Universidad Abierta Interamericana

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD
Licenciatura en Hotelería

Trabajo final de grado

Propuesta de intervención en el campo profesional

"Intervención en viñedo con la construcción de un Ecolodge en Cafayate, Salta"

Autora: Añon, Luisina.
Legajo: B00034518-H1

A mis padres, quienes me acompañaron durante toda mi carrera y me apoyaron incondicionalmente.

A mi querida colega y amiga Myriam, mi pilar durante estos cuatro años.

A todos los que colaboraron, profesores y amigos, para que este trabajo final sea posible.

Agradecimientos

Beltritti, Elisa. Decana de la Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Turismo y Hospitalidad.

Domínguez, Manuel Pablo. Profesor de la Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Turismo y Hospitalidad.

Claudio, Pietrantueno. Profesor de la Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias Económicas.

Ballesteros, Victoria. Arquitecta egresada de la Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Arquitectura y Urbanismo.

Alfonso, Ezequiel. Contador Público egresado de la Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas.

Resumen

En una era donde el turismo es uno de los pilares más importantes de la economía a nivel mundial, gracias a su flujo de divisas y el efecto multiplicador que genera, es de suma importancia apuntar a la sustentabilidad y sostenibilidad de esta actividad, ya que, si bien el turismo impulsa el desarrollo económico, también genera un impacto negativo en el medio ambiente y en las comunidades locales.

En el sector hotelero, es de gran importancia la creatividad y la innovación, dado que la demanda actual es cada vez más consciente y responsable al elegir dónde alojarse, valorando las prácticas verdes. A su vez, las necesidades, gustos y preferencias de los mismos cambian constantemente, lo que obliga al sector hotelero a una readaptación continua, con el fin de brindarles experiencias positivas y enriquecedoras.

El presente proyecto no solo apunta a la aplicación de prácticas que minimicen la huella de carbono y el impacto ambiental, sino también la preservación del entorno natural, con el objetivo de que, desde su origen, sea sustentable.

Para finalizar, a raíz de esto, surge la idea de implementar la arquitectura biomimética, con el fin de integrar el alojamiento a un entorno natural, generando la sensación de formar parte del mismo y permitiendo a los huéspedes conectar con él. Es de esperar una gran inversión económica inicial, pero se buscará demostrar su viabilidad, logrando a su vez generar experiencias significativas y un impacto positivo en el medio ambiente y en la cultura local.

Palabras Claves: Sustentabilidad, Medio Ambiente, Arquitectura Biomimética, Turismo, Hotel, Ecolodge, Cafayate, Salta.

Contenido

Introducción....7
CAPÍTULO I....9
Título del tema....10
Objetivo de la investigación....10
Objetivo general....10
Objetivos específicos....10
Justificación....11
Limitaciones....11
Antecedentes....12
CAPÍTULO II....13
Marco Referencial y Marco Teórico....13
Marco referencial....14
Información general de Cafayate....14
Macro y microlocalización....14
Historia de Cafayate....16
Distancias....17
Formas de acceso....18
Relieve y clima en Cafayate....18
Temporada turística....19
Atractivos turísticos....19
Casos análogos....24
Marco teórico-conceptual....38
Turismo....38
Sistema turístico....39
Demanda turística....39
Oferta turística....42
Los operadores del mercado....42
Proceso de venta....43
Producto turístico....43
Espacio geográfico....44
Planta turística....44
Equipamiento....44
Instalaciones....45
Atractivos turísticos....46
Infraestructura....47
Superestructura....48
Alojamiento turístico....49
Tipología de alojamientos....49

Sustentabilidad y Sostenibilidad..... 50
Ecoturismo.....52
Ecolodge.....*52*
Biomímesis y Arquitectura Biomimética..... *52*
Enoturismo..... 53
Accesibilidad.....53
Proyecto de inversión.....54
Estudio de mercado..... 55
Estudio técnico..... 55
Estudio económico y financiero.....56
Punto de equilibrio.....*56*
Periodo de recupero de la inversión (PRI).....*56*
Tasa interna de rendimiento (TIR)..... *57*
CAPÍTULO III..... 58
Estudio De Mercado.....59
Análisis de la oferta turística.....59
Análisis de la demanda turística.....88
CAPÍTULO IV.....111
Estudio de prefactibilidad técnico..... 111
Propuesta del proyecto de inversión.....112
Localización del terreno..... 112
Segmento del mercado objetivo..... 119
La Usina de Cafayate Wine Ecolodge.....120
Accesibilidad.....121
Planos del circuito hotelero..... 123
Arquitectura y sustentabilidad del Ecolodge.....143
Arquitectura Biomimética..... *143*
Compromiso Ecológico Sustentable..... 147
Tipología del establecimiento y Régimen legal..... 148
Habilitaciones y seguros.....150
Gerenciamiento..... 152
FODA.....154
Recursos Humanos.....158
CAPÍTULO V.....177
Estudio de prefactibilidad económica..... 177
Inversión del proyecto hotelero.....178
Terreno e infraestructura.....*179*
Mobiliario.....*180*
Equipamiento y equipos grandes..... *182*
Amortización..... *184*
Dotación del Ecolodge..... *185*

Costos de Servicios.....*186*
Precio de venta lodges.....*194*
Costo de las habitaciones..... 195
Ingresos por ventas.....*196*
Punto de equilibrio..... 199
Evaluación de rentabilidad..... 200
Flujo de Fondos..... 200
CONCLUSIÓN FINAL..... 204
BIBLIOGRAFÍA..... 206
Anexo I..... 208
Anexo II..... 215

Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes a nivel global desde hace décadas, y sigue siendo una importante fuente de ingresos para muchos países, gracias al famoso efecto multiplicador. Este fenómeno genera un gran flujo no sólo de divisas, sino también de turistas hacia los destinos turísticos, contribuyendo de esta forma a la economía local, creando empleo y nuevas oportunidades, priorizando sobre todo a los pequeños productores locales y el respeto a la cultura del lugar. Además, debe apuntar al cuidado y la conservación del patrimonio natural, arquitectónico y cultural de la región, puesto que sin estos componentes, el desarrollo del destino turístico no sería posible.

Sin embargo, el impacto ambiental es lo que más preocupación genera, debido a la saturación provocada tanto por los turistas cuando se desplazan hacia los centros turísticos, afectando a la capacidad de carga de los mismos y agotando los recursos de manera irresponsable, sino también por los prestadores turísticos como lo son los alojamientos, ya que gran parte de estos no aplica prácticas verdes adecuadas para disminuir su huella de carbono. El mundo es cada vez más consciente de los problemas ambientales y de la necesidad de un desarrollo sostenible. Por esto, la búsqueda de soluciones innovadoras que combinen naturaleza y tecnología, se ha convertido en una prioridad y un desafío para el ámbito hotelero.

En la actualidad, existe un creciente número de turistas, en especial las generaciones nuevas, que optan por un turismo sustentable y por alojamientos con prácticas verdes, aportando de esta forma su grano de arena. Para entender mejor el concepto de turismo sustentable, este consiste en "satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la posibilidad de satisfacciones propias de las generaciones futuras"(OMT 1994, p.261).

Dentro de este marco, surge un nueva alternativa al turismo de masas: el ecoturismo o turismo ecológico, que la UNWTO define como:

> Un tipo de actividad turística basada en la naturaleza, en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

El ecoturismo tiene como objetivo la conservación del entorno natural, por lo que requiere "procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema". (UNWTO). Más allá de que se espera que la actividad turística siga creciendo, es fundamental tomar medidas estrictas e inmediatas, para evitar el agotamiento de recursos no renovables,

asegurando de esta forma que las generaciones futuras puedan seguir disfrutando de la gran riqueza natural y cultural que poseemos.

Como consecuencia del ecoturismo, surge una nueva alternativa de alojamiento: el ecolodge, un tipo de establecimiento respetuoso con el medioambiente e integrado en la naturaleza y alejado de las zonas urbanas. Los ecolodge buscan minimizar el impacto ambiental y fomentar la sostenibilidad, tanto en su construcción como en sus operaciones, integrándose en el hábitat natural y brindando las comodidades necesarias para sus huéspedes.

En este contexto, la propuesta de un Ecolodge en Cafayate, Salta, busca no solo la sostenibilidad en su máxima expresión, sino también la fusión de los tres pilares fundamentales de la sustentabilidad: el ecológico, el económico y el social. A su vez, este proyecto se encuentra atravesado de forma transversal por la arquitectura biomimética[1], inspirada en la biodiversidad local, y el cual se emplazará en un terreno con viñedos y Bodega familiar, lo que le dará un valor agregado.

El Enoturismo es un fenómeno que está en pleno auge, y el Norte argentino es el segundo destino enoturístico de Argentina, con Salta ocupando el segundo lugar, según el Observatorio del Enoturismo de la Corporación Vitivinícola. Un dato no menor, Cafayate se encuentra dentro de los Valles Calchaquíes, corazón de la ruta del vino más alta del mundo, la cual recorre fincas, viñedos y bodegas que integran la cultura y la naturaleza propia del lugar. Es por ello que es importante para el presente trabajo, y será un punto fuerte junto con la sustentabilidad del alojamiento, que permitirá posicionarnos frente a la competencia.

En los siguientes capítulos, se evaluará la viabilidad técnica y económica para la construcción de un ecolodge en un viñedo con bodega en Cafayate, basado en la oferta y la demanda actual del lugar.

Se llevará a cabo un estudio de mercado, analizando tanto la oferta como la demanda a través de fuentes primarias y secundarias. Para el análisis de la oferta en Cafayate, se realizará un relevamiento de alojamientos, servicios de alimentación y bodegas de la zona, considerando las características de los servicios, sus precios, ubicaciones y si aplican o no prácticas verdes. En cuanto a la demanda, se analizará la demanda histórica y real, junto con la tasa de ocupación hotelera de Cafayate, y se definirá el perfil del segmento de mercado objetivo a través de encuestas a personas que hayan pernoctado al menos una vez en Cafayate entre 2018 y 2024.

A partir de los resultados obtenidos se adaptará el proyecto para satisfacer las necesidades, gustos y preferencias de la demanda, así como para posicionarnos fuertemente frente a la competencia directa y buscar liderar en el mercado.

[1] La arquitectura biomimética se inspira en los procesos de la naturaleza para crear estructuras eficientes y armoniosas, replica patrones de la misma a partir de tecnología.

CAPÍTULO I

Título del tema

Evaluación de anteproyecto para la construcción de un ecolodge en un viñedo con bodega en Cafayate, Salta.

Objetivo de la investigación

"Proyectar es intentar prever escenarios futuros de una idea que se considera viable de ser llevada a cabo, estudiando los obstáculos que pueden encontrarse, y planteando la forma de superarlos" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 13).

Según explica Sampieri (2014) en su libro "Metodología de la Investigación":

> Es necesario establecer qué se pretende con la investigación, es decir, cuáles son sus objetivos. Éstos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas. Son las guías del estudio y señalan a lo que se aspira en la investigación. Es posible que durante la misma, surjan otros objetivos, se modifiquen los iniciales o incluso se cambien por nuevos objetivos, según la dirección qué tome el estudio (p. 37).

Dicho esto, a continuación se plantean aquellos objetivos que se busca alcanzar en el proyecto:

Objetivo general

Analizar la viabilidad técnica- económica en la construcción de un ecolodge en un viñedo con bodega en Cafayate, Salta, en base a la oferta y la demanda actual.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado de Cafayate para determinar la competencia directa y el segmento de mercado.
- Establecer un análisis de prefactibilidad.
- Evaluar los instrumentos normativos en relación al turismo y la hospitalidad de Cafayate con el fin de desarrollar el proyecto dentro del marco legal.
- Determinar las características arquitectónicas para la construcción del ecolodge y las prácticas sustentables que se implementarán.
- Determinar los servicios y unidades de negocio que se ofrecerán.
- Desarrollar un plan de marketing para posicionar la marca en la mente de los consumidores.
- Realizar una estimación financiera de los costos de inversión.

- Calcular el periodo de retorno de inversión de capital.

Justificación

El presente proyecto busca ofrecer un servicio que aporte un valor agregado al mercado, logrando generar un impacto positivo tanto para el medio ambiente, la comunidad local de Cafayate, como así también para la bodega Hemsy, ubicada en el terreno seleccionado. Este proyecto no solo busca el cuidado del entorno natural, posicionar a la Bodega Hemsy y su marca Toqui en un mercado competitivo, sino también generar un importante flujo de divisas hacia el sitio, contribuyendo a la creación de empleo directo e indirecto y la atracción de potenciales inversionistas.

Con esta propuesta se busca contribuir a redefinir el concepto de alojamiento ecológico, convirtiéndolo en una posible inspiración para futuros proyectos hoteleros, y generar experiencias significativas, auténticas e inmersivas para los huéspedes.

Si bien, la inversión inicial será elevada debido a los costos que conlleva el desarrollo del proyecto, se buscará demostrar que es viable y que traerá grandes beneficios, logrando superar esta inversión. Dichos beneficios incluyen la conservación del entorno natural en donde se encuentra emplazado, el aporte a la comunidad local y el posicionamiento del ecolodge como un negocio rentable.

Limitaciones

Las limitaciones que se encontraron en el proyecto son, en primer lugar, la distancia de la ciudad de Cafayate, Salta con respecto a Buenos Aires, los costos de traslado y el tiempo.

Por otro lado, la falta de información legislativa en referencia a la clasificación del ecolodge, ya que no existe una clasificación específica de este tipo de alojamiento como en Mendoza que sí desarrollaron un decreto específico para Lodge. Se debió clasificar al alojamiento como un Hotel Boutique debido a que encajaba de manera adecuada a las características del proyecto, pero sin perder la esencia de un lodge.

A su vez, se identificaron limitaciones durante la recolección de información sobre la oferta y la demanda turística de Cafayate. La escasez de datos denota la necesidad de una mayor implicación y planificación estratégica por parte de las autoridades locales, con el fin de poder brindar información más precisa y enriquecedora.

Antecedentes

Los principales antecedentes que sirvieron como referencia para poder desarrollar el trabajo fueron cuatro tesis de la Universidad Abierta Interamericana seleccionados por ser todos anteproyectos de alojamientos, uno de ellos de temática sustentable y otro por abordar el concepto de enoturismo. Fueron utilizados como guías para el desarrollo de nuestro anteproyecto, y son los siguientes: “Evaluación de un Anteproyecto para un Eco-Hotel en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires” de Bitler Ezequiel Maximiliano, “Anteproyecto posada sustentable en Tilcara” de Caudullo Ailen Ariadna, “Anteproyecto Apart-Hotel en Bodega familiar Schroeder, Neuquén” por Altieri Rocío Amancay, y por último, “Estudio de mercado y anteproyecto para la construcción de un Apart Hotel en la localidad de Cariló” por Bozzano Lucas Javier.

