$2.680,00</td> <td>2</td> <td>\$5.360,00</td> <td></td> <td>Pack de 10</td> </tr> <tr> <td>Canal de tensión</td> <td>\$4.170,00</td> <td>2</td> <td>\$8.340,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Toma corrientes</td> <td>\$257,00</td> <td>7</td> <td>\$1.799,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Matafuegos</td> <td>\$6.739,00</td> <td>2</td> <td>\$13.478,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Aire acondicionado Frio-calor</td> <td>\$43.999,00</td> <td>1</td> <td>\$43.999,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Tacho de basura</td> <td>\$ 1.472,00</td> <td>2</td> <td>\$2.944,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Postnet</td> <td>\$ 3.500,00</td> <td>1</td> <td>\$3.500,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Fichero</td> <td>\$ 9.990,00</td> <td>2</td> <td>\$19.980,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Celular</td> <td>\$ 17.999,00</td> <td>1</td> <td>\$17.999,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Telefono Fijo</td> <td>\$ 1.099,00</td> <td>1</td> <td>\$1.099,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lapicera x 60</td> <td>\$ 890,00</td> <td>1</td> <td>\$890,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Resaltadores x 18</td> <td>\$ 1.150,00</td> <td>1</td> <td>\$1.150,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Notas adhesivas x 250</td> <td>\$ 244,00</td> <td>3</td> <td>\$732,00</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan=">TOTAL RECEPCIÓN Y ADMINISTRACIÓN	\$389.124,00	No modificar fórmulas	
HOUSEKEEPING	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio			
Carro de limpieza	\$ 18.990,00	2	\$37.980,00				
Contenedor de basura	\$ 2.501,00	2	\$5.002,00				
Aspiradora	\$ 13.499,00	2	\$26.998,00				
Guantes de protección (PAR)	\$ 176,00	6	\$1.056,00				
Paño (x4)	\$ 439,00	6	\$2.634,00				
Escobas	\$ 560,00	4	\$2.240,00				
Escobillas de baño	\$ 315,00	14	\$4.410,00				
Plumero	\$ 679,00	2	\$1.358,00				
Baldes con mopa	\$ 2.599,00	3	\$7.797,00				
Handy	\$ 2.250,00	2	\$4.500,00				
Bolsas negras	\$ 1.399,00	2	\$2.798,00				
Bolsas verdes	\$ 1.649,00	2	\$3.298,00				
Estanterias	\$ 6.590,00	2	\$13.180,00				
TOTAL HOUKEEPING			\$113.251,00	No modificar fórmulas			

COCINA	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Heladera Mostrador	\$261.240,00	2	\$522.480,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-615386906-heladera-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-737881900-set-x3-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-856728546-super-kit-set-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-741132900-set-x6-plato-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/placa-masas-45-x-35-x-2-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-850054205-juego-de-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-916117703-copa-conon-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-877388668-vaso-nampa-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/olla-22-cms-84-l-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/olla-30-cms-17-l-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/olla-45-cms-70-l-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-861204931-sarten-https://muygastronomico.com.ar/detalle/bandeja-on-14-de-15-cms-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1109057023-juego-set-8-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-866636602-set-x-7-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-619912397-repasador-https://www.mercadolibre.com.ar/licuadora-oster-hlstkak-125-l-https://www.mercadolibre.com.ar/batidora-de-pie-kitchenaid-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-927223102-mini-nimer-https://www.mercadolibre.com.ar/anafe-electrico-electrolux-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-886810038-horno-https://www.mercadolibre.com.ar/microondas-boh-quick-chef-https://www.mercadolibre.com.ar/nava-electrica-winco-w0201-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-932626762-tostadora-ken-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-900042789-cortadora-de-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/exprimidor-horizontal-acero-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-691713862-carro-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-906635314-maquina-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-775374848-tazas-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/calentador-de-leche-ban-http://gastronomiajujuy.com.ar/de-talle/cafetera-10-lts-50-tazas-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-787520034-pack-x10-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-920683375-llave-de-luz-armada-de-2-tomas-corriente-10-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-867620277-matafuego-bc-https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1103323942-matafuegos-
Ensaladeras	\$947,00	4	\$3.788,00	
Kit pasteleria	\$5.799,00	1	\$5.799,00	
Platos	\$1.899,00	20	\$37.980,00	
Placas	\$2.107,00	7	\$14.749,00	
Kit de cuberteria x 12	\$13.900,00	9	\$125.100,00	
Copas x12	\$5.289,00	5	\$26.445,00	
Vasosx 24	\$1.859,00	5	\$9.295,00	
Ollas 22 cm	\$1.936,18	1	\$1.936,18	
Ollas 30 cm	\$4.163,28	1	\$4.163,28	
Ollas 45 cm	\$11.119,95	1	\$11.119,95	
Sartenes	\$1.849,00	3	\$5.547,00	
Fuentes	\$4.496,10	2	\$8.992,20	
Cuchillas x 9	\$26.371,00	2	\$52.742,00	
Tuppers	\$1.699,00	2	\$3.398,00	
Repasadores x12	\$1.600,00	2	\$3.200,00	
Licuadora	\$6.500,00	1	\$6.500,00	
Batidora	\$108.450,00	1	\$108.450,00	
Mixeadora	\$8.499,00	1	\$8.499,00	
Anafe electrica	\$57.349,00	1	\$57.349,00	
Horno electrico	\$97.350,00	1	\$97.350,00	
Microondas	\$22.999,00	1	\$22.999,00	
Pava Electrica	\$1.970,00	2	\$3.940,00	
Tostadora	\$4.699,00	2	\$9.398,00	
Cortadora de fiambre	\$58.465,00	1	\$58.465,00	
Exprimidora	\$109.395,00	1	\$109.395,00	
Carro gastronomico	\$21.420,00	1	\$21.420,00	
Fabrica de hielo	\$20.000,00	1	\$20.000,00	
Tazas y platos de desayuno x 12	\$7.900,00	10	\$79.000,00	
Lecheras	\$43.584,00	2	\$87.168,00	
Cafeteras	\$30.129,00	2	\$60.258,00	
Iluminación (pack de 10)	\$2.680,00	1	\$2.680,00	
Toma corrientes	\$257,00	10	\$2.570,00	
Matafuego Bc Co2	\$18.900,00	1	\$18.900,00	
Matafuego tipo K	\$21.000,00	1	\$21.000,00	
TOTAL COCINA			\$1.632.075,61	No modificar fórmulas
TOTAL ESPACIOS DE TRABAJO			\$2.134.450,61	No modificar fórmulas