CAPÍTULO II

Marco Referencial y Marco Teórico

Marco referencial

Información general de Cafayate[2]

El municipio de Cafayate se encuentra ubicado a 187 km al suroeste de la capital provincial de Salta. Es una de las localidades más significativas en la Ruta del Vino, ubicada a 1.660 msnm y se accede por la Ruta Nacional N° 68 desde Salta capital, pasando por distintas localidades como Cerrillos, La Merced, El Carril, Coronel Moldes, La Viña y Talapampa. También se puede acceder por la Ruta Nacional 40, desde el norte, recorriendo los valles calchaquíes salteños, y por el acceso sur desde la Provincia de Tucumán. La localidad está emplazada en el corazón de los valles Calchaquíes y se conforma por los parajes de Las Conchas, El Divisadero, San Luis, Yacochuya y Santa Bárbara.

Para llegar a Cafayate se debe atravesar un área de dunas o médanos, pequeños arenales blancos, y diversos viñedos. Dicha localidad es el asentamiento más importante de los Valles Calchaquíes, allí se pueden realizar visitas a bodegas y degustar los mejores vinos como el Torrontés, cepa característica de la zona, entre otras cepas importantes.

Macro y microlocalización

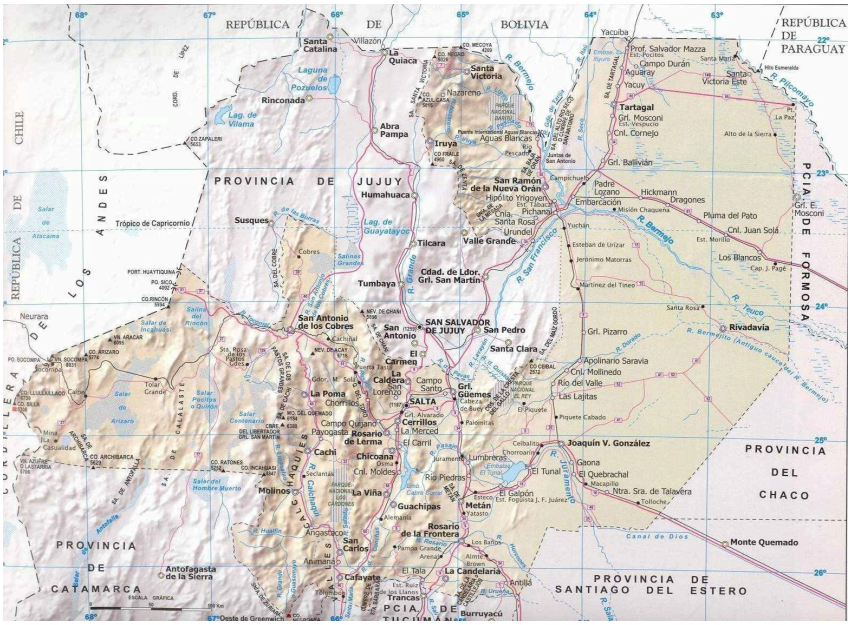
Mapa 1. *Mapa de Argentina y su ubicación en color verde de la Provincia de Salta.*



Fuente: Google

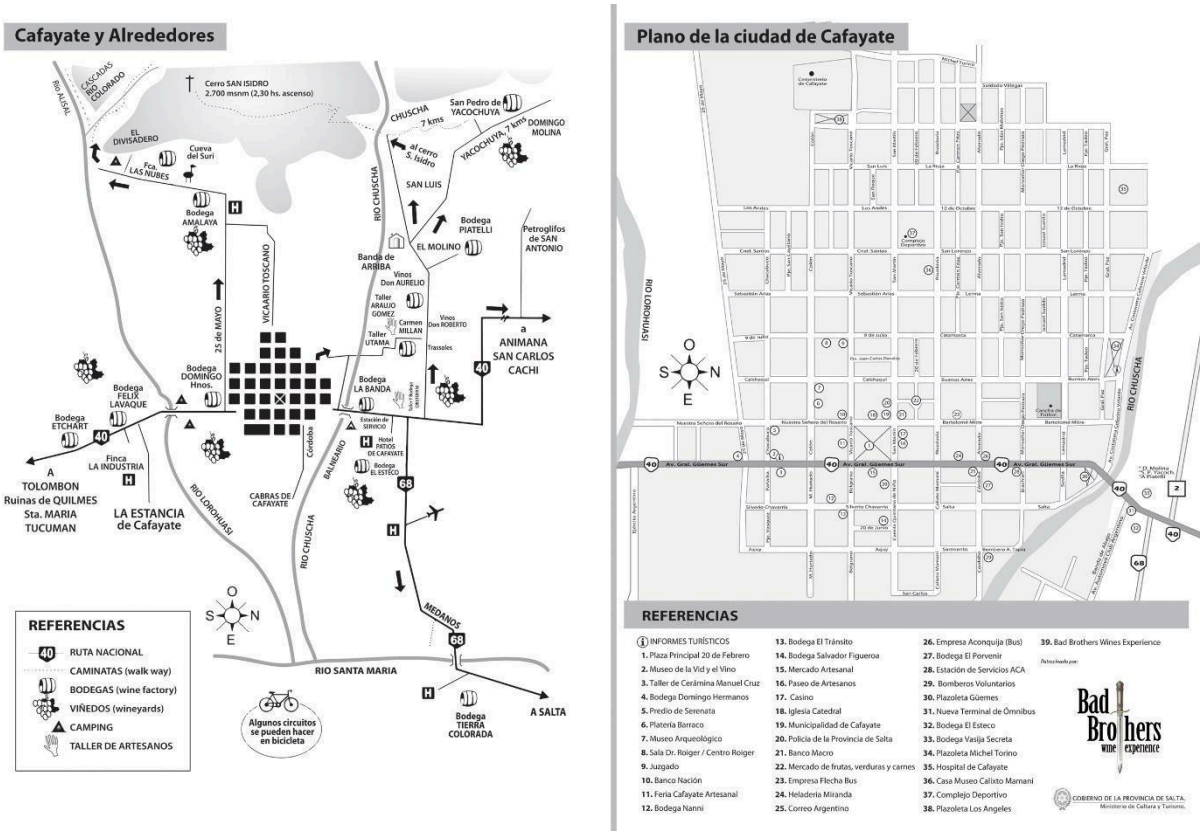
[2] La información sobre Cafayate fue obtenida de las siguientes Paginas Oficiales:
https://www.cafayate.tur.ar/informacion-general/geografia-y-geologia
https://saltaturismo.com/ciudad/cafayate/

Mapa 2. *Mapa de la Provincia de Salta.*



Fuente: Enciclopedia Digital de la Provincia de Salta (planos)

Mapa 3. *Mapa de la localidad de Cafayate y alrededores, y plano de la ciudad.*



Fuente: ***https://www.cafayate.com/ES/direcciones.php***

Mapa 4. *Mapa Satélite de Cafayate*



Fuente: Google Maps

Historia de Cafayate [3]

En la época precolombina, anterior al descubrimiento de América y su conquista, Cafayate se encontraba poblada por los indígenas diaguitas (Chuchugastas, Cafayates y Tolombones), quienes se habían asentado en la zona y que luego serían conocidos como "Calchaquíes", término que deriva del nombre del curaca de Tolombón, Juan Calchaquí. Existen algunas versiones del nombre del lugar, se dice que es de origen quechua y significa "cajón de agua". Otra versión dice que provenía de un cacique y otra que significa "gran lago" (Capac-Yac), que podría originarse de Capac-Yaco. La más aceptada por los cafayateños es la que considera que Capac significa riqueza y yaco, pueblo, es decir "El pueblo que lo tiene todo".

En el año 1480 aproximadamente, llegaron los incas del Perú, y en 1535 arribaron los españoles que lucharon contra los aborígenes lugareños, quienes resistieron por proteger sus raíces dejando sus testimonios en los parajes de El divisadero, San Luis, Yacochuya, y en localidades como San Isidro, Chuscha y Tolombón. En este último sitio se encontraron restos de cerámicas, andenes de cultivo y su arte rupestre en las cuevas.

El origen del pueblo de Cafayate se remonta al siglo XIX, más específicamente en el año 1826 gracias a la donación de un terreno propio de Doña Josefa Antonia Frías de Aramburu, viuda de Don Ignacio Frías Aramburu, quien había sido alcalde de Salta en 1768,

[3]Información obtenida de Sitios Web Oficiales de Salta y Cafayate.
https://saltaweb.com.ar/2020/08/el-pueblo-de-cafayate/
https://www.cafayate.tur.ar/informacion-general/nuestra-cultura

descendiente de conquistadores y terrateniente de los Valles Calchaquíes, con el propósito de que se fundara un pueblo que pudiera albergar una iglesia en nombre de la Virgen del Rosario y a sus curas. Luego de aceptada la donación por el Gobernador de Salta, Manuel Fernández de Aramburu, hijo de Doña Josefa Antonia Frías de Aramburu, ordenó la demarcación del pueblo. Con el transcurso de los años se fue construyendo el primer consejo municipal, el hospital, la sucursal del Banco Nación, se instaló la primera usina eléctrica y la pavimentación de las calles**,** y su crecimiento sigue en ascenso hasta el día de hoy, conservando el característico estilo colonial de las casas con paredes de adobe.

Distancias

Tabla 1. Distancias de las Provincias y sus capitales a Cafayate, Salta.

Provincia de Jujuy - San Salvador de Jujuy 313 km	Provincia de Formosa - Formosa 1,103 km
Provincia del Chaco - Resistencia 960 km	Provincia de Santiago del Estero - Santiago del Estero 342 km
Provincia de Tucuman - San Miguel de Tucuman 228 km	Provincia de Catamarca - San Fernando del Valle de Catamarca 362 km
Provincia de La Rioja - La Rioja 491 km	Provincia de Córdoba - Córdoba 706 km
Provincia de Santa Fe - Santa Fe 951 km	Provincia de Corrientes - Corrientes 974 km
Provincia de Misiones - Posada 1,265 km	Provincia de Entre Ríos - Paraná 988 km
Provincia de San Juan - San Juan 870 km	Provincia de Mendoza - Mendoza 1,036 km
Provincia de San Luis - San Luis 1.006 km	Provincia de La Pampa - Santa Rosa 1.324 km
Provincia de Buenos Aires - La Plata 1.452 km	Provincia de Neuquén - Neuquén 1.778 km
Provincia de Rio Negro - Viedma 1.913 km	Provincia de Chubut - Rawson 2.531 km
Provincia de Santa Cruz - Río Gallegos 3.301 km	Provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur - Ushuaia 3.874 km

Fuente: Elaboración propia, información brindada por Google Maps.

Formas de acceso

- **Aeropuerto de Salta:** Aeropuerto Internacional General Martín Miguel de Güemes. Se accede por la Ruta Nacional N.º 68, por la Ruta Nacional desde Cachi y el acceso sur por Ruta Nacional 40 desde la Provincia de Tucuman. Existen 3 formas para llegar a Cafayate desde Salta:

- **Autobús:** con una duración de 3h 45m. Los servicios salen cada 4 horas y operan todos los días (operadores Flecha Bus y Empresa El Indio)
- **Taxi:** con una duración de 2h 50m (189.5 km): Taxitel: +543874232314 taxitelsrl.com / Remis Nuevo San Nicolas: +543876482000 / Remis Golden: +543874953723
- **Coche:** con una duración de 2h 50m (189.5 km).

Relieve y clima en Cafayate[4]

Cafayate se encuentra en el sur del Valle Calchaquí. Toda la parte central del departamento es un valle enmarcado por la precordillera al Oeste, y serranías al sur y este. Allí encontraremos mayormente suelo franco arenoso.

Por otra parte, el clima en Cafayate es semiárido de altura y árido de sierras y bolsones. Posee altos índices de radiación solar y escasas lluvias, con nevadas en las altas cumbres, y un clima seco y templado en la zona del valle, y frío en serranías y áreas en altura.

La temperatura promedio anual de Cafayate es de 16,2°. En Invierno, la temperatura más baja es en junio, la media es de 9,9°, con mínima de 3° y máxima de 19°. Por el contrario, en verano, la temperatura media es de 21,1°, mínima de 15° y máxima de 27° (enero).

Con respecto a las lluvias, la temporada de lluvias se da desde el 20 de septiembre al 24 de mayo (8 meses aproximadamente), con un intervalo de 31 días de lluvia de, por lo menos, 13 milímetros. El mes con más lluvia es enero, con un promedio de 191 milímetros de lluvia, mes donde también las temperaturas son elevadas por lo que se produce una mayor evapotranspiración y los suelos poseen baja capacidad de retención de agua por sus características. El periodo del año sin lluvias va del 24 de mayo al 20 de septiembre (4 meses aprox), y el mes con menos lluvia es julio con un promedio de 5 milímetros. Los vientos por su parte son secos y de gran intensidad provenientes del Noroeste y Oeste en gran parte, lo que provoca la ya mencionada evapotranspiración y erosión eólica.

[4] La información sobre el clima, fauna y flora de Cafayate fue obtenida de Páginas Oficiales.
https://www.cafayate.tur.ar/informacion-general/clima
https://www.cafayate.tur.ar/informacion-general/flora-y-fauna

Fauna y Flora

La fauna de Cafayate es diversa y se encuentran en diferentes zonas: en la zona de los Valles Calchaquíes, lugar donde se ubica Cafayate, se pueden observar guanacos, zorros grises y colorados, pumas, tarucas, cuises, comadrejas, liebres, entre otros, estos se ubican en la parte alejada de la zona urbana. Con respecto a las aves, se pueden encontrar loros barranqueros, monteritas de collar, carpinteros del cardón, pepiteros chico, pepiteros de collar, carpinteros reales, catitas serranas grandes y fuegueros. Entre las aves rapaces se destaca el chimango, el carancho, el gavilán mixto, águila mora, halcones, y de las carroñeras el cóndor andino, cabeza negra, jote cabeza colorada, y jote real. Por último, adentrándonos en el agua se encuentran bagres, sábalos, yuscas, trucha arcoiris y mojarras.

La flora de Cafayate se caracteriza por estepa de arbustos de hasta 3 metros de altura, subarbustos, suculentas, plantas de bulbo, el jarillal, mata sebo, monte negro y matorrales de jume, y el bosque que se encuentra en lugares con gran provisión de agua. Allí podremos visualizar algarrobo blanco, algarrobo negro, algarrobo dulce, arca y chañar, brea y churqui. Esta última vegetación es de gran importancia y valor para las comunidades locales y su desarrollo, se utilizan para la producción de alimentos, artesanías, forraje, entre otros.

Temporada turística

Cafayate recibe mayor flujo de turistas en Enero y Febrero (temporada de verano), Semana Santa (del 1 al 4 de Abril) y la Temporada de Invierno (9 al 30 de Julio aprox), según informes presentados por el Ministerio de Turismo y Deporte y la Secretaria de Turismo de la Provincia de Salta.

También se recomienda viajar durante otoño (marzo y abril), época en la que los viñedos se encuentran en su máximo esplendor, y primavera (de agosto a noviembre) debido al cambio de clima del lugar (clima templado) y bajas precipitaciones. De todas maneras, Cafayate es un destino que se puede visitar todo el año y nunca deja de sorprender.

Atractivos turísticos

Atractivos Turísticos Naturales en Cafayate

- **Reserva Natural Quebrada de las Conchas**: Área protegida donde se pueden apreciar coloridas formaciones rocosas originadas por la erosión de las rocas.
    - Garganta del Diablo
    - El anfiteatro
    - El Sapo
    - El Fraile
    - La casa de los loros
    - El obelisco

    - Las ventanas
    - Los castillos
- Cascadas del Río Colorado
- Formación geológica Los Castillos
- Formación geológica Las Tres Cruces
- Formación geológica Las Ventanas
- Cueva del Suri
- Mirador Cerro Santa Teresita
- Cerro San Isidro
- Santa Bárbara
- **Los Médanos:** Ubicados a 6 km de Cafayate, lugar para caminar y realizar cabalgatas.
- **Tolombón:** Un pequeño pueblo a 14 km de Cafayate, es una antigua ciudad prehispánica, capital política de las naciones calchaquíes y asentamiento del Cacique Juan Calchaquí. Se pueden visitar bodegas, hoteles y lugares de restauración.
- **Yacochuya y San Luis:** Rodeados por un cinturón de viñedos, el paraje Yacochuya se encuentra ubicado a 6 km del centro de Cafayate, mientras que el paraje de San Luis está ubicado a 5 km, lo bordea el Río Chusca, el antiguo camino del Inca y algunas Fincas vitivinícolas. Lo interesante de este sitio, es que allí se pueden ver pirámides antiguas, construidas por las comunidades indígenas y se encuentran bien conservadas.
- **Quebrada de las flechas:** Con una antigüedad de 15 a 20 millones de años, en la quebrada se elevaron grandes bloques de rocas graníticas y metamórficas, dando lugar a un contrafuerte montañoso, pertenecientes al periodo precámbrico.

Atractivos Turísticos Culturales

- **Museo de la Vid y el Vino:** Uno de los museos más importantes donde se puede ir a conocer todo aquello relacionado a la producción vitivinícola de la región.
- **Museo Regional y Arqueológico Rodolfo Bravo:** Museo con piezas arqueológicas características de los orígenes de Cafayate (situado en Colón 191, abierto todos los días de 11 a 20 hs)
- **Sitios emblemáticos de la comunidad diaguita-calchaquí:**
    - **Ruinas del Divisadero:** El Divisadero es un paraje a 6 kilómetros del centro de Cafayate donde se pueden visitar La Cueva del Suri (circuito con pinturas rupestre), bodegas, y realizar excursiones a la Cascada del Río Colorado.
- **El Viejo Molino de piedra**: Un molino jesuítico de 350 años que aún funciona, a 6 km del pueblo.
- **La Finca San Isidro:** Allí se encuentran cuevas con pinturas rupestres.
- **La Catedral Nuestra Señora del Rosario:** Construida en 1.885, es una de las únicas en América latina construida con 5 naves. En el mes de octubre se celebran las fiestas patronales en honor a la Virgen del Rosario, donde se realiza una procesión y desfile de instituciones, fortines de gauchos y maquinarias agrícolas.
- **La Plaza Principal:** En torno a la plaza podemos encontrar restaurantes de comidas regionales y artesanías.
- **La Iglesia Parroquial y el edificio municipal.**

- **El mercado artesanal:** lugar ideal para comprar artesanías originales de alfarería, plata y telar de Cafayate.

Actividades Turísticas

- **El helado de vino:** Son elaborados desde hace décadas por una heladería local y se pueden degustar helados de Cabernet, Malbec y Torrontés.
- **Un día de Spa y Vinoterapia:** En Cafayate se pueden visitar algunos sitios con servicios de Spa y hoteles que ofrecen vinoterapia con vinos locales.
- **Golf:** Cafayate es sede de múltiples torneos nacionales e internacionales, con una cancha de 18 hoyos diseñada por Bob Cupp, estadounidense y famoso diseñador de campos de golf.
- **Eventos:** Cafayate es el segundo centro turístico más importante de la provincia y cuenta con todo lo necesario para la organización de eventos, viajes de incentivos, bodas, producciones publicitarias y de películas nacionales e internacionales.
- **Mountain Bike en la Quebrada de las Conchas:** Para aquellos que disfrutan de la adrenalina, este sitio es ideal.
- **Red de Turismo Campesino:** Actividades como cabalgatas, caminatas, talleres artesanales, práctica de actividades rurales, circuitos en viñedos y bodegas junto a la comunidad local.
- **Otras actividades que se pueden realizar en Cafayate:** Vuelos en globo aerostático, vuelos recreativos en avión, vuelos en planeador, cabalgatas por los Senderos de Juan Calchaquí, recorrer la Quebrada de Las Conchas en bici, visitas guiadas al Casco Céntrico, trekking del Cañón del Paso a la Yesera, como también la opción de free tour por Cafayate.

La Ruta del Vino más alta del mundo[5]

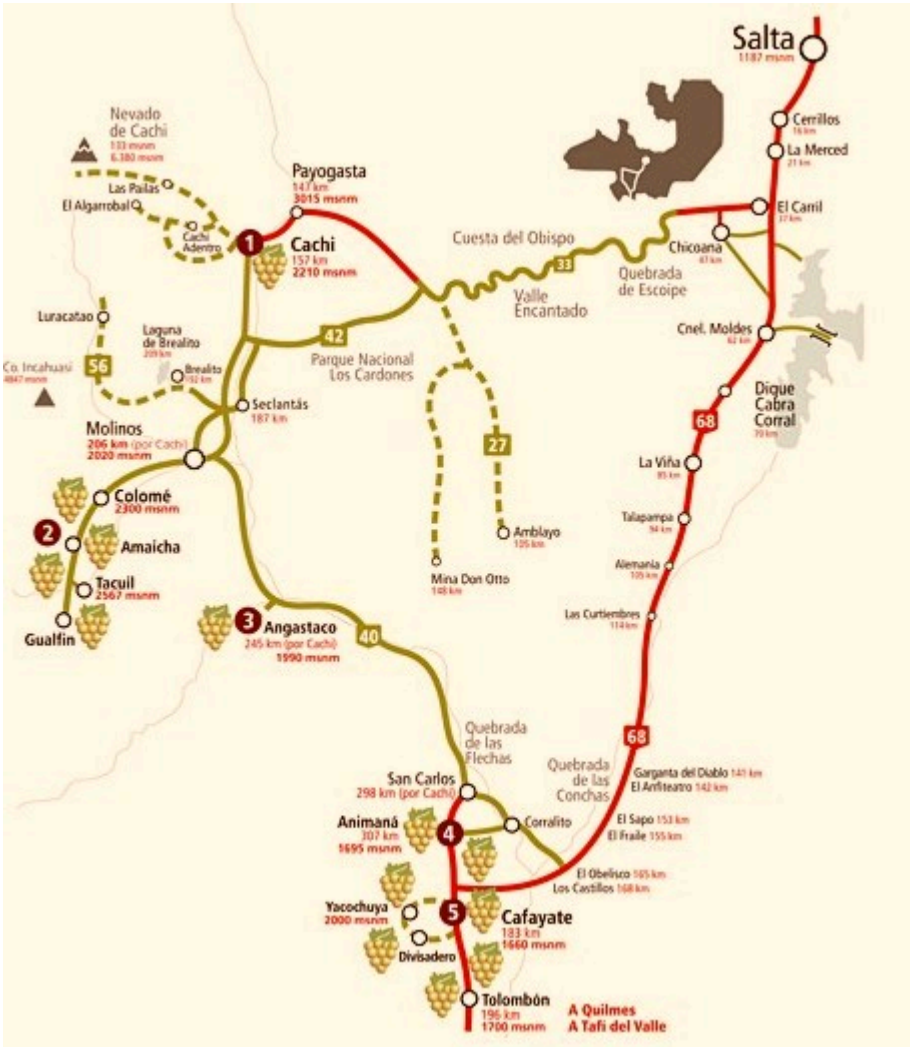


Fuente: Imagen obtenida de la Página Oficial de Turismo y Deportes de Salta.

[5] Información obtenida de la Página Oficial de Salta.
https://saltaweb.com.ar/2019/04/la-ruta-del-vino-en-cafayate/
https://saltaweb.com.ar/2020/06/todas-las-bodegas-de-cafayate-en-un-solo-lugar/

Cafayate es conocido por formar parte de la ruta del vino más alta del mundo, teniendo una gran concentración de bodegas. La amplitud térmica de la zona y la composición del suelo permiten su desarrollo y favorecen a las características organolépticas propias de los vinos, entre ellos se destaca el vino Torrontés, entre otras cepas importantes y reconocidas como Cabernet, Sauvignon, Malbec, Tannat, Bonarda, Syrah, Barbera y Tempranillo. La altura de los viñedos (que ascienden de los 1.600 a los 3.100 msnm), el torrontés, el Museo de la Vid y el Vino y un amplio calendario de eventos temáticos han posicionado a Salta como el segundo destino enoturístico de Argentina. Cuenta con 12 bodegas y sus viñedos, los cuales se pueden visitar y degustar los mejores vinos del lugar con sus maridajes.

Mapa 5. Mapa Ruta del vino (Fuente: Enciclopedia Digital de la Provincia de Salta)



Gastronomía Local[6]

Las comidas típicas del lugar son las empanadas salteñas, locro, maíz, porotos, pollo al barro, tamales, la humita, la chanfaina, sopa de quinua, mazamorra, guiso de mondongo con mote, chupi cocoa, quesillo. Los postres se preparan normalmente con frutas de la zona y de estación, miel y leche, cuajada, leche planchada, pasta real, tabletas de leche, patay, chancaca alfeñique, patay, tabletas de leche y miel rosquetes, empanadillas, gaznates, arrope, arrope, añapa, chilcán y quesos diversos. Entre los productos típicos se encuentran carnes como vaca, cordero, cabra, cerdo y gallina; dulces de cuaresmillo, de cayote, e higo, miel de caña. A su vez, estos productos y comidas locales se fusionan en una gastronomía gourmet de alta calidad.

[6]Fuente:https://www.saltargentina.com.ar/conoce-salta/gastronomia-y-bebidas/comidas-tipicas/

Casos análogos

Se seleccionaron los siguientes alojamientos turísticos de otras localidades y países como referencias debido a que poseen características similares al proyecto.

Alojamientos con estilos arquitectónicos relevantes para el proyecto

1. **Fasano Las Piedras Hotel - Punta del Este, Uruguay.** [7]

Ilustración 1. Imágenes del alojamiento



Este alojamiento combina casas particulares, cabañas de hotel e instalaciones como spa, centro ecuestre, campos de polo y 3 km de playa que bordea el Arroyo Maldonado. Se encuentra emplazado en un área de 480 hectáreas con un suelo árido, rocoso, con vegetación escasa y maleza.

[7] Fasano Las Piedras Hotel Página Web Oficial
https://www.archdaily.cl/cl/02-137198/fasano-las-piedras-hotel-isay-weinfeld

La casa del propietario y un anexo fueron levantadas con las piedras del mismo lugar, las construcciones son rústicas y artesanales, y allí se ubica la recepción del hotel y el Restaurante Las Piedras - donde se sirve el café de la mañana y el almuerzo, posee mesas en la sala y la terraza abierta hacia un patio-, y en el anexo mencionado se ubica el Restaurante Fasano.
Las unidades del complejo se encuentran dispersas como módulos aislados "posados naturalmente sobre el terreno".

Cuentan con 10 apartamentos y suites, y 20 cabañas de 80 y 120 m2, spa, piscina y bar, lounge para fiestas, distribuidas por la propiedad.

La piscina está instalada en la parte más alta del terreno para tener vistas panorámicas, se construyó en una depresión natural entre las piedras y se colocó un container de acero corten donde se encuentran los camarines, el bar y el lounge. El spa cuenta con sala de tratamiento, sauna seco y húmedo, piscina y relajación, y suite privada con un jardín en el centro.

Ofrece tratamientos del spa como masaje con piedras calientes, alineamiento de chakras con cristales, experiencia flor de tiaré (originada en la polinesia francesa), lifting facial, masajes relajantes, reflexología, drenaje linfático manual, masaje prenatal, masaje craneosacral, Deep tissue, drenorelax, masaje para parejas, ritual chandra garuda, lomi lomi masaje estilo hawaiano.

Experiencias individuales: picnic (picnic romántico en el muelle para parejas, picnic rústico en el campo en familia y picnic boho en la playa), bicicleteada y picnic saludable en el parque de Las Piedras, Cabalgata y tabla de quesos y fiambres en el Centro Ecuestre. Tenis con instructores y picnic saludable, golf driving range (también se degusta una tabla de quesos y fiambres al finalizar), Sound Healing yoga y picnic saludable, caminata enérgica y picnic saludable, Tour de Arte y quesos acompañado de un brindis.

Experiencias en grupo: Bicicleteada y almuerzo en Patio Las Piedras (parrillada uruguaya), Cabalgata y almuerzo en Centro Ecuestre (parrillada), Cena en el bosque con música en vivo (parrillada), Cena y fuego en Patio Las Piedras (con familia y amigos al aire libre con fogones), Cena y fuego en River Club a orilla del arroyo Maldonado (menú asado a la parrilla con música en vivo), Sunset session en Piscina Las Piedras (menú estilo finger food cocinado en parrillas de leña, dj incluido), Travesía SUP-Kayak (stand-up paddle y kayaks con desembarco en La Barra - menú de asado a la leña en el parador)

2. Habitas Alula - Arabia Saudita[8]

Ilustración 2. Imágenes del alojamiento



Alojamiento sustentable insertado entre formaciones rocosas, generando un oasis en el medio de la nada. Fue la principal fuente de inspiración para este proyecto.