SERVICIOS ADICIONALES				
SPA	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Hidromasaje	\$143.661,00	1	\$143.661,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-784033873-iacuzzi-max-
Camilla para masajes	\$11.500,00	2	\$23.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-709951704-camilla-
Juego de silla y mesa	\$33.944,00	2	\$67.888,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-913977038-sillon-
Batas	\$3.200,00	96	\$307.200,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-780960513-bata-toalla-
Escritorio	\$20.900,00	1	\$20.900,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-750153355-mueble-
Estanterías	\$3.800,00	5	\$19.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-896114831-estanteria-
Inodoro	\$12.194,00	4	\$48.776,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-782286053-combo-
Computadora de escritorio completa	\$71.999,00	1	\$71.999,00	https://www.fravega.com/p/pc-completa-bando-cross-22-fhd-
Reposeras (ambas piletas)	\$5.500,00	20	\$110.000,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-900209026-camastro-de-
TOTAL SPA			\$812.424,00	No modificar fórmulas
DÍA DE CAMPO	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Parrilla	\$73.800,00	2	\$147.600,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-834455057-parrilla-extra-
Tablones con Sillas	\$12.199,00	9	\$109.791,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-1106026176-juego-mesa-
Juego Asador	\$2.799,00	2	\$5.598,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-747448805-juego-de-
Asador Estaca	\$5.200,00	1	\$5.200,00	https://articulo.mercadolibre.com.ar/MLA-731252165-asador-
TOTAL DIA DE CAMPO			\$268.189,00	No modificar fórmulas
TOTAL SERVICIOS ADICIONALES			\$1.080.613,00	No modificar fórmulas

ARQUITECTURA				
ARQUITECTURA	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Paneles Solares	\$1.040.368	2	\$2.080.736	https://eneretik.ar/trina-solar-tsm-495de18m-ii-vertex-panel-solar-fotovoltaico-monocristalino-495w-
Infraestructura, materias y mano de obra	\$60.000.000	1	\$60.000.000	Ver en Anexo
Pileta descubierta	\$745.000	2	\$1.490.000	https://servicio.mercadolibre.com.ar/MLA-933695617-construccion-
Termotanques solares	\$462.590,00	2	\$925.180	https://eneretik.ar/termotanque-solar-presurizado-split-300-litros-
TOTAL ARQUITECTURA			\$64.495.916,00	No modificar fórmulas
TERRENO				
TERRENO	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Compra del terreno	\$20.880.000	1	\$20.880.000	https://inmobiliariadessky.com.ar/ad/uribellarea-en-venta-35-ha-
TOTAL TERRENO			\$20.880.000,00	No modificar fórmulas
HABILITACIONES				
HABILITACIONES	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Habilitación provincial	\$905,00	1	\$905,00	https://portal.gba.gob.ar/web/porta/11154/tramite?
Certificado urbanístico con sellado municipal	\$227,36	1	\$227,36	
Solicitud de permiso con sellado municipal	\$227,36	1	\$227,36	
Dominio	\$270,00	1	\$270,00	https://nic.ar/es/dominios/dominios-v-aranceles
Registro de marca INPI	\$2.210,00	1	\$2.210,00	https://www.argentina.gob.ar/inpi/marcas/registrar-una-marca
Constitución de la SRL	\$63.000,00	1	\$63.000,00	https://www.moralesyasociados.com.ar/costo-de-constituir-una-
Registro de sociedad	\$2.256,00	1	\$2.256,00	https://www.argentina.gob.ar/constituir-una-sociedad-de-
TOTAL HABILITACIONES			\$68.641,00	No modificar fórmulas
COMERCIALIZACIÓN				
COMERCIALIZACIÓN	Precio unitario	Unidades	Subtotal	Link de referencia del producto/servicio
Desarrollo de página Web	\$35.000,00	1	\$35.000,00	-
TOTAL COMERCIALIZACIÓN			\$35.000,00	No modificar fórmulas

Una vez obtenidos todos los totales de las diferentes secciones sumado al “PRE- Ingreso al Negocio extraído del cashflow, se obtuvo el total de la inversión requerida.

INVERSIONES	
NUCLEO HABITACIONAL	\$4.006.503,84
ESPACIOS DE TRABAJO	\$2.134.450,61
ESPACIOS COMUNES	\$589.181,00
SERVICIOS ADICIONALES	\$1.080.613,00
ARQUITECTURA	\$64.495.916,00
TERRENO	\$20.880.000,00
HABILITACIONES	\$68.641,00
COMERCIALIZACION	\$35.000,00
PRE - INGRESO AL NEGOCIO	\$2.686.982,59
INVERSION TOTAL	\$95.977.288,04

6.2 Financiamiento

Para el financiamiento del proyecto, hemos optado por realizar una inversión propia y recurrir a dos créditos diferentes. A continuación, se muestra en imagen, los aportes de los socios:

DETALLE DE FUENTES DE FINANCIAMIENTO PROPIA	
Aporte en efectivo por el dueño/socio/ accionista N° 1	
Aporte en efectivo por el dueño/socio/accionista N° 2	
Aporte en efectivo por el dueño/socio/accionista N° 3	\$178.352,00
Aporte en efectivo por el dueño/socio/accionista N° 4	\$207.530,00
Aporte en efectivo por el dueño/socio/accionista N° 5	\$207.530,00
Aporte en efectivo por el dueño/socio/accionista N° 6	\$150.000,00
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 1	\$17.600.000,00
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 2	\$13.964.000,00
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 3	
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 4	
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 5	
Aporte de activos no monetarios por dueño/socio N° 6	
Otros (especifique)	
Total de las Fuentes de Financiamiento Propia	\$32.307.412,00

En cuanto a los préstamos solicitados, a continuación, se detallará cada uno de ellos:

- **Línea 700 - Carlos Pellegrini:** Este préstamo es brindado por el Banco de La Nación Argentina. El monto solicitado es de \$25.000.000,- de pesos argentinos y posee una tasa nominal anual del 49%. Posee un periodo de gracia de hasta 6 meses.

Para calcular la tasa nominal anual, se tomó en cuenta el badlar privado y los 20 (veinte) puntos porcentuales anuales. A la sumatoria de estos, se le restó 5 puntos que son bonificados por la Secretaria de Turismo.