Ofrece diferentes villas diseñadas de forma sostenible buscando mimetizarse con el entorno con vistas panorámicas del cañón, terrazas privadas al aire libre, camas King, duchas interiores y exteriores y telescopio para observación de estrellas. Se dividen en: villa celeste, villa con alcoba, villa cañón, villas de arte, villas de bienestar que incluye colchonetas de yoga

[8]Habitas Alula Pagina Web Oficial https://www.ourhabitas.com/alula/

y sesión privada de masajes en la habitación, villa árabe que son las más amplias con vistas al valle de Ashar.

Todas las villas se ubican en planta baja y el transporte hacia ellas se realiza por medio de carritos eléctricos.

Ofrece también un restaurante llamado Tama, donde fusionan comida global y de medio oriente, utilizando ingredientes y especias locales y frescos de granjas locales, donde se brinda el servicio de desayuno, almuerzo y cena. Tiene piscina al aire libre, salón circular en el exterior para clases de yoga, sectores de recreación en todo el establecimiento. Además, tienen una tarifa preferencial para la comunidad local.

En la Página Oficial de Hábitas resaltan su "compromiso sustentable":

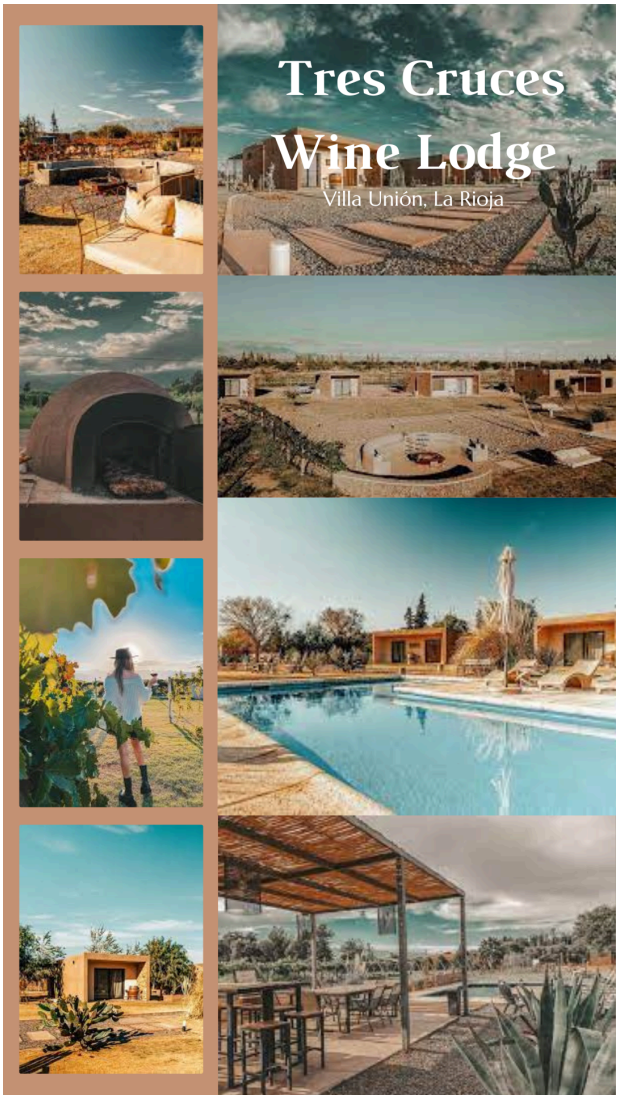
> El descubrimiento de lugares raros de belleza natural conlleva una gran responsabilidad. Nuestro propósito es proteger nuestro hogar, la tierra, a través de espacios inmersivos que profundizan nuestra conciencia. Buscamos educar e inspirar, manteniendo al mismo tiempo la transparencia en alta estima. Estamos comprometidos con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas para 2030.

El diseño de construcción en Hábitas busca minimizar el impacto ambiental aplicando distintas metodologías constructivas, como la modular. Además están comprometidos a eliminar el uso de plástico. Obtuvieron la Insignia de Campeón Oceánico por adoptar The Oceanic Standard. También están asociados con el programa Scolel'te del Cooperativo Ambio, apoyando la reforestación con las ganancias que se obtienen de conciertos y proyecciones, con esto se compensan las emisiones de carbono de sus operaciones. Por último, gestionan los residuos, clasificándolos y trabajando con organizaciones locales para reciclar y realizar compostaje.

Alojamientos enoturísticos exitosos en Argentina

1. **Tres Cruces Wine Lodge - Villa Unión, La Rioja.**[9]

Ilustración 3. Imágenes del alojamiento



Complejo turístico que cuenta con 9 casas de viñas privadas. El lodge está rodeado de viñedos y paisajes naturales. Cuenta con piscina, quincho con asador, horno de barro, jardines y viñedos, además de bicicletas, restaurante donde fusiona técnicas tradicionales con modernas, los platos varían por temporada utilizando materia prima local y de estación, y ofrecen sus propios vinos.

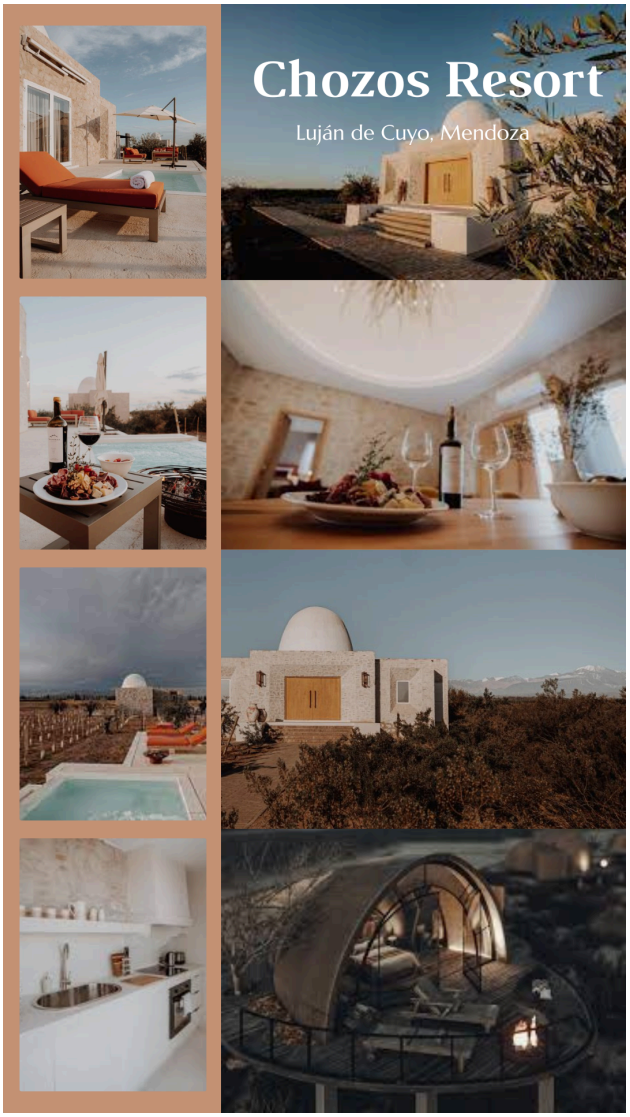
Servicios: desayuno en la habitación, free wifi, Smart tv 43", somier, fogoneros, jardines y viñedos, servicio de mucama, aire frío/calor, baños amplios con amenities, vino de cortesía,

[9] Tres Cruces Wine Lodge Página Web Oficial
https://www.trescruces.com.ar

piscina, kitchen equipada (nespresso, anafe vitrocerámico, microondas, pava eléctrica, tostadora, heladera), quincho con asador, info turística

2. **<u>Chozos Resort - Luján de Cuyo, Mendoza.</u>**

Ilustración 4. Imágenes del alojamiento



Este alojamiento se encuentra emplazado en 820 hectáreas de viñedos de propiedad privada en Mendoza, finca más grande del mundo. Los alojamientos están construidos de techos abovedados y materiales nobles, cada pieza elaborada a mano por artistas locales. Su arquitectura representa el legado de sus antepasados: estructuras metálicas, hierro, hormigón y piedra mendocina para ayudar a imitar la arquitectura vernácula.

Unidades:

Casa del vino o Wine house:

- Chozo de un dormitorio con sala de estar, cocina, terraza privada con vista a la montaña, fogonero, minipiscina, 90 m2 de superficie cubierta y 70 m2 de superficie semicubierta.

- Chozo de dos dormitorios tipo suite, sala de estar, cocina, terraza privada con vista a la montaña, fogonero, minipiscina, 140 m2 cubiertos y 80 m2 semicubiertos.

Campamento Glamour:
Actualmente hay 4 Glam Camps (se proyectan 18 más). Todos ellos están ubicados en un cañón de flora autóctona con vistas 360 de los viñedos.
Amenidades: dormitorio, baño privado con ducha interior y exterior, terraza amueblada con vistas panorámicas, área de hamacas qué se encuentran suspendidas sobre el barranco.

Todos los alojamientos incluyen desayuno.

Restaurante: Su chef española Haron Nadia fusiona la gastronomía de bodega con influencia mediterránea, ligada a los 5 sentidos, *"cada plato tiene un por qué, una historia y un recuerdo"*[10]. Ofrecen el desayuno en zonas comunes, cenas y parrilladas tradicionales, según el gusto de cada huésped en áreas de fogoneros y áreas comunes. Las opciones gastronómicas están disponibles con reserva previa para un servicio personalizado.

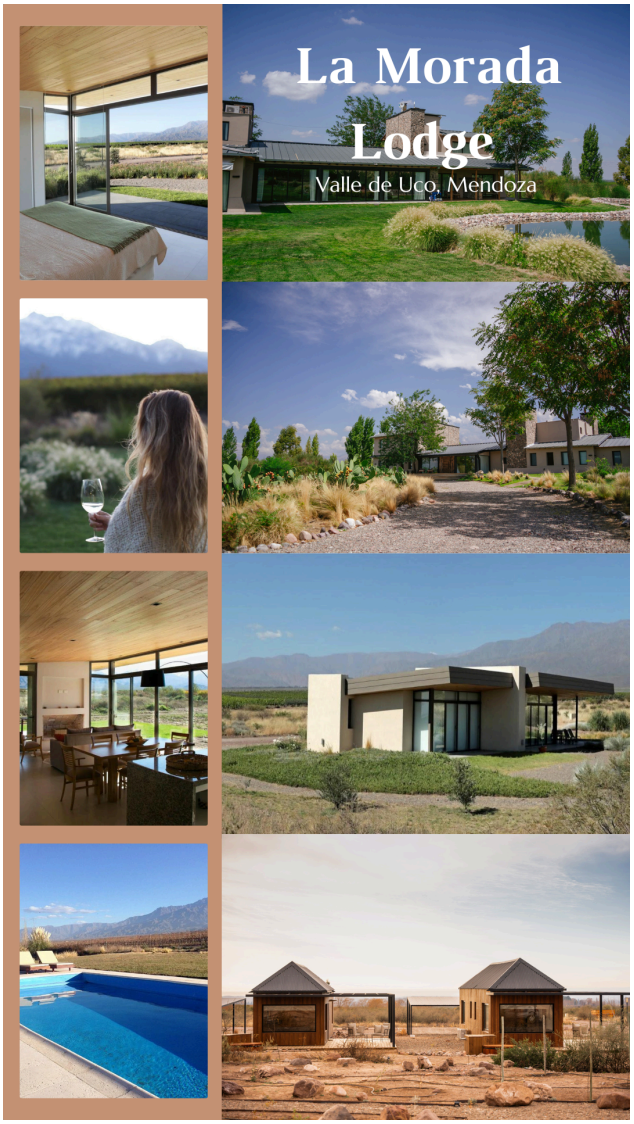
Lista de compras: ofrecen un servicio de compras para los huéspedes, el personal se encarga de hacer las compras, abastecer los gabinetes y el refrigerador con todo lo que solicitan, antes de su llegada.

Experiencias: degustación de vinos, experiencias al aire libre y spa (meditaciones guiadas, clases de yoga y respiración consciente, entre otras), bicicletas de montaña y degustación de productos locales, vuelo en helicóptero (city tours por la ciudad de Mendoza y visitas a una selección de bodegas, y ofrecen vuelos personalizados), cabalgatas, clases de equitación, luego de un té por la tarde o un asado tradicional en el almuerzo.

[10] Chozos Resort Página Web Oficial https://chozosresort.com/

3. La Morada Lodge - Valle de Uco, Mendoza. [11]

Ilustración 5. Imágenes del alojamiento



Pequeño boutique lodge con vistas a los andes nevados, se encuentra emplazado en medio de sus viñedos de 270 hectáreas. Tienen 3 categorías de habitación, todas equipadas con ropa blanca de algodón fino, amenities y aire acondicionado split frío/calor. Acceso al jardín y la piscina, y a la parrilla exterior con reserva previa. Posee una laguna y un restaurante donde utilizan productos locales combinados con el sabor de la leña mendocina, carta de vinos y cocktails, ofrecen desayuno a la carta elaborado con productos frescos y de estación y se incluye en la tarifa.

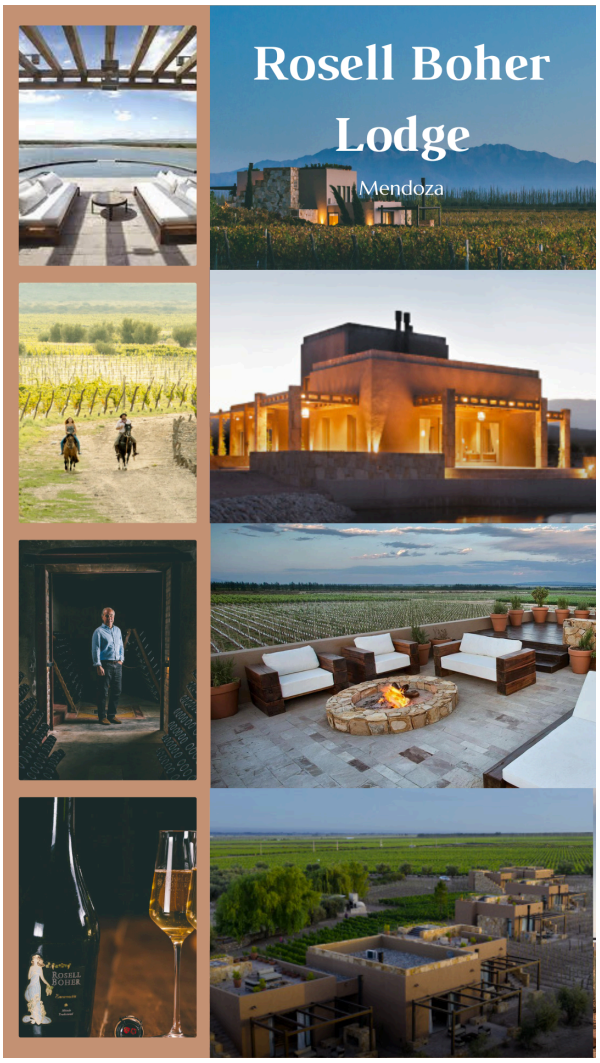
Tiene una casa alejada con living comedor, cocina, habitación privada y baño totalmente equipada, 8 tiny house completamente equipadas de aprox 50 mts con minibar, cafetera

[11]La Morada Lodge Página Web Oficial https://lamoradalodge.com/

nespresso con espumador de leche, cava de vinos, piscina exterior cada 8 unidades, estacionamiento, wifi, hot tub propio y vista a los andes.

4. **Rosell Boher Lodge - Mendoza.**[12]

Ilustración 6. Imágenes del alojamiento



Lodge que forma parte de la bodega Rosell Boher, alejado de la ciudad, cuenta con Guest House con una Master Suite de lujo, 11 villas privadas con jacuzzi y fogón en sus terrazas.

El desarrollo enoturístico tiene como objetivo priorizar el paisaje. Por eso ideamos pequeños edificios cuya arquitectura se mimetiza con la vista de la Cordillera de los Andes. Como una continuidad del entorno, se suceden las tramas de viñas, el

[12]Rosell Boher Lodge Página Web Oficial https://www.rosellboherlodge.com/

paisajismo y aquellos lugares de contemplación y de encuentro (Página oficial Rosell Boher Lodge).

Poseen un restaurante con una cocina autóctona moderna basada en el uso de materias primas orgánicas, mixtura de técnicas e ingredientes de estación de productores de la zona generando un concepto gastronómico colaborativo, maridados con sus vinos y espumosos, apuntando a un concepto sustentable.

Unidades habitacionales:

Guest House: Master suite con jacuzzi, terraza privada, habitación doble, baño en suite con jacuzzi. 80 m2, única habitación en el primer piso del Guest House, completamente equipada.

Villas Deluxe: incluye desayuno continental. 105 m2

- Vista al lago, viñedos y montañas. 2 pax con fogón en la terraza, parrillero, muebles de exterior
- Vista a viñedos y montañas. 2 pax.
- Vista a viñedos y montañas con cava subterránea. igual que la anterior.
- Vista a viñedos y montañas con cava y hogar. 2 pax. no tiene jacuzzi en la terraza.

Villas Master: 160 m2. con amenities de lujo, terraza propia con jacuzzi y fogón, parrilla, hogar a leña y una vista que jamás olvidará. Tiene capacidad para 4 personas. Las tarifas diarias incluyen desayuno continental hasta el día del check out.

- Vista al lago, montañas y viñedo.
- Vista a montañas y viñedos, cava privada y hogar a leña.

Otros servicios:

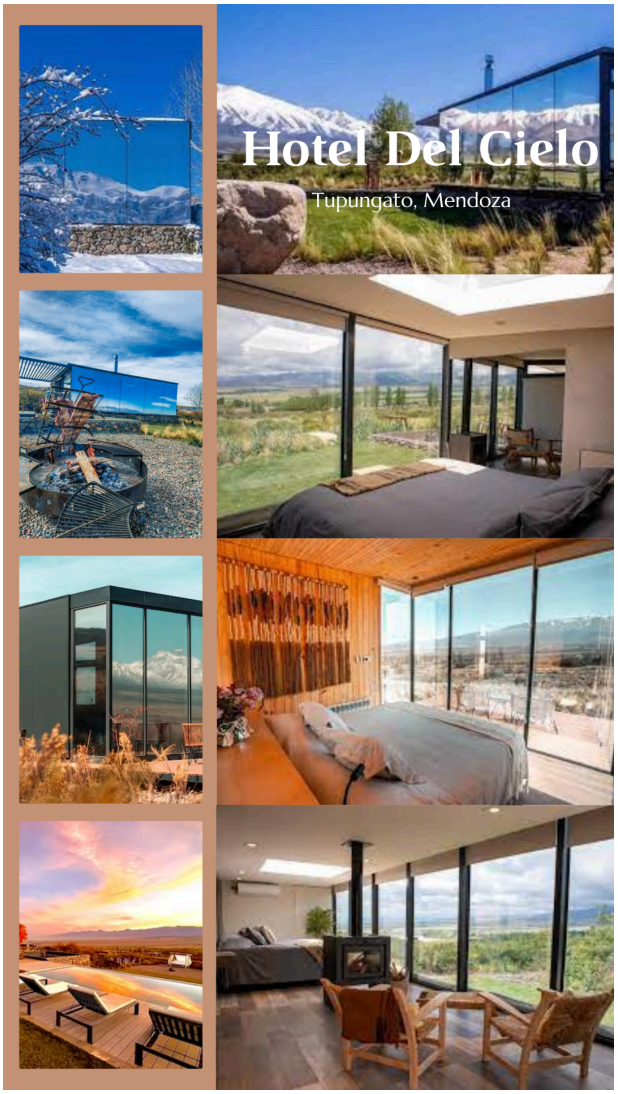
- Cabalgatas por los viñedos
- Tratamientos corporales
- Piscina al aire libre
- Degustaciones privadas
- Servicios de belleza
- Clases de cocina
- Eventos privados

Premios:

- Great Wine Capitals (mejor restaurante de bodegas del mundo 2020, oro en arquitectura y paisajes de Mendoza 2019, Oro en alojamiento de Mendoza 2017),
- Travellers' Choice Tripadvisor
- Safe Travels (distinción destino seguro 2021)
- Hoteles más verdes (bronce, certificado de sustentabilidad)

5. Hotel del Cielo - Tupungato, Mendoza[13]

Ilustración 7. Imágenes del alojamiento



Sky Lofts o Lofts de cielo: tienen una capacidad para 2 y 4 personas, están completamente equipadas con somier, aberturas de PVC, estufa trome, cafetera nespresso, bañera con vista a la cordillera y un servicio de calidad. Incluye desayuno a la carta y coordinación de actividades para salidas a la montaña, paseos en bicicleta, entre otras.

El exclusivo loft de 1 habitación tiene un tamaño de 48 ms, posee estacionamiento, completamente equipado con cocina. 1 king bed. También tiene uno de 2 habitaciones ubicados a cielo abierto con un tamaño de 55m2

Tiny wood loft: habitación de un ambiente con cama king

[13]Hotel del Cielo Página Web Oficial https://www.hoteldecielo.com/?cur=USD

Exclusive wood loft

En el Stars Lounge se ofrece gastronomía con un desayuno regional con productos autóctonos de la zona y comidas con impronta regional y Argentina y su maridaje con vinos de calidad. Vistas a la piscina y el solárium y la montaña de Tupungato, ofrecen un telescopio para la contemplación de estrellas.

Experiencias: sesión de fotos y videos 130 usd, bike camp (3 noches, 4 días todo incluido 960 usd), yoga camp (retiro de yoga de 3 noches y 4 días todo incluido 960 usd), Full day heli wine tour (1250 usd), moto adventure camp (3 noches/ 4 días, incluye guía y asado argentino 960 usd), Trail Running Camp (la misma cantidad de noches con charlas técnicas 960 usd), Cabalgatas / asado campero (100 usd), globo aerostático / asado de campo (180 usd) y avistamiento de aves (2 noches/ 3 días todo incluido 850 usd).

Eventos: eventos corporativos y reuniones de equipo de trabajo, bodas a la luz del sol y de las estrellas, unidas start wine party, experiencia gastronómica (hasta 40 personas) y noche bajo las estrellas en los lofts.

6. Alpasion Lodge - Valle de Uco, Mendoza[14]

Ilustración 8. Imágenes del alojamiento



Alejado de zonas urbanas, el lodge cuenta con 7 habitaciones dobles con terrazas privadas, tv por cable y wifi. Cada habitación tiene un estilo basado en uno de los elementos: metal, madera, tierra, aire, agua y fuego. Tres de las habitaciones pueden configurarse como gemelas. También poseen una zona "glamping" con 6 domos de lujo, equipadas con baño privado, cama extragrande, minibar, cafetera nespresso y terraza privada con jacuzzi hechas a mano en tierra del fuego que proviene de bosques sostenibles de 30 años de antigüedad.

[14]Alpasion Página Web Oficial https://alpasion.com/es/lodge/

El lodge y el restaurante se ubican a pocos metros de distancia, las instalaciones incluyen bodega para degustar variedad de vinos de la región, comedor, sala de estar y biblioteca con chimenea. Su gastronomía tiene un estilo argentino fusionado con cocina gourmet.
En el exterior ofrecen piscina con jacuzzi y un patio con jardín privado rodeado de olivos.

> **Invertí en Alpasion.** Ser dueño de un pedazo de cielo en la tierra, hacer vinos icónicos entre amigos y dejar un legado para las futuras generaciones …Todavía estamos dando la bienvenida a amigos y personas afines al proyecto Alpasion. Amantes del vino que comparten nuestra visión y pasión por el vino y la vida. Es un proyecto a largo plazo y, por lo tanto, es importante que nos divirtamos juntos y disfrutemos cada paso en el camino (Alpasion Página Oficial).

Actividades: Tours y degustaciones de vino, experiencia de asado y clase de cocina, picnic en los viñedos, yoga y meditación, ciclismo de montaña, cabalgatas, rafting.

Marco teórico-conceptual

A continuación se desarrollarán algunos conceptos que son fundamentales para la elaboración del proyecto y entendimiento del lector.

Turismo

Para definir al concepto de turismo se tomaron diferentes autores. Burkart y Medlik (1981), dan una definición del fenómeno, la cual hace mayor énfasis en el viaje, explicando al turismo como "los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos".

Una definición más completa es la de Mathieson y Wall (1982), donde tomaron en cuenta algunos conceptos de la anterior:

> El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y la facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas.

Por otro lado, Robert C. Boullón (1990) explica que "el turismo es la consecuencia de un fenómeno social cuyo punto de partida es la existencia del tiempo libre y el desarrollo de los sistemas de transporte" (p. 31).

Pero aquella que engloba las definiciones anteriores es la que expresa la OMT (Organización Mundial del Turismo), refiriéndose al turismo como aquel que*"*...comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros*"* (1994, p.46).

En resumen estas definiciones aluden al turismo como un fenómeno social el cual genera el desplazamiento de las personas fuera de su lugar de residencia por un periodo de tiempo menor a un año, comprendiendo la realización de diversas actividades durante su estadía, y el cual abarca servicios y productos creados para satisfacer sus necesidades, como alojamiento, alimentación, transporte, entretenimiento, excursiones, etc.

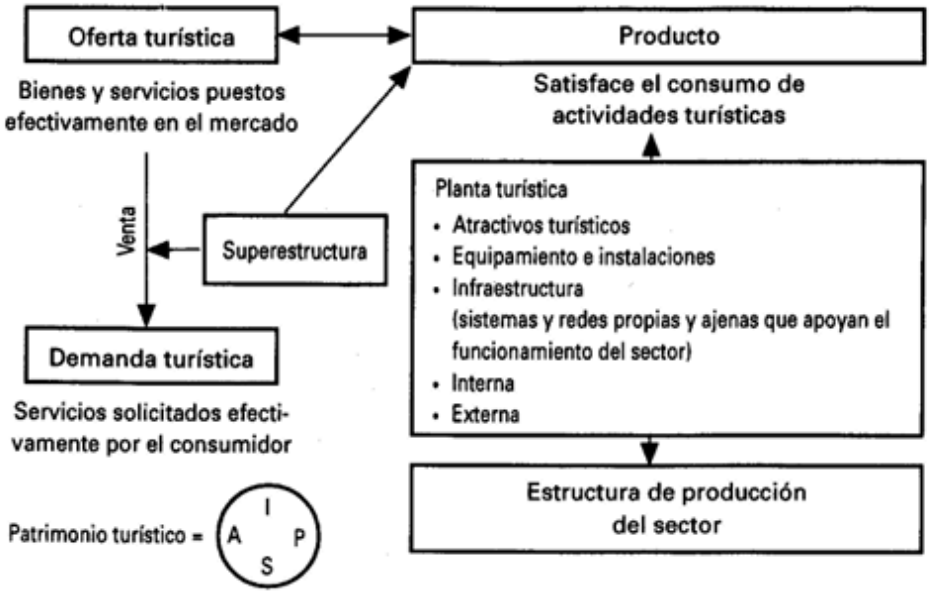
El turismo permite, a su vez una corriente o flujo de divisas hacia el destino, el cual "constituye una importante fuente de ingresos para aquellas empresas o personas vinculadas directamente con la actividad turística,. También beneficia al resto de los sectores de la economía a través del denominado efecto multiplicador" (Sancho, 1994c, p. 18).

Sistema turístico

Sancho (1994) explica que "la actividad turística es un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente" (p. 47).

Dicho sistema turístico se encuentra conformado por cuatro elementos básicos: La demanda turística, la oferta turística, el producto turístico y la superestructura.

Figura 1. Componentes del Sistema Turístico (Fuente: Boullón, 1990).



Demanda turística

La demanda turística es "aquella que está formada por el conjunto de consumidores, o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos" (Sancho, 1994, p.47).

Mathieson y Wall (1982, p.16) la definen también como "el número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual", definición con énfasis en la demografía.

Poseen diferentes características sociales, demográficas y económicas, distintas motivaciones, necesidades y expectativas, y buscan experiencias únicas.

Boullón (1990) desarrolla la forma en que se puede medir la demanda y los tipos que surgen de esta:

> La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos qué generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios qué se ofrecen en esas mismas unidades (p.32).

Existen diferentes tipos de demanda:

- **Demanda real:** es la cantidad de turistas que hay en un determinado destino y el total de bienes y servicios solicitados por los mismos.
- **Turista real-consumidor potencial:** son los gastos adicionales que generan los turistas durante su estadía.
- **Demanda histórica:** es la comparación de la demanda real actual e histórica, analizando sus variaciones y tendencias.
- **Demanda futura:** es la proyección de la demanda venidera, teniendo en cuenta la demanda histórica y la demanda real.
- **Demanda potencial:** se puede obtener desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor.

Si bien la demanda es actor principal para que el turismo y todo su sistema turístico crezca, existen diversos factores que afectan a la misma a la hora de decidir si viajar o no:

Nivel de renta disponible: es la cantidad de dinero que tiene disponible el consumidor para gastar en ocio, luego de haber cubierto sus necesidades básicas. También tiene relación directa el tipo de empleo que tenga, puesto que afecta directamente en las posibilidades de viaje.