DETALLE DE FUENTES DE FINANCIACION EXTERNA	
Línea elegida	Línea 700
Banco/Organismo otorgante	Banco Nación
Link de referencia de la línea	https://www.bna.com.ar/Home/CreditoCarlosPellegri#:~:text=Amortizaci%C3%B3n%3A,en%20d%C3%B3lares%20hasta%207%20a%C3%B1os
Monto total préstamo solicitado	\$25.000.000,00
Tasa anual (TNA)	49%
Cantidad de cuotas mensuales	12
Cuota capital x mes	\$208.333,00
Cuota intereses x mes	\$102.083,17
Cantidad de meses de período de gracia	hasta 6 meses

- **Mujeres que lideran:** Este préstamo es brindado por el Banco de Inversión y Comercio Exterior. El monto solicitado es de \$36.000.000,- de pesos argentinos, y posee dos tasas nominales (hasta los primeros 24 meses 24%, y durante el tercer año es del 28%). Posee un periodo de gracia de hasta 24 meses.

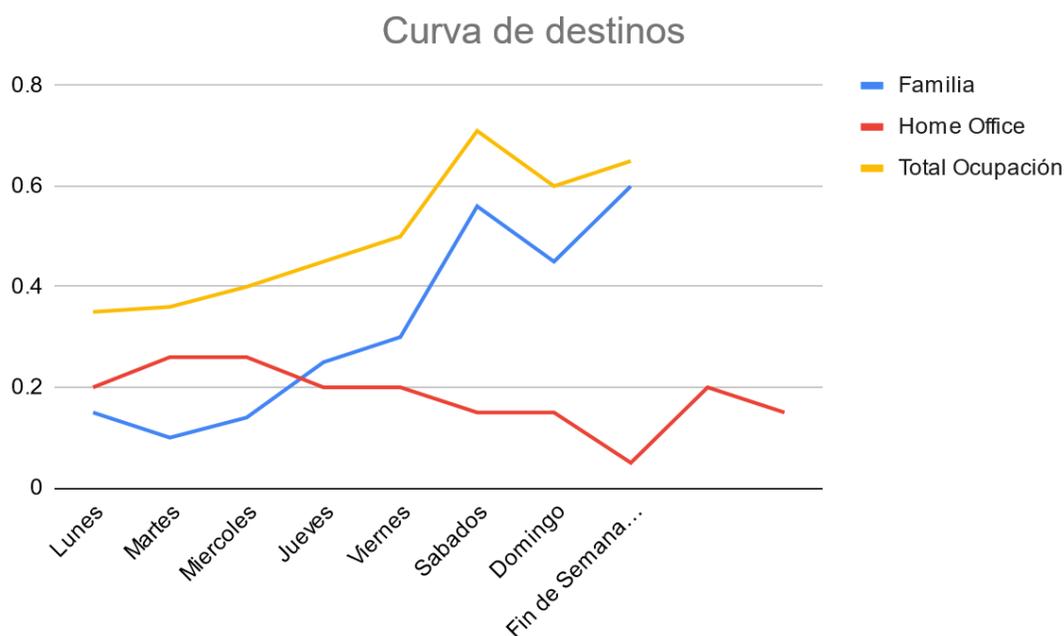
Para calcular la tasa nominal anual, se tomó en cuenta el 36% tope que nos da el Banco por los primeros 24 meses, y al mismo se le resto la bonificación del 12% que brinda el SePyMe. A la tasa nominal del tercer año, se le sumo el badlar privado más un 6%, y al resultado del mismo, se le resto un 12% que corresponde a la bonificación SePyMe dando un interés del 28%.

DETALLE DE FUENTES DE FINANCIACION EXTERNA	
Línea elegida	Mujeres que lideran
Banco/Organismo otorgante	Banco inversión y comercio exterior
Link de referencia de la línea	https://www.bice.com.ar/productos/mujeres-que-lideran/ https://www.bice.com.ar/productos/inversion-pyme-bonificada/
Monto total préstamo solicitado	\$36.000.000,00
Tasa anual (TNA) x los primeros 24 meses	24%
Tasa anual (TNA) x el tercer año	28%
Cantidad de cuotas mensuales	12
Cuota capital x mes	\$428.571,43
Cuota intereses x los primeros 24 meses	\$102.857,14
Cuota intereses x mes del tercer año	\$120.000,00
Cantidad de meses de período de gracia	Hasta 24 meses

6.3 Curva de estacionalidad

Para poder producir la curva de estacionalidad se realizó una búsqueda de datos fehacientes sobre la estacionalidad y ocupación. Al ser Uribelarrea un destino con una estacionalidad particular debido a que se marca por semanas y fines de semana, hemos llegado a concluir una estimación de la estacionalidad por día.

Con respecto a realizar una curva anual, optamos en no hacerla debido a una escasez de datos fehacientes que nos permitan derivar en una estimación para la ocupación anual. Aun así, destacamos que la estancia no cuenta con una estacionalidad permanentemente estática durante todos los meses. Sus temporadas de más movimientos son durante el verano y la primavera.



Enfocándonos con el gráfico, podemos observar como la curva asciende hacia los fines de semana, ya que es cuando resalta el aumento de ocupación. Esto es así debido a que Uribelarrea es un destino para visitar durante el fin de semana. Hay factores como la cercanía con C.A.B.A y el conurbano, sumado a su oferta gastronómica que le dan este tipo de temporada particular.

Además de los días de semana, podemos apreciar que figuran los 2 segmentos más marcados en el destino. Un segmento familiar y otro de Home Office. El primero tiene una mayor

incidencia en los fines de semanas cortos o largos. La segunda figura con más frecuencia durante los días hábiles de semana.

6.4 Estimación de Ventas

En este sector del análisis financiero lo que se procedió a hacer son las estimaciones de ventas de los 3 años a partir de la inauguración del proyecto. En primer lugar, se escribió en la primera columna los nombres del día de la semana. En la segunda columna se sacó un promedio de la cantidad de días que cabía en 1 mes. Luego las otras columnas fueron rellenas con la cantidad de habitaciones, posteriormente diferenciadas por clasificación, y las tarifas correspondientes a cada habitación. También se le sumo el servicio de Spa y de Día de Campo con sus tarifas, sus vacantes y su estimación de reservas.

A continuación, a modo ilustrativo, se facilitan los cuadros de “6.3 Estimación de Ventas” correspondientes al Excel realizado. Todos los cuadros son extraídos del 1er año:

Día de semana	Cantidad de días operables en el mes	Habitaciones	Cantidad de habitaciones Dobles	Tarifa DBL (según temporada)	Cantidad de habitaciones Cuadruple	Tarifa QDPL(según temporada)	Factor de ocupación
Lunes	4,2	12	8	\$12.000,00	4	\$16.000,00	0,35
Martes	4,2	12	8	\$12.000,00	4	\$16.000,00	0,36
Miércoles	4,2	12	8	\$12.000,00	4	\$16.000,00	0,4
Jueves	4,2	12	8	\$15.000,00	4	\$20.000,00	0,45
Viernes	4,2	12	8	\$15.000,00	4	\$20.000,00	0,5
Sábado	4,2	12	8	\$15.000,00	4	\$20.000,00	0,71
Domingo	4,2	12	8	\$15.000,00	4	\$20.000,00	0,6

Día de semana	Cantidad de días operables en el mes	SPA	Precio	Cantidad de reservas posibles	Factor reserva
Lunes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Martes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Miércoles	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Jueves	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Viernes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Sábado	4,2		\$3.500,00	10	0,5
Domingo	4,2		\$3.500,00	10	0,5

Día de semana	Cantidad de días operables en el mes	Día de campo	Precio	Cantidad de reservas posibles	Factor reserva
Lunes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Martes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Miércoles	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Jueves	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Viernes	4,2		No corresponde	No corresponde	No corresponde
Sábado	4,2		\$5.000,00	50	0,5
Domingo	4,2		\$5.000,00	50	0,5

Para los cálculos del subtotal diario se realizó la siguiente formula:

$$\text{Tarifa del servicio} * \text{Stock total del producto} * \text{Estimación de Vta.}$$

(Se realiza con todos los servicios diferenciándolos y se suma, el resultado dará el subtotal diario.)

Para obtener el subtotal mensual lo que se procede a hacer lo siguiente:

$$\text{Subtotal diario} * 4.2 \text{ (corresponde a la cantidad promedio de un día en específico por mes.)}$$

Subtotal diario	Subtotal mensual
\$56,000.00	\$235,200.00
\$57,600.00	\$241,920.00
\$64,000.00	\$268,800.00
\$90,000.00	\$378,000.00
\$100,000.00	\$420,000.00
\$284,500.00	\$1,194,900.00
\$282,500.00	\$1,102,500.00

Posteriormente a tener el subtotal mensual se sacó el total mensual y anual:

TOTAL MENSUAL = Sumatoria de todos los Subtotales Mensuales

TOTAL ANUAL = Total Mensual * 12 (Q de meses)

TOTAL MENSUAL	\$3,841,320.00
TOTAL ANUAL	\$46,095,840.00

Esto se repite con los 3 años, pero aumentando la estimación de venta e incorporando un 40% de inflación a todas las tarifas correspondientes al año anterior. También se debe aclarar que las tarifas son un promedio, ya que en lo que la anualidad respecta, no todos los meses será cobrado exactamente lo mismo.

TARIFAS	Año 1	
	Día de Semana	Fin de Semana
Habitación DBL	\$12,000.00	\$15,000.00
Habitación QDPL	\$16,000.00	\$20,000.00
Día de campo	No aplica	\$5,000.00
SPA	No aplica	\$3,500.00

Tarifas del 1er Año

TARIFAS	Año 2	
	Día de Semana	Fin de Semana
Habitación DBL	\$16,800.00	\$21,000.00
Habitación QDPL	\$22,400.00	\$28,000.00
Día de campo	No aplica	\$7,000.00
SPA	No aplica	\$4,900.00

Tarifas del 2do Año

TARIFAS	Año 3	
	Día de Semana	Fin de Semana
Habitación DBL	\$23,520.00	\$29,400.00
Habitación QDPL	\$31,360.00	\$39,200.00
Día de campo	No aplica	\$9,800.00
SPA	No aplica	\$8,880.00

Tarifas del 3er Año

Por último, se realizó un cuadro de cálculos auxiliares, en donde se les quita el IVA a las tarifas. El objetivo de esto es facilitar el volcado de estos datos en el CASHFLOW.

Referencias

Verde = 1er año

Cian = 2do Año

Rojo = 3er Año

Calculos auxiliares			
Spa - Mensual	\$147,000.00	\$30,870.00	\$116,130.00
Campo - Mensual	\$1,050,000.00	\$220,500.00	\$829,500.00
Spa - Mensual	\$288,120.00	\$60,505.20	\$227,614.80
Campo - Mensual	\$1,764,000.00	\$370,440.00	\$1,393,560.00
Spa - Mensual	\$460,992.00	\$96,808.32	\$364,183.68
Campo - Mensual	\$2,881,200.00	\$605,052.00	\$2,276,148.00