Nivel de precios: Sancho (1994) indica que en los mercados de destino “un aumento en los precios implica una disminución de su demanda, sin embargo no supone una disminución de la demanda de turismo realizada por un individuo, ya que éste puede tamizar su destino hacia lugares alternativos” (P. 65).

Política fiscal y controles del gasto en turismo: en este caso, si existe un cambio en la política fiscal, la renta disponible de las personas podría ser menor, teniendo como consecuencia una disminución de la demanda.

Financiación: La forma de financiación es una variable que permite aumentar el turismo. Sancho (1994) explica que “la posibilidad de financiar los viajes a largo plazo o bien utilizar la financiación a plazos permite a los individuos realizar gastos en turismo mayores o con frecuencia” (p.69).

Tipos de cambio: La relación entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor que afecta en la demanda, es decir, "una relación fuerte de la moneda del país emisor con el dólar favorece la demanda turística hacia los países de destino con monedas más fuertes respecto al dólar" (Sancho, 1994, p.69).

Otro factores que pueden afectar a la demanda son los siguientes:

Motivación. La motivación para realizar un viaje es el estímulo principal e inicial que hace que un individuo comience a planificar.

Maslow (1970) desarrolló una teoría donde explica que estas motivaciones vienen determinadas por una serie de necesidades que afectan a todos los individuos, organizadas en forma jerárquica en que deben ser satisfechas: necesidades fisiológicas (nivel más bajo, hambre, frío, sed, etc.), seguridad (sentirse sin miedo y ansiedad, protegido), amor, estima, y autorrealización (nivel más alto en la jerarquía, es lograr sentirse completo y realizado). Una vez que el individuo va cubriendo todas sus necesidades básicas más importantes, puede permitirse pensar en desplazarse de su lugar de residencia. Además, las motivaciones pueden ser para conocer la cultura de un sitio, escapar de su rutina, buscar nuevas experiencias, descansar, practicar deportes, visitar familiares y amigos.

Condiciones socioculturales: incluye la edad, la profesión, el empleo, etc.

Formas y estilos de vida: Según Cohen (1994), las formas y estilos de vida y atributos de cada persona crea diferentes tipos de turistas: el turista de masas organizado (el cual tiene poco contacto con la cultura local), el turista de masas individual (como el anterior, pero más flexible), el explorador (opta por organizar su viaje por cuenta propia pero buscando confort) y el impulsivo (sin contacto con la industria turística, sin itinerario fijo y busca el contacto con las culturas que visita).

Tiempo de ocio: Este factor es primordial para qué un individuo pueda planificar un viaje, ya que "a mayor tiempo libre, mayor disponibilidad para viajar" (Sancho, 1994, p.78).

Costumbres estacionales: factores como las fiestas, vacaciones escolares o climatología influyen en la demanda, por esto la oferta turística se ve en la obligación de ofrecer opciones distintas para cada temporada.

Creencias ideológicas, religiosas y políticas: como peregrinaciones, visitas a basílicas, santuarios, etc.

Factores políticos: los actores políticos pueden afectar de manera positiva (desarrollo de infraestructura para el turismo) fomentando el turismo, o bien de manera negativa (visado o limitación de flujo de divisas) impidiendo el aumento de la demanda turística.

Factores demográficos: en este caso se produce la paradoja del ocio " cuando se es joven se tiene tiempo pero no dinero para viajar; cuando se es adulto, se tiene dinero, pero no tiempo" (Sancho, 1994, p.81).

Oferta turística

Otro de los elementos del sistema turístico es la oferta turística, la cual se define como "el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo". En dicho destino es donde se realiza el gasto turísticos, que incluye "todo gasto o consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino", y que, a su vez, este gasto turístico engloba conceptos como lo son alojamiento, alimentación, transporte, ocio, cultura y actividades deportivas, compras, entre otros (Sancho, 1994, p.52).

Cabe aclarar que las agencias de viajes, las compañías de transporte regular, como así también las empresas y organismos promotores del turismo, si bien integran el sistema turístico, son operadores del mercado que se encargan de la comercialización turística, es decir, tienen como finalidad poner en contacto la oferta y la demanda, esto significa que no son necesariamente oferta, ya que no producen bienes y servicios turísticos, sino que funcionan como intermediarios.

Los transportes son la excepción a la regla, ya que suponen una categoría mixta en el sentido de que "en su función de acercamiento de la demanda al lugar de destino realizan también una función de mediación"(Sancho, 1994, p. 54). Sin embargo, el turista considera el transporte como un gasto turístico, sobre todo cuando forma parte de un paquete turístico. Por otro lado, sucede que el transporte también es una de las partes principales del producto turístico, como lo son los cruceros o circuitos combinados, y como así también pueden suponer una actividad complementaria en el destino, por ejemplo los coches de alquiler.

Los operadores del mercado

Siguiendo con lo dicho anteriormente, los operadores turísticos son:

> Aquellos agentes que participan en la actividad turística, generalmente, en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico), aunque pueden extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restauración, hotel..) (Sancho, 1994, p. 55).

Estos operadores "se asocian a la función de distribución y ésta, a su vez, a los aspectos de transporte y comercialización de paquetes turísticos"(Sancho, 1994, p. 56) por ejemplo, agencias de viaje tanto mayoristas, minoristas y mayoristas-minoristas; los grandes tour operators y las centrales de reserva.

No forman parte de la actividad turística, solamente intervienen y luego quedan separados de la experiencia turística del consumidor.

Proceso de venta

Para desarrollar sobre el proceso de venta, se tomó al autor Boullón (1990), quien explica en su libro Planificación del Espacio Turístico lo siguiente:

> El encuentro de la oferta con la demanda se realiza a través del proceso de compra-venta. Dicho proceso tiene la ya conocida particularidad de que es el consumidor quien se desplaza al lugar geográfico en que se localiza la oferta y no al revés, como sucede generalmente con el resto de los productos (p. 37).
>
> El proceso de venta implica que la oferta turística alcanzará efectivamente un mercado, siempre que el precio de sus productos sea competitivo, porque de lo contrario la demanda elegirá otro destino más económico y si no lo encuentra dejará de viajar. Esto quiere decir que la interacción de la oferta con la demanda de alguna manera determina el precio de los productos (p. 37).

Producto turístico

Esos productos turísticos mencionados al final de la definición anterior "están formados por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta" y "...el turista compra dichos servicios para resolver sus necesidades elementales de dormir, comer y trasladarse, pero su verdadera motivación es la de realizar otras actividades" (Boullón, 1990, p. 38).

Espacio geográfico

La experiencia turística tiene su lugar en un espacio geográfico, el cual "es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente". A su vez, el espacio turístico "es el lugar geográfico determinado donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda" (Sancho, 1998, p. 54).

Se hace referencia al espacio turístico como destino turístico, autores como Boullón (1994) lo define como el "país, región o ciudad hacia el que se rigieron los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo". Otros autores definen el mismo como la "concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas" (Cooper et al., 1993).

En el destino turístico se encuentran tanto los atractivos turísticos por los que el turista se desplaza de su lugar de residencia, como la planta turística, la infraestructura y la superestructura.

Planta turística

La planta turística es quien se encarga de elaborar los servicios que se ofrecen a los turistas. Al ser los atractivos turísticos la "materia prima" del turismo, y los mismos no pueden ser transportados como en la industria, por lo que obligan a la planta turística a estar ubicada al pie del atractivo o en sus cercanías. Se integra por dos elementos fundamentales: el equipamiento y las instalaciones (Boullón, 1990, p. 46).

Equipamiento

El equipamiento incluye todos los establecimientos públicos o privados que prestan servicios básicos y/o se vinculan con la actividad turística:

- Alojamiento: Hoteles, moteles, hosterías y posadas, pensiones, aparthoteles, condominios, casas, cabañas, albergues, tráiler Parks, campings, camas en casas de familia.
- Alimentación: Restaurantes, cafeterías, quioscos, comedores típicos.
- Esparcimiento: Night clubs, discotecas, bares, casinos y otros juegos de azar, cines y teatros, otros espectáculos públicos, clubes deportivos, parques temáticos.
- Otros servicios: Guías, comercio, cambio de moneda, dotación para congresos y convenciones, transportes turísticos, primeros auxilios, guarderías, estacionamientos.

Cuadro 1. Clasificación de los elementos del equipamientos turísticos
(Fuente: Boullón, 1990)

Categoría	*Tipo*
1. Alojamiento	1.1 Hoteles
	1.2 Moteles
	1.3 Hosterías y posadas
	1.4 Pensiones
	1.5 Aparthoteles
	1.6 Condominios (unidades o conjuntos)
	1.7 Casas (unidades o barrios)
	1.8 Cabañas
	1.9 Albergues
	1.10 *Trailer parks*
	1.11 *Campings*
	1.12 Camas en casas de familias
2. Alimentación	2.1 Restaurantes
	2.2 Cafeterías
	2.3 Quioscos
	2.4 Comedores típicos (palapas, taquerías, ostionerías, parrillas, etc.)
3. Esparcimiento	3.1 *Night clubs*
	3.2 Discotecas
	3.3 Bares
	3.4 Casinos y otros juegos de azar
	3.5 Cines y teatros
	3.6 Otros espectáculos públicos (toros, riñas de gallo, rodeos, etc.)
	3.7 Clubes deportivos
	3.8 Parques temáticos
4. Otros servicios	4.1 Agencias de viajes
	4.2 Información
	4.3 Guías
	4.4 Comercio
	4.5 Cambios de moneda
	4.6 Dotación para congresos y convenciones
	4.7 Transportes turísticos
	4.8 Primeros auxilios
	4.9 Guarderías
	4.10 Estacionamientos

Instalaciones

Las instalaciones son aquellas construcciones especiales fundamentales para la práctica de las actividades turísticas:

- Instalaciones de agua y playa: Marinas, espigones, muelles, palapas, quinchos o ramadas, carpas o tiendas, sombrillas, reposeras, observación submarina.
- Instalaciones de montaña: miradores, circuitos de senderos, refugios, funiculares, teleféricos, ski lift, poma lift, equipo de ropa especial.
- Instalaciones generales: piscinas, vestuarios, juegos infantiles, golf, tenis, otros deportes, pasarelas y puentes.

Cuadro 2. Clasificación de las instalaciones (Fuente: Boullón, 1990).

Categoría	*Tipo*
1. De agua y playa	1.1 Marinas
	1.2 Espigones
	1.3 Muelles
	1.4 Palapas, quinchos o ramadas
	1.5 Carpas o tiendas
	1.6 Sombrillas
	1.7 Reposeras
	1.8 Observación submarina
2. De montaña	1.1 Miradores
	1.2 Circuitos de senderos
	1.3 Refugios
	1.4 Funiculares
	1.5 Teleféricos
	1.6 *Ski lift*
	1.7 *Poma lift*
3. Generales	1.1 Piscinas
	1.2 Vestuarios
	1.3 Juegos infantiles
	1.4 Golf
	1.5 Tenis
	1.6 Otros deportes
	1.7 Pasarelas, puentes

Atractivos turísticos

"Los atractivos turísticos son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo"(Boullón, 1990, p. 46).

Cuadro 3. Clasificación de los atractivos turísticos (Fuente: Boullón, 1990).

Categoría	*Tipo*
1. Sitios Naturales	1.1 Montañas 1.2 Planicies 1.3 Costas 1.4 Lagos, lagunas y esteros 1.5 Ríos y arroyos 1.6 Caídas de agua 1.7 Grutas y cavernas 1.8 Lugares de observación de flora y fauna 1.9 Lugares de caza y pesca 1.10 Caminos pintorescos 1.11 Termas 1.12 Parques nacionales y reservas de flora y fauna
2. Museos y manifestaciones culturales históricas	2.1 Museos 2.2 Obras de arte y técnica 2.3 Lugares históricos 2.4 Ruinas y sitios arqueológicos
3. Folklore	3.1 Manifestaciones religiosas y creencias populares 3.2 Ferias y mercados 3.3 Música y danzas 3.4 Artesanías y artes populares 3.5 Comidas y bebidas típicas 3.6 Grupos étnicos 3.7 Arquitectura popular y espontánea
4. Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	4.1 Explotaciones mineras 4.2 Explotaciones agropecuarias 4.3 Explotaciones industriales 4.4 Obras de arte y técnica 4.5 Centros científicos y técnicos
5. Acontecimientos programados	5.1 Artísticos 5.2 Deportivos 5.3 Ferias y exposiciones 5.4 Concursos 5.5 Fiestas religiosas y profanas 5.6 Carnavales 5.7 Otros

Infraestructura

Se entiende por infraestructura a "la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas" (Boullón, 1990, p. 47). Se conforma por la educación, los servicios de salud, la vivienda, los transportes (terrestre, aéreo y acuático), comunicaciones y la energía.

Cuadro 4. Clasificación de la infraestructura (Fuente: Boullón, 1990).

Categoría	*Tipos*	*Subtipo*
1. Transporte	1.1 Terrestre	1.1.1 Red de carreteras
		1.1.1.2 Servicios para el automotor (talleres mecánicos, gasolinerías)
		1.1.1.3 Servicios para el turista (sanitarios, cafeterías, restaurantes)
		1.1.1.4 Señalización
		1.1.1.5 Servicios de transporte
		1.1.1.6 Terminales autobuses
		1.1.2 Red ferroviaria
		1.1.2.2 Terminales ferroviarias
		1.1.3 Red de calles
	1.2 Aéreo	1.2.1 Servicios aéreos
		1.2.2 Terminales
	1.3 Acuático	1.3.1 Marítimo
		1.3.1.1 Servicio de transporte
		1.3.1.2 Terminales
		1.3.2 Fluvial y lacustre
		1.3.2.1 Servicios de transporte
		1.3.2.2 Terminales
2. Comunicaciones	2.1 Postales	
	2.2 Telegráficas	
	2.3 Télex	
	2.4 Telefónicas	
3. Sanidad	3.1 Red de agua	
	3.2 Red de desagües	3.2.1 Aguas negras
		3.2.2 Pluvial
	3.3 Recolección de basura	
	3.4 Salud	3.4.1 Primeros auxilios
		3.4.2 Hospitalización
4. Energía	4.1 Red eléctrica	4.1.1 Alumbrado público
		4.1.2 Servicios domiciliarios
	4.2 Combustible	4.2.1 Gasolina
		4.2.2 Gas

Superestructura

La superestructura es fundamental en el sistema turístico para que funcione de forma armónica. Es quien controla y regula todo el sistema.

La superestructura turística comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados

> de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes qué integran el sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios qué componen el producto turístico (Boullón,1990, p. 50).

Alojamiento turístico

El alojamiento turístico es aquel que le brinda al turista los servicios necesarios para satisfacer sus necesidades básicas durante su estadía de, como mínimo, un pernocte, para el disfrute de su experiencia turística.

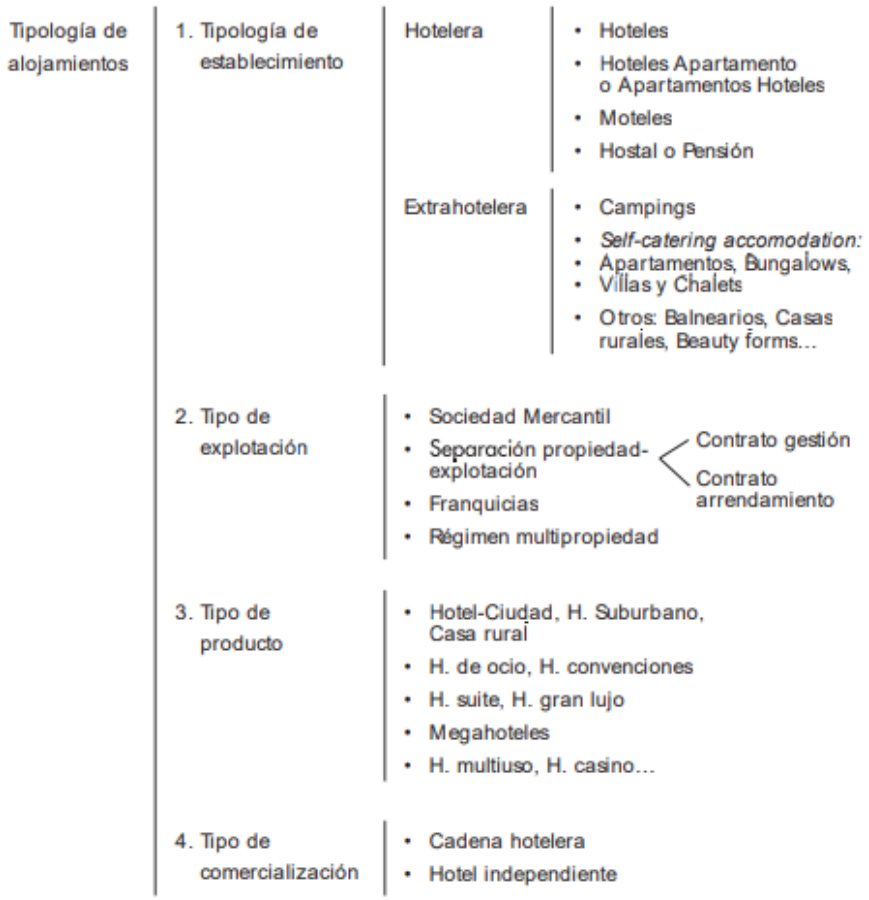
Tipología de alojamientos

Existen dos tipologías de alojamientos turísticos:

- Oferta hotelera: hoteles, apartahoteles, moteles, pensiones, hosterías.
- Oferta extra hotelera: campings, casas de familia, casas rurales…

A su vez, Sancho (1998) indica otras tipologías como de explotación, de producto y de comercialización, pero nos quedaremos con los tipos de establecimientos.

Cuadro 5. Tipología de alojamientos (Fuente: Sancho, 1998).



Sustentabilidad y Sostenibilidad

En su trabajo "El concepto moderno de sustentabilidad", Calvente (2007) explica lo siguiente:

> El término sustentabilidad sufrió diferentes transformaciones a lo largo del tiempo hasta llegar al concepto moderno basado en el desarrollo de los sistemas socio ecológicos para lograr una nueva configuración en las tres dimensiones centrales del desarrollo sustentable: la económica, la social y la ambiental.

Una definición más acertada sobre sustentabilidad es la expresada en el informe Brundtland (1987), "Our Common Future", donde se parte de un nuevo concepto: "El desarrollo sustentable hace referencia a la capacidad que haya desarrollado el sistema humano para satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras."

Ahora bien, se mencionan antes tres pilares fundamentales para el desarrollo sustentable. Con respecto al social, y como bien menciona el autor, Suecia, líder actual en sustentabilidad, define una sociedad sustentable como:

> Una sociedad en la cual el desarrollo económico, el bienestar social y la integración están unidos con un medioambiente de calidad. Esta sociedad tiene la capacidad de satisfacer sus necesidades actuales sin perjudicar la habilidad de que las generaciones futuras puedan satisfacer las suyas (Calvente, 2007).

En el caso del pilar económico, más precisamente hablando de "prosperidad económica", se define de la siguiente manera: "Sustentabilidad es la habilidad de lograr una prosperidad económica sostenida en el tiempo protegiendo al mismo tiempo los sistemas naturales del planeta y proveyendo una alta calidad de vida para las personas" (Calvente, 2007).

Siguiendo la misma línea, surge otro concepto que está ligado directamente con la sustentabilidad; la sostenibilidad, ambos adjetivos que se utilizan como sinónimos pero presentan sus diferencias.

Estos términos tienen la misma esencia, se complementan y tienen el mismo objetivo, pero la sustentabilidad apunta a aquello que se puede mantener por sí mismo, mientras que la sostenibilidad habla de un proceso que, a lo largo del tiempo, puede mantenerse sin agotar los recursos, que Calvente (2007) define anteriormente de manera acertada.

Según la Organización Mundial del Turismo (1998):

> El concepto de sostenibilidad está ligado a tres hechos importantes: calidad, continuidad y equilibrio. De una forma u otra el turismo sostenible es definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para mejorar la calidad de vida de la población local, es decir, de la gente que vive y trabaja en el destino turístico; proveer mayor calidad de experiencia para el visitante; mantener la calidad del medioambiente del que la población local y visitantes dependen; la consecución de mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales, y asegurar la obtención de beneficios por parte de los empresarios turísticos. (p. 262)

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)[15] de la Agenda 2030 se relacionan directamente con dicho concepto, estos "conforman el esquema para mejorar las vidas de las poblaciones alrededor del mundo y mitigar los peligrosos efectos originados por el hombre relacionados con el cambio climático" (ONU). Especificamente los ODS 7 "Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna", 11 "Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles", 12 "Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles", 13 "Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos", y 15 "Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad", son aquellos que tienen mayor relevancia para el presente proyecto.

Ecoturismo

El ecoturismo es una nueva alternativa al turismo de masas definido por la UNWTO[16] como:

> Un tipo de actividad turística basada en la naturaleza, en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.

Apunta a la conservación del entorno natural por lo que requiere "procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema" (UNWTO.

Ecolodge

El Ecolodge es consecuencia del ecoturismo y es un tipo de alojamiento respetuoso con el medioambiente e integrado en la naturaleza, ubicado en zonas rurales. Este tipo de alojamiento busca lograr un mínimo impacto ambiental, la sostenibilidad tanto en su construcción como en sus operaciones, la integración en el hábitat donde se encuentran y el confort adecuado para sus huéspedes.

[15] https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/
[16] UNWTO: Organización mundial del turismo.
https://www.unwto.org/es/gastronomia-turismo-enologico

Biomímesis y Arquitectura Biomimética

El presente trabajo se desarrollará siguiendo las bases de la sustentabilidad, por lo que se indagó sobre formas de construcción sustentables que permitan reforzar el compromiso ecológico, concluyendo en la arquitectura biomimética. Pero para poder entender la misma, primeramente, se debe definir el concepto de biomímesis.

Desde una definición etimológica, la palabra biomímes proviene del griego bio= vida y mimesis = imitar, por tanto, la biomimética es:

> La ciencia que estudia a la naturaleza como fuente de ideas para nuevos inventos y proyectos tecnológicos, con la finalidad de aportar soluciones a los problemas que el hombre no ha podido solucionar y que la naturaleza sí lo ha hecho, imitando los procesos que ésta realiza (AAVV, 2014).[17]

De ahí surge la arquitectura biomimética, la cual, a partir de la observación del entorno natural, busca copiar ciertos procesos naturales para la construcción y a su vez, generar una sensación de mimetización con la naturaleza, logrando ser parte de la misma.

Enoturismo

El Enoturismo es un subtipo de turismo gastronómico el cual está en pleno auge. Según el Comité de Turismo y Competitividad (CTC) “consiste en el turismo que tiene por propósito visitar viñedos y bodegas, realizar catas, y consumir o comprar vino, a menudo en el lugar en que se elabora o en sus cercanías” (UNWTO).

Accesibilidad

Para definir la accesibilidad se tomó la Ley 25.647[18], Sistema de Protección Integral de las personas con discapacidad:

ARTÍCULO 1° — Turismo accesible es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre, orientado al turismo y la recreación, que posibilitan la plena integración —desde la óptica funcional y psicológica— de las personas con movilidad y/o comunicación

[17] AAVV. Definición y Que Es BIOMÍMESIS. 2014.https://definicionyque.es/biomimesis/
[18] Véase la Ley N° 25.647 completa en el Anexo I

reducidas, obteniendo durante las mismas la satisfacción individual y social del visitante y una mejor calidad de vida.

ARTÍCULO 4° — Las prestaciones de servicios turísticos deberán adecuarse de conformidad con los criterios del diseño universal establecidos en la Ley 24.314 y decreto reglamentario 914/97, gradualmente en los plazos y proporciones que establezca la reglamentación.

La Ley N.º 22.431 define a una persona con discapacidad como aquella que padece "una alteración funcional permanente, transitoria o prolongada, motora, sensorial o mental que, en relación a su edad y medio social, implique desventajas considerables para su adecuada integración social o laboral".

Tipos de discapacidad

- Discapacidad motora: se presenta cuando hay limitaciones en las funciones y estructuras corporales de los sistemas osteoarticular y neuro-músculo tendinoso (asociadas, o no, a otras funciones y/o estructuras corporales).
- Discapacidad sensorial auditiva: limitaciones en las funciones y estructuras corporales del sistema auditivo.
- Discapacidad sensorial visual: limitaciones en las funciones visuales y estructuras corporales del ojo y/o sistema nervioso.
- Discapacidad visceral: limitaciones en las funciones y estructuras corporales de los sistemas cardiovascular, hematológico, inmunológico, respiratorio, digestivo, metabólico, endocrino y genitourinario.
- Discapacidad mental: limitaciones en las funciones mentales y estructuras del sistema nervioso.

Según la Ley N.º 22.431[19], a accesibilidad es:

> La posibilidad de las personas con movilidad reducida de gozar de las adecuadas condiciones de seguridad y autonomía como elemento primordial para el desarrollo de las actividades de la vida diaria sin restricciones derivadas del ámbito físico urbano, arquitectónico o del transporte para su integración y equiparación de oportunidades.

La Provincia de Salta se adhirió a la ley nacional de Turismo Accesible a través de la Ley N° 8058 de la Legislatura salteña promulgada mediante el decreto N°1731 del Poder Ejecutivo.[20]

[19] Véase la Ley N° 22.431 en el Anexo I
[20] Véase la Ley N° 8058 en el Anexo I

Proyecto de inversión

González, R. & Perini, M.M. (2014), explica en su libro "Formulación de proyectos turísticos" que "proyectar es intentar prever escenarios futuros de una idea que se considera viable de ser llevada a cabo, estudiando los obstáculos que pueden encontrarse, y planteando la forma de superarlos" (p.13).

En un proyecto de inversión debe incluirse el presupuesto total, el cual el autor define este concepto de la siguiente forma: "presupuestar significa entonces cuantificar en términos económicos todas las decisiones del proyecto..", y que "...el análisis económico de un proyecto de inversión se centran fundamentalmente en el desarrollo y análisis de dos presupuestos: El presupuesto de inversión y el presupuesto operativo"(p. 205-206), ambos presupuestos sirven para visualizar y analizar la rentabilidad del proyecto.

Estudio de mercado

González, R. & Perini, M.M. (2014) explica en su libro "Formulación de proyectos turísticos", desde donde se parte en un estudio de mercado (segunda fase):

> Se parte de la delimitación del Mercado de Referencia a partir de la identificación de las necesidades genéricas de la demanda y de su búsqueda de experiencias significativas. Continúa con la definición de metodologías de análisis de la demanda del proyecto, y de una estrategia de segmentación. El estudio de la demanda concluye con el análisis cuantitativo de la demanda. A continuación, aparece el análisis del entorno competitivo del proyecto, qué provee la consideración de la actividad y competitividad del proyecto. El estudio de mercado concluye con la cuantificación de la demanda del proyecto y proyección, en el qué estimación y proyectan las cantidades a vender para el periodo de vida útil considerado para el proyecto (p. 24).

Estudio técnico

Una vez definido el mercado al que se apunta con el proyecto, se debe realizar el estudio técnico (tercera fase) en donde "se definen criterios de localización del proyecto... se establecen las líneas de productos actuales y potenciales y se plantea el bosquejo de intenciones arquitectónicas"(González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 24).

Además, se diseña el plan de marketing en donde se plantean aquellas "estrategias de productos, promoción, precio y canales de comercialización" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 24).

Estudio económico y financiero

En este punto es momento de tomar decisiones económicas y financieras, "esto comienza con la presupuestación de inversión y la presupuestación operativa del proyecto, en la que se define la estructura de ingresos y costos". Luego "se sintetiza en la construcción del flujo de fondos, insumo para la definición y aplicación de las medidas de rentabilidad" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 24). A su vez, se debe tomar en cuenta el riesgo de inversión, el costo de oportunidad y el análisis de costo beneficio.

El estudio económico y financiero también incluye "el análisis de inversión, su rendimiento, recupero y beneficios para el inversor y el proyecto…, análisis de rentabilidad en función del origen de los fondos, si es necesario recurrir a un financiamiento externo y su recuperación en el proyecto" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 25).

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel de ventas necesario para poder cubrir los costos totales y evitar pérdidas, lo que resulta en una ganancia neta de cero.

Cálculo para el punto de equilibrio:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

Esta fórmula determina el número de unidades que deben venderse para cubrir todos los costos.

Periodo de recupero de la inversión (PRI)

El PRI determina "el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptable por el inversor", y se calcula "...restando al monto de la inversión inicial los flujos de fondos obtenidos cada año. Este cálculo se realiza dentro del mismo cuadro de flujo de fondos, para visualizarlo fácilmente" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 235).

PRI= Inversión Inicial - Flujos de Caja Anuales Netos

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un método que permite establecer si el proyecto es rentable o no. Esta herramienta permite "determinar los valores monetarios que exceden del proyecto después de devolver al inversor dicha inversión inicial y la rentabilidad pretendida para el proyecto", es decir, "es la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 236).