6.5 Cashflow

INFLACIÓN ESTIMADA	40%	AÑO 1												TOTAL
		enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre	
Saldo inicial de caja	\$0.00	-\$116,239.03	-\$158,380.06	-\$260,481.09	-\$318,486.46	-\$362,771.63	-\$424,216.80	-\$545,456.23	-\$634,255.46	-\$780,774.69	-\$906,947.82	-\$1,029,871.85	-\$1,161,509.86	-\$5,537,860.91
Ingresos por alojamiento (SIN IVA)	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$2,089,013.00	\$25,068,156.00
Ingresos por día de campo (SIN IVA)	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$829,500.00	\$9,954,000.00
Ingresos por Spa (SIN IVA)	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$116,130.00	\$1,393,560.00
Total ingresos	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$3,034,643.00	\$35,022,156.00
EGRESOS NETOS (SIN IVA)														
Sueldos Brutos	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$1,139,935.00	\$13,679,220.00
Proporcional SAC (Aguinaldo)	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$16,457.43	\$197,489.16
Aportes Patronales Empleador (Sueldos Brutos + Proporcional SAC)	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$369,699.72	\$4,436,396.64
Actividades Terciarizadas	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$324,000.00	\$3,888,000.00
Seguro todo riesgo	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$61,814.16	\$741,769.92
Gastos de Publicidad / Marketing	\$3,000.00	\$7,590.00	\$7,590.00	\$4,800.00	\$4,800.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$7,590.00	\$3,000.00	\$5,904.00	\$5,904.00	\$44,274.00
Gastos AAB	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$200,000.00	\$2,400,000.00
Gastos Housekeeping	\$0.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00	\$0.00	\$60,000.00	\$0.00	\$240,000.00
Gastos varios de oficina y papelería	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$2,500.00	\$30,000.00
Servicios de energía eléctrica	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$72,500.00	\$870,000.00
Servicios de agua	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$5,116.00	\$61,392.00
Impuestos municipales (ABL, etc.)	\$49,908.00	\$0.00	\$0.00	\$49,908.00	\$0.00	\$0.00	\$49,908.00	\$0.00	\$0.00	\$49,908.00	\$0.00	\$0.00	\$49,908.00	\$199,632.00
Abono Internet + Telefonía	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$4,510.00	\$54,120.00
Asesoramiento Contable	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$32,000.00	\$384,000.00
Asesoramiento Legal	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$30,000.00	\$360,000.00
Asesoramiento en Sistemas	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$15,124.00	\$181,488.00
Capacitaciones pagas	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$49,500.00	\$0.00	\$49,500.00
Mantenimiento edificio	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$120,000.00
Lavandería	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$55,000.00	\$660,000.00
Abono fumigación	\$28,800.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$28,800.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$28,800.00	\$0.00	\$0.00	\$28,800.00	\$0.00	\$86,400.00
Cuota Prestamo (Capital) - "Carlos Pellegrini"	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$208,333.00	\$2,499,996.00
Cuota Prestamo (Intereses) - "Carlos Pellegrini"	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$102,083.17	\$102,083.17	\$102,083.17	\$102,083.17	\$102,083.17	\$102,083.17	\$102,083.17	\$612,499.02
Cuota Prestamo (Capital) - "Mujeres que lideran"	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$428,571.43	\$5,142,857.16
Cuota Prestamos (Intereses) - "Mujeres que lideran"	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Ingresos brutos 3% (ver tasa provincial correspondiente)	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$91,039.29	\$1,092,471.48
Recupero de inversión	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Mantenimiento de cuenta corriente bancaria	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$2,574.00	\$30,888.00
Sub Total Egresos Operativos (SIN IVA)	\$3,150,882.03	\$3,076,764.03	\$3,136,764.03	\$3,123,882.03	\$3,102,774.03	\$3,129,174.03	\$3,221,165.20	\$3,171,257.20	\$3,260,057.20	\$3,228,755.20	\$3,223,757.20	\$3,237,161.20	\$3,237,161.20	\$38,062,393.38
Resultado antes de Imp ganancias (IIGG)	-\$116,239.03	-\$42,121.03	-\$102,121.03	-\$89,239.03	-\$68,131.03	-\$94,531.03	-\$186,522.20	-\$136,614.20	-\$225,414.20	-\$194,112.20	-\$189,114.20	-\$202,516.20	-\$202,516.20	
Impuesto a las ganancias 35%	\$0.00	\$0.00	\$0.00	-\$31,233.66	-\$23,845.86	-\$33,085.86	-\$65,282.77	-\$47,814.97	-\$78,894.97	-\$67,939.27	-\$66,189.97	-\$70,881.37	-\$70,881.37	
Resultado - IIGG	-\$116,239.03	-\$42,121.03	-\$102,121.03	-\$58,005.37	-\$44,285.17	-\$61,445.17	-\$121,239.43	-\$88,799.23	-\$146,519.23	-\$126,172.93	-\$122,924.23	-\$131,636.83	-\$131,636.83	
Retiro de socios	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Saldo de cierre de caja	-\$116,239.03	-\$42,121.03	-\$102,121.03	-\$58,005.37	-\$44,285.17	-\$61,445.17	-\$121,239.43	-\$88,799.23	-\$146,519.23	-\$126,172.93	-\$122,924.23	-\$131,636.83	-\$131,636.83	-\$1,161,509.86
Saldo final de caja acumulado	-\$116,239.03	-\$158,380.06	-\$260,481.09	-\$318,486.46	-\$362,771.63	-\$424,216.80	-\$545,456.23	-\$634,255.46	-\$780,774.69	-\$906,947.82	-\$1,029,871.85	-\$1,161,509.86	-\$1,161,509.86	

1er Año

	AÑO 2												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Saldo inicial de caja	- \$1.161.508,68	- \$868.153,40	- \$507.350,74	- \$201.148,08	\$116.777,20	\$453.910,76	\$767.020,32	\$1.089.313,60	\$1.457.023,16	\$1.743.924,73	\$2.059.311,11	\$2.379.245,67	\$7.328.965,66
Ingresos por alojamiento (SIN IVA)	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$3.102.994,00	\$37.235.928,00
Ingresos por día de campo (SIN IVA)	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$1.393.570,00	\$16.722.840,00
Ingresos por Spa (SIN IVA)	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$227.614,80	\$2.731.377,60
Total Ingresos	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$4.724.178,80	\$56.690.145,60
EGRESOS NETOS (SIN IVA)													
Sueldos Brutos	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$1.595.909,00	\$19.150.908,00
Proporcional SAC (Aguinaldo)	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$23.040,40	\$276.484,80
Aportes Patronales Empleador (Sueldos Brutos + Proporcional SAC)	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$517.579,60	\$6.210.955,20
Actividades Terciarizadas	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$453.600,00	\$5.443.200,00
Seguro todo riesgo	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$86.539,82	\$1.038.477,84
Gastos de Publicidad / Marketing	\$4.200,00	\$10.626,00	\$10.626,00	\$6.720,00	\$6.720,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$10.626,00	\$4.200,00	\$8.265,60	\$61.983,60
Gastos AABB	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$280.000,00	\$3.360.000,00
Gastos Housekeeping	\$0,00	\$0,00	\$84.000,00	\$0,00	\$0,00	\$84.000,00	\$0,00	\$0,00	\$84.000,00	\$0,00	\$0,00	\$84.000,00	\$336.000,00
Gastos varios de oficina y papelería	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$3.500,00	\$42.000,00
Servicios de energía eléctrica	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$101.500,00	\$1.218.000,00
Servicios de agua	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$7.162,40	\$85.948,80
Impuestos municipales (ABL, etc.)	\$69.871,20	\$0,00	\$0,00	\$69.871,20	\$0,00	\$0,00	\$69.871,20	\$0,00	\$0,00	\$69.871,20	\$0,00	\$0,00	\$729.484,80
Abono Internet + Telefonía	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$6.314,00	\$75.768,00
Asesoramiento Contable	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$44.800,00	\$537.600,00
Asesoramiento Legal	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$42.000,00	\$504.000,00
Asesoramiento en Sistemas	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$21.173,60	\$254.083,20
Capacitaciones pagas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$69.300,00	\$0,00	\$69.300,00
Mantenimiento edificio	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$14.000,00	\$168.000,00
Lavandería	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$77.000,00	\$924.000,00
Abono fumigación	\$40.320,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$40.320,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$40.320,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$120.960,00
Cuota Prestamo (Capital) - "Carlos Pellegrini"	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$2.499.996,00
Cuota Prestamo (Intereses) - "Carlos Pellegrini"	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$1.224.998,04
Cuota Prestamo (Capital) - "Mujeres que lideran"	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$5.142.857,16
Cuota Prestamos (Intereses) - "Mujeres que lideran"	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Ingresos brutos 3% (ver tasa provincial correspondiente)	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$141.725,36	\$1.700.704,37
Recupero de inversión	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mantenimiento de cuenta corriente bancaria	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$3.640,00	\$43.680,00
Sub Total Egresos Operativos (SIN IVA)	\$4.272.862,98	\$4.169.097,78	\$4.253.097,78	\$4.235.062,98	\$4.205.511,78	\$4.242.471,78	\$4.228.342,98	\$4.158.471,78	\$4.282.791,78	\$4.238.968,98	\$4.231.971,78	\$4.250.737,38	\$50.769.389,61
Resultado antes de Imp ganancias (IGG)	\$451.315,82	\$555.081,02	\$471.081,02	\$489.115,82	\$518.667,02	\$481.707,02	\$495.835,82	\$565.707,02	\$441.387,02	\$485.209,82	\$492.207,02	\$473.441,42	\$0,00
Impuesto a las ganancias 35%	\$157.960,54	\$194.278,36	\$164.878,36	\$171.190,54	\$181.533,46	\$168.597,46	\$173.542,54	\$197.997,46	\$154.485,46	\$169.823,44	\$172.272,46	\$165.704,50	\$0,00
Resultado - IGG	\$293.355,28	\$360.802,66	\$306.202,66	\$317.925,28	\$337.133,56	\$313.109,56	\$322.293,28	\$367.709,56	\$286.901,56	\$315.386,38	\$319.934,56	\$307.736,92	\$0,00
Retiro de socios	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Saldo de cierre de caja	\$293.355,28	\$360.802,66	\$306.202,66	\$317.925,28	\$337.133,56	\$313.109,56	\$322.293,28	\$367.709,56	\$286.901,56	\$315.386,38	\$319.934,56	\$307.736,92	\$3.848.491,26
Saldo final de caja acumulado	-\$868.153,40	-\$507.350,74	-\$201.148,08	\$116.777,20	\$453.910,76	\$767.020,32	\$1.089.313,60	\$1.457.023,16	\$1.743.924,73	\$2.059.311,11	\$2.379.245,67	\$2.686.982,59	

2do Año

	AÑO 3												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Saldo inicial de caja	\$2.686.982,59	\$3.302.162,96	\$3.859.671,62	\$4.333.207,53	\$4.614.159,35	\$4.862.664,27	\$5.192.369,29	\$5.505.565,82	\$5.844.083,53	\$6.175.315,40	\$6.473.579,07	\$6.734.332,59	\$69.584.094,02
Ingresos por alojamiento (SIN IVA)	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$4.843.643,00	\$58.123.716,00
Ingresos por día de campo (SIN IVA)	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$2.276.148,00	\$27.313.776,00
Ingresos por Spa (SIN IVA)	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$364.183,69	\$4.370.204,28
Total ingresos	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$7.483.974,69	\$89.807.696,28
EGRESOS NETOS (SIN IVA)													
Sueldos Brutos	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$2.234.272,60	\$26.811.271,20
Proporcional SAC (Aguinaldo)	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$32.256,56	\$387.078,72
Aportes Patronales Empleador (Sueldos Brutos + Proporcional SAC)	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$724.611,45	\$8.695.337,40
Actividades Terciarizadas	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$635.040,00	\$7.620.480,00
Seguro todo riesgo	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$121.155,75	\$1.453.869,00
Gastos de Publicidad / Marketing	\$5.880,00	\$14.876,40	\$14.876,40	\$9.408,00	\$9.408,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$14.876,40	\$5.880,00	\$11.571,84	\$86.777,04
Gastos AABB	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$392.000,00	\$4.704.000,00
Gastos Housekeeping	\$0,00	\$0,00	\$117.600,00	\$0,00	\$0,00	\$117.600,00	\$0,00	\$0,00	\$117.600,00	\$0,00	\$0,00	\$117.600,00	\$470.400,00
Gastos varios de oficina y papelería	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$4.900,00	\$58.800,00
Servicios de energía eléctrica	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$142.100,00	\$1.705.200,00
Servicios de agua	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$10.027,36	\$120.328,32
Impuestos municipales (ABL, etc.)	\$97.819,68	\$0,00	\$0,00	\$97.819,68	\$0,00	\$0,00	\$97.819,68	\$0,00	\$0,00	\$97.819,68	\$0,00	\$0,00	\$391.278,72
Abono Internet + Telefonía	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$8.839,60	\$106.075,20
Asesoramiento Contable	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$62.720,00	\$752.640,00
Asesoramiento Legal	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$58.800,00	\$705.600,00
Asesoramiento en Sistemas	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$29.643,04	\$355.716,48
Capacitaciones pagas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$97.020,00	\$0,00	\$97.020,00
Mantenimiento edificio	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$19.600,00	\$235.200,00
Lavandería	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$107.800,00	\$1.293.600,00
Abono fumigación	\$56.448,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$56.448,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$56.448,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$169.344,00
Cuota Prestamo (Capital) - "Carlos Pellegrini"	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$208.333,00	\$2.499.996,00
Cuota Prestamo (Intereses) - "Carlos Pellegrini"	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$102.083,17	\$1.224.998,04
Cuota Prestamo (Capital) - "Mujeres que lideran"	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$428.571,43	\$5.142.857,16
Cuota Prestamos (Intereses) - "Mujeres que lideran"	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$120.000,00	\$1.440.000,00
Ingresos brutos 3% (ver tasa municipal correspondiente)	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$224.519,24	\$2.694.230,89
Recupero de inversión	\$243.538,00	\$477.535,00	\$642.970,00	\$1.041.425,00	\$1.132.715,00	\$1.186.817,00	\$1.231.995,00	\$1.290.859,00	\$1.128.020,00	\$1.009.323,00	\$1.076.827,00	\$1.126.044,00	\$11.588.068,00
Mantenimiento de cuenta corriente bancaria	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$5.046,00	\$60.552,00
Sub Total Egresos Operativos (SIN IVA)	\$6.076.004,88	\$6.164.730,60	\$6.447.765,60	\$6.820.971,88	\$6.870.890,20	\$6.976.736,20	\$7.002.133,88	\$6.963.178,20	\$6.974.387,20	\$6.794.338,28	\$6.852.046,20	\$6.927.535,04	\$80.870.718,17
Resultado antes de Imp ganancias (IIGG)	\$1.407.969,81	\$1.319.244,09	\$1.036.209,09	\$663.002,81	\$613.084,49	\$507.238,49	\$481.840,81	\$520.796,49	\$509.587,49	\$689.636,41	\$631.928,49	\$556.439,65	\$8.936.978,11
Impuesto a las ganancias 35%	\$492.789,43	\$461.735,43	\$362.673,18	\$232.050,98	\$214.579,57	\$177.533,47	\$168.644,28	\$182.278,77	\$178.355,62	\$241.372,74	\$221.174,97	\$194.753,88	\$3.127.942,34
Resultado - IIGG	\$915.180,38	\$857.508,66	\$673.535,91	\$430.951,83	\$398.504,92	\$329.705,02	\$313.196,53	\$338.517,72	\$331.231,87	\$448.263,67	\$410.753,52	\$361.685,77	
Retiro de socios	\$300.000,00	\$300.000,00	\$200.000,00	\$150.000,00	\$150.000,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$150.000,00	\$150.000,00	\$100.000,00	\$1.500.000,00
Saldo de cierre de caja	\$615.180,38	\$557.508,66	\$473.535,91	\$280.951,83	\$248.504,92	\$329.705,02	\$313.196,53	\$338.517,72	\$331.231,87	\$298.263,67	\$260.753,52	\$261.685,77	\$4.309.035,77
Saldo final de caja acumulado	\$3.302.162,96	\$3.859.671,62	\$4.333.207,53	\$4.614.159,35	\$4.862.664,27	\$5.192.369,29	\$5.505.565,82	\$5.844.083,53	\$6.175.315,40	\$6.473.579,07	\$6.734.332,59	\$6.996.018,36	

3er Año

Bibliografía

Asociación de hoteles de turismo de la República Argentina. (s. f.). Hoteles más Verdes. Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <http://www.hotelesmasverdes.com.ar/>

Brisas del Parque. (2018). Brisas del Campo Apart Hotel. Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://brisasdelcampo.com.ar/>

Dirección Nacional de Mercados y Estadística. (2021, agosto). *Encuesta de viajes y turismo de los hogares*. Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación. Recuperado de <https://www.yvera.tur.ar/estadistica/documentos/descarga/6112d965522e0999086774.pdf>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021, marzo). Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 aglomerados urbanos (4). INDEC. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_02_2082FA92E916.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2021a, mayo). *Encuesta de ocupación hotelera* (14). INDEC. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eoh_07_2185664D6B2B.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2021b, junio). *Estadísticas de turismo internacional* (15). INDEC. Recuperado de https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_08_21BEED3B312B.pdf

La Posada de Uribe. (2021). La Posada de Uribe. Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://laposadadeuribe.com.ar/>

La Maína. (s. f.). Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <http://lamaina.com.ar/>

Ministerio de Turismo y Deportes Argentina. (s. f.). preViaje. Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://www.previaje.gob.ar/>

Ministerios de Turismo y Deportes, Instituto de Calidad Turística Argentina, Cámara Argentina de Turismo, & Consejo Federal de Turismo. (2020, junio). *Protocolo COVID-19 para prestadores turísticos*. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/protocolo_prestadores.pdf

Odessky Inmobiliaria. (2021). Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://inmobiliariaodessky.com.ar/ad/uribellarea-en-venta-35-ha>

Posada Como Entonces. (2018). Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <http://www.comoentoncesposada.com/index.html>

Uribelarrea. (s. f.). Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://www.canuelas.gov.ar/index.php/turismo/localidades/item/403-uribelarrea>

Usina Turística. (2021, abril). *Turismo Rural en la provincia de Buenos Aires*. Autor. Recuperado de <https://usinaturistica.com/2021/04/21/turismo-rural-en-la-provincia-de-buenos-aires/>

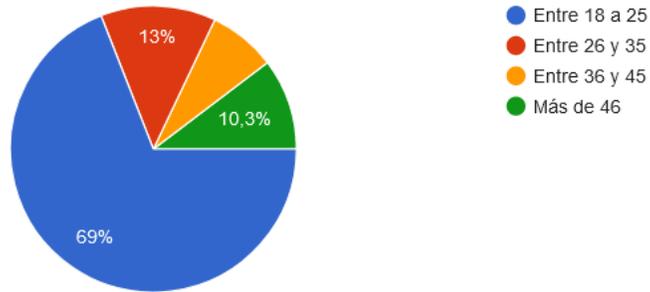
Yanes, J. (2021, 25 febrero). ¿Tendremos un planeta más sano o más enfermo tras la pandemia? Recuperado 2 de septiembre de 2021, de <https://www.bbvaopenmind.com/ciencia/medioambiente/planeta-tras-la-pandemia-mas-sano-o-enfermo/>

ANEXOS

Encuesta

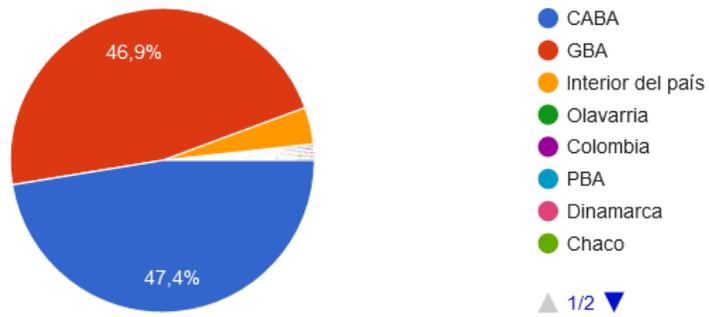
Edad

407 respuestas



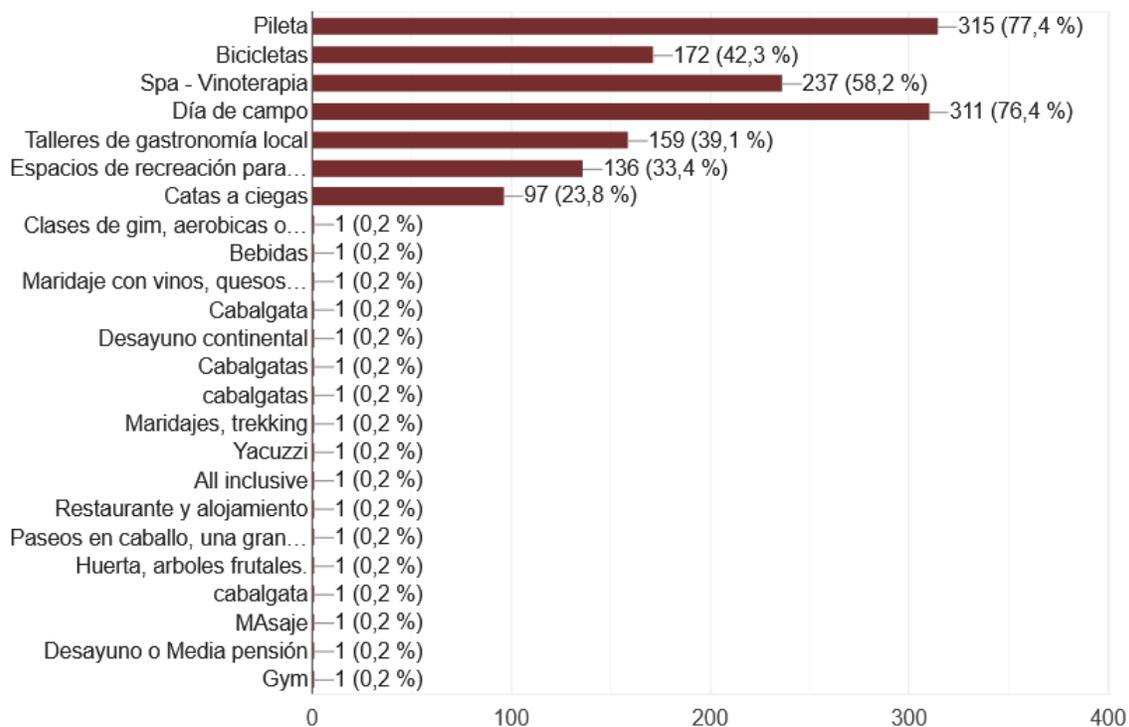
Lugar de residencia

407 respuestas



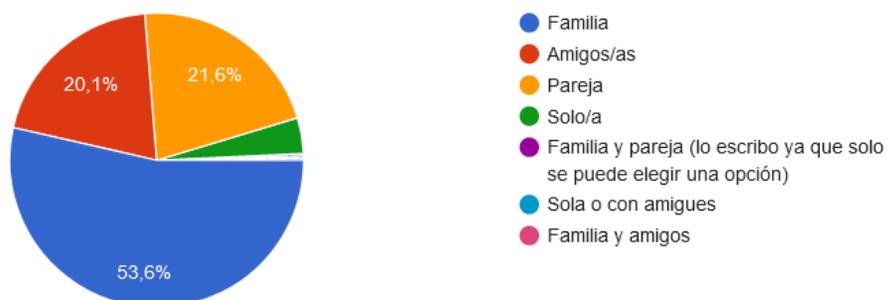
Cuando piensas en una estancia. ¿Qué servicios te gustaría que estén incluidos? (puede elegirse más de una opción)

407 respuestas



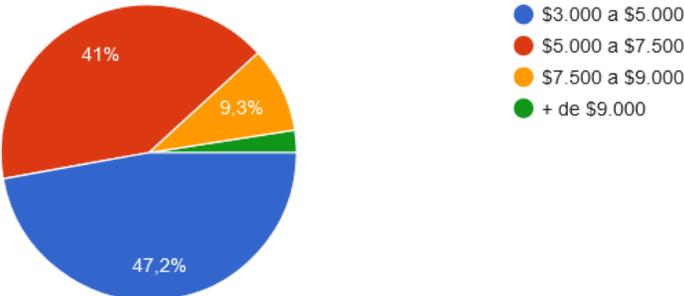
¿Con quién o quiénes soles viajar?

407 respuestas



¿Qué precio estarías dispuesto a pagar por noche para una estadia de fin de semana en una estancia?

407 respuestas



Presupuesto del Seguro

COTIZACIÓN INDICATIVA – INTEGRAL DE COMERCIO

Fecha: 12/11/2021

Solicitante: Estancia Valentina

Moneda: Pesos

Vigencia: Anual – A Confirmar

Coberturas	Sumas Aseguradas
Actividad: Hotel / Estancia Spa Condiciones: Estándar - Integral de Comercio.	
Ubicación de Riesgo: La Noria – Cañuelas – Buenos Aires	
Incendio Edificio a prorrata	\$60,000,000.-
Incendio Contenido a prorrata	\$8,000,000.-
Gastos de Limpieza y Remoción de Escombros	\$3,400,000.-
Gastos Extraordinarios	\$3,400,000.-
Robo Contenido General a Primer riesgo absoluto	\$50,000.-
Cristales Verticales	\$200,000.-
Seguro Técnico para Equipos Electrónicos	\$150,000.-
Responsabilidad Civil Linderos	\$1,800,000.-
Responsabilidad Civil Comprensiva	\$3,000,000.-

● COSTO DEL SEGURO:

Premio Anual: \$74,177.-

Forma de pago: 10 cuotas iguales y consecutivas.

● FRANQUICIAS DEDUCIBLES:

- Incendio Edificio y Contenidos: HVCT y Granizo 10% del monto indemnizable, mínimo \$15,000.-
- Gastos de Limpieza y Remoción de Escombros: HVCT y Granizo 10% del monto indemnizable, mínimo \$15,000.-
- Gastos Extraordinarios: HVCT y Granizo 10% del monto indemnizable, mínimo \$15,000.-
- Robo Contenido General a Primer riesgo absoluto: 10% del monto indemnizable, mínimo \$1,000.-
- Seguro Técnico para equipos Electrónicos: 10% del monto indemnizable, mínimo \$1,000.-
- RC Linderos: 5% sobre monto a indemnizar, mínimo 1%, máximo 3% ambos de la suma asegurada.
- RC Comprensiva: 10% sobre monto a indemnizar, mínimo 1%, máximo 5% ambos de la suma asegurada. (Básica, incendio, carteles, ascensores, calderas, armas de fuego, carga y descarga de bienes, suministro de alimentos a invitados).

● PRINCIPALES EXCLUSIONES PARA RC COMPENSIVA:

- RC Patronal, Accidentes de Trabajo, Enfermedades profesionales y/o enfermedades accidentales
- RC Automotor de cualquier clase
- Bienes bajo cuidado, custodia o control
- Acoso sexual y/o abuso sexual
- Discriminación de cualquier clase
- RC eventos y espectadores
- Transmisión y/o contagio de enfermedades
- RC Productos y Servicios
- Cancelaciones, sobreventas
- Reclamos de pasajeros entre si
- RC Hechos Privados
- Daños sufridos por contratistas y/o subcontratistas
- Daño Moral en Ausencia de un daño material o personal.

- Valor de la oferta: 15 días

Mail Infraestructura

De: LEA Global <info@lea.com.ar>
Date: jue, 11 nov 2021 a las 20:29
Subject: Valor de construcción a nuevo de inmuebles consultados
To: <fleytasnilagros@gmail.com>
Cc: <info@lea.com.ar>

De acuerdo a vuestra solicitud, le adjuntamos la información del cálculo de valor de construcción tipo viviendas en base a la cantidad de metros.

CÁLCULO DE VALOR TIPO VIVIENDAS

**MIN AR\$ 55.787.634 - MAX AR\$
66.413.522**

TIPO 2

Edificio de apartamentos con calidad de terminaciones e instalaciones estandar, en la media.

SUPERFICIE

574 m2

ZONA

Capital Federal y GBA



Leza, Escríbala y Asociados S.A.

Tel: +54 11 4786-7000

www.lea-global.com