En el cálculo del VAN se tiene en cuenta lo siguiente:
- La inversión inicial con valor negativo.
- Los flujos de fondos futuros del proyecto.
- La tasa deseada, de descuento o de corte, es lo que se desea de rentabilidad del proyecto.

Resultados posibles:

- Si VAN>0 el proyecto es rentable
- Si VAN<0 el proyecto no es rentable
- Si VAN = 0 es indiferente

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable y se recupera la inversión. Si el VAN es negativo, se debe desestimar el proyecto ya que no es rentable. Por último, si el VAN es nulo significa que" la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 236).

El cálculo del VAN se puede realizar en el Excel con fórmula financiera y se necesita la tasa de corte, los periodos de flujo totales anuales, obteniendo un resultado que luego se le resta a la inversión inicial.

Tasa interna de rendimiento (TIR)

La Tasa Interna de Retorno o TIR es "la tasa de descuento que hace que el Valor Actual Neto (V.A.N.) de una inversión sea igual a cero" (González, R. Perini, M.M., 2014, p. 239) y es un indicador de rentabilidad. En este caso, se debe realizar la inversión si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa deseada o de corte.

Resultados posibles:

- Cuando la TIR es mayor que la tasa de corte, es conveniente realizar la inversión.
- Si la TIR es menor que la tasa de corte, el proyecto debe rechazarse, ya que no es rentable.
- Si es igual a la tasa de corte, el inversionista puede optar por realizar o no la inversión.

CAPÍTULO III

Estudio de Mercado

Estudio De Mercado

Gómez (2014) explica en su libro "Formulación de proyectos turísticos" cómo se debe partir en un estudio de mercado (segunda fase):

> Se parte de la delimitación del Mercado de Referencia a partir de la identificación de las necesidades genéricas de la demanda y de su búsqueda de experiencias significativas. Continúa con la definición de metodologías de análisis de la demanda del proyecto, y de una estrategia de segmentación. El estudio de la demanda concluye con el análisis cuantitativo de la demanda. A continuación, aparece el análisis del entorno competitivo del proyecto, qué provee la consideración de la actividad y competitividad del proyecto. El estudio de mercado concluye con la cuantificación de la demanda del proyecto y proyección, en el qué estimación y proyectan las cantidades a vender para el periodo de vida útil considerado para el proyecto (p. 24).

Análisis de la oferta turística

Oferta competitiva (sustituta)

Para analizar la oferta turística de Cafayate, se tuvieron en cuenta tres ejes principales: **Alojamientos, restauración y bodegas**, estos 3 componentes están presentes en el proyecto y hacen a la competencia. Para esto, se realizó un relevamiento a partir de la información brindada por la Página Oficial de Turismo del Gobierno de la Provincia de Salta[21], sobre los Prestadores Turísticos, en la categoría Hoteles y alojamientos Turísticos. A su vez, se hizo un análisis exhaustivo a través de plataformas como Booking debido a que algunos alojamientos no se encontraban en dicho registro.

[21] http://turismosalta.gov.ar/prestadores/t_1/hoteles-y-alojamientos-en-salta

Tabla 1. En el siguiente cuadro se detalla la cantidad de alojamientos (competencia directa e indirecta) dependiendo la categoría, en el periodo que comprende desde el 2013 hasta 2023, años, donde (1) son hoteles 1, 2, 3, 4, y 5 estrellas y apart-hoteles, y donde (2) son parahoteles como hoteles gremiales, residencial, hostería, cabañas y casas de campo.

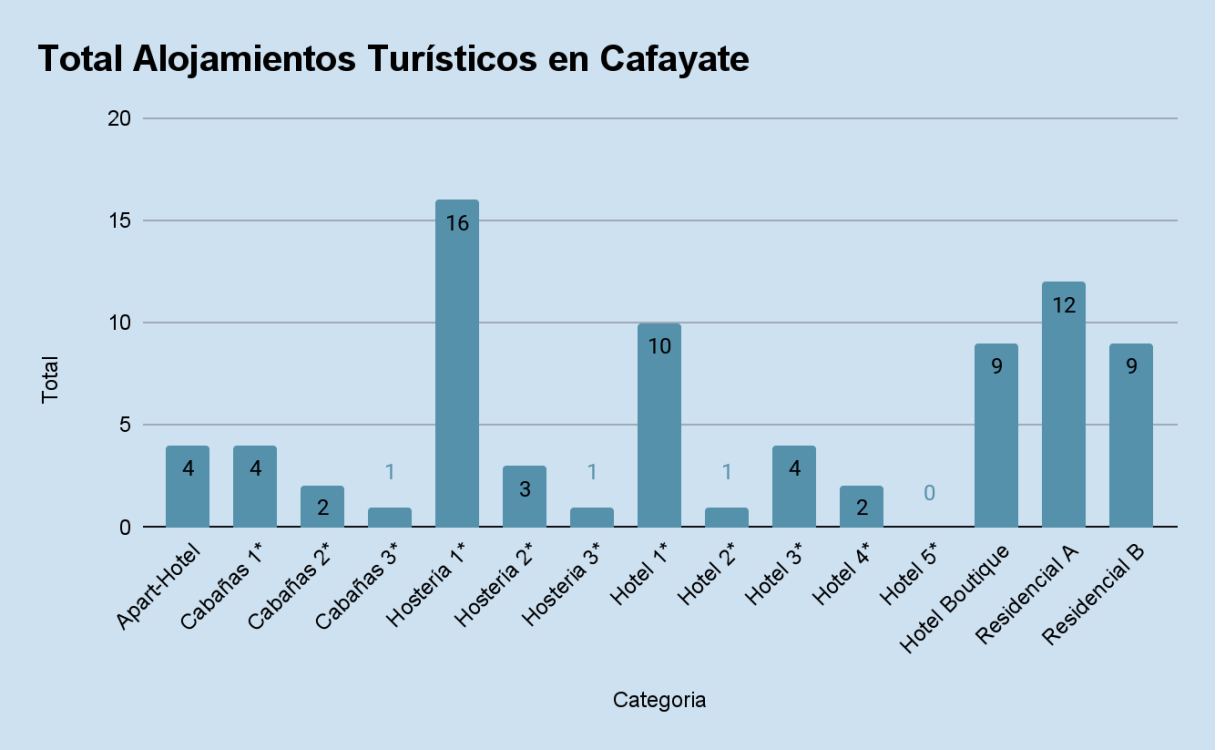
Año	**Total General** (1+2)	Total Hotel (1)	Total Parahotel (2)	Parahotel				
				Cabaña	Casa de Campo	Hostería	Hotel Gremial	Residencial
2023	77	29	48	7	0	20	0	21
2022	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
2021	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
2020	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D
2019	75	24	51	6	1	22	0	22
2018	75	25	50	6	1	19	0	24
2017	76	19	57	6	1	19	0	31
2016	75	29	46	6	1	12	1	26
2015	75	30	45	6	1	12	0	26
2014	68	22	46	6	1	11	1	27
2013	67	15	52	6	1	11	1	33

En el cuadro se puede apreciar cómo fue creciendo y decreciendo el número de alojamientos en Cafayate, comenzando en 2013 con un total de 63 alojamientos, incluyendo hoteles y parahoteles, ascendiendo a 68 en 2014 y manteniéndose en 75 alojamientos entre 2015 y 2019. En 2017 solamente se construyó un nuevo hotel entre ese periodo de tiempo, que luego por alguna circunstancia el número volvió a descender a 75. Para los años 2020, 2021 y 2022 no se logró obtener datos sobre la cantidad de alojamientos, pero sí para el 2023 ascendiendo a 77 alojamientos, número que denota el crecimiento de la hotelería en Cafayate. El corriente año se incorporó el Hotel Boutique El Porvenir Wine Lodge a la categoría Hotel, por otro lado, no se logró encontrar un registro oficial del mismo en páginas oficiales, fue relevado a través de Booking.

Relevamiento de alojamientos turísticos

Para definir la competencia, se relevaron 77 alojamientos inscriptos en el Registro de Alojamientos Turísticos y 1 Hotel Boutique nuevo a través de Booking, en Cafayate, Salta en la actualidad. Según los datos obtenidos, Cafayate cuenta con 4 Apart-Hotel, 4 Cabañas 1 estrella, 2 Cabañas 2 estrellas y 1 Cabaña 3 estrellas. En la clasificación hostería, 16 Hostales 1 estrella, 3 Hostales 2 estrellas, 1 Hostal 3 estrellas. Con respecto a la clasificación de Hotel, encontramos 10 Hoteles 1 estrella, 1 Hotel 2 estrellas, 4 Hoteles 3 estrellas, 2 Hoteles 4 estrellas y 0 Hoteles 5 estrellas. Para finalizar, Cafayate cuenta con 9 Hoteles Boutique, 12 Residencial A y 9 Residencial B.

Gráfico 1. En el siguiente gráfico se muestra la clasificación de alojamientos turísticos y el total de cada uno en 2024.



Fuente: Elaboración propia a partir del relevamiento de alojamientos turísticos.

En relación con el Ecolodge, no se encontraron alojamientos puramente de estas características, no hay lodges en Cafayate, exceptuando por el nuevo Hotel Boutique El Porvenir Wine Lodge, que, si bien pertenece a esta categoría, ofrece en su predio Lodges ubicados en los viñedos. Sin embargo, a la hora de seleccionar la competencia directa, se tendrán en cuenta los servicios ofrecidos y las unidades de negocio similares a nuestro proyecto.

Por esto, se analizarán exclusivamente Hoteles 3 y 4 estrellas y Hoteles Boutique, los cuales se asemejan a la presente propuesta.

A continuación, se desarrolla el listado de alojamientos turísticos:

ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE CAFAYATE

Cuadro 6. Relevamiento de alojamientos turísticos de Cafayate y alrededores.

Categoría	**Nombre**	**Dirección**	**Sitio Web**
Apart-Hotel	El Colonial	Calixto Mamani N.º 134	Sin Sitio Web
Apart-Hotel	Kamay Apart	Pje.Jorge B.Vázquez N.º 193	http://www.kamaycafayate.com.ar
Apart-Hotel	Sommer y Sol	Miguel Hurtado N.º 129	Sin Sitio Web
Apart-Hotel	Villa Grace	Ruta Nacional 40 Km 4340	http://www.gracehotels.com/cafayate
Cabañas 1*	Cabañas Chalet Seis	Camila Quintana del Niño N.º 170	Sin Sitio Web
Cabañas 1*	Cabañas Las Marías	Intendente Briacheri s/n	Sin Sitio Web
Cabañas 1*	Cabañas Magnolias	Vicario Toscano N.º 375	Sin Sitio Web
Cabañas 1*	Yamasu Huasi	San Martín 253	http://www.yamasuhuasi.com.ar
Cabañas 2*	Cabañas Luna y Sol	9 de Julio 40	http://www.lunaysol.fr
Cabañas 2*	Cabañas Shamballa	Ruta Provincial 68	http://www.shamballacafayate.com.ar
Cabañas 3*	Cabañas Piedras del Inca	Las Vertientes Eco pueblo - Lote 66	https://www.piedradelinca.com/
Hostería 1*	Alamo	Calixto Mamaní N.º 72	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Altos de La Pacha	Colón N.º 190	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Casa de Felicia	Vicario Toscano 537	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Divina Presencia	Pasaje Jorge	Sin Sitio Web

		B.Vázquez N.º 170	
Hostería 1*	El Antigal	12 de octubre 265	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Hospedaje Neny	Vicario Toscano N.º 235	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Hostería El Zaguán	Guemes Norte N.º 39	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Hostería La Montaña	Camila Quintana de Niño N.º 131	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Hostería Las Iguanas	Catamarca 140	Sin Sitio Web
Hostería 1*	La Morada	Miguel Hurtado N.º 111	http://www.lamoradacafayate.com.ar
Hostería 1*	Lo de Peñalba	Ntra. Sra. del Rosario 73/79	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Lo de Silvia y José	Pje.Ejército Argentino N.º 58	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Paris Texas	Banda de Arriba	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Portal del Valle	Alvarado N.º 357	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Rancho Del Sol	Chacabuco N.º 120	Sin Sitio Web
Hostería 1*	Sol Naciente	Vicario Toscano N 378	Sin Sitio Web
Hostería 2*	Hostal Mamaku Huasi	Rivadavia N.º 249/51	Sin Sitio Web
Hostería 2*	Kallpa	Belgrano N.º 121	http://www.kallpacafayate.com
Hostería 2*	Killa	Colón 47	http://www.killacafayate.com.ar
Hostería 3*	Sala Estancia Chimpa	Ruta N 68 -KM 10	http://www.estanciachimpa.com.ar
Hotel 1*	A.S.E.M.B.A.L.	Av.Güemes y Diego de Almagro	Sin Sitio Web
Hotel 1*	Don Emilio	Av.Güemes Norte N.º 254	Sin Sitio Web

Hotel 1*	El Hospedaje	Salta N.º 13	Sin Sitio Web
Hotel 1*	Hotel Confort	Av.Güemes Norte 232	http://www.chaletseis.com.ar
Hotel 1*	Hotel Emperador	Av.Güemes Sur 46	Sin sitio Web
Hotel 1*	Hotel Munay	Silverio Chavarría 64	http://www.munayhotel.com.ar
Hotel 1*	Hotel Tinkunaku	Diego de Almagro 12	http://www.hoteltinkunaku.com
Hotel 1*	Los Toneles	Camila Q.de Niño N.º 38	http://www.lostonelesshostal.com.ar
Hotel 1*	Tia Florita	Salta N.º 59	http://www.hosteriatiaflorita.com.ar
Hotel 1*	Vieja Posada	Diego de Almagro 87	http://www.viejaposada.com.ar
Hotel 2*	Hotel A.T.S.A. Cafayate	Calchaquí Nª 30	http://www.hotelsanidadcafayate.com
Hotel 3*	Hotel Asturias	Av. Guemes Sur 154	https://www.cafayateasturias.com/
Hotel 3*	Hotel Los Sauces	Calchaquí 62	http://www.hotellossaucescafayate.com/
Hotel 3* / Resort	Wine Resort Viñas de Cafayate	Finca Calchaquí s/n-Camino al Divisadero	http://www.cafayatewineresort.com
Hotel Boutique/ Hotel 4*	Altalaluna Boutique Hotel & Spa	Ruta Nacional 40, Km 4326	http://www.altalaluna.com
Hotel 4*	Finca El Recreo	Ruta 40 Km 4340, A 4427 Cafayate, Salta	No posee
Hotel Boutique	Castillos de Cafayate	RN 68, Km 18,5 - Valle de Punilla	http://www.castillosdecafayate.com.ar
Hotel Boutique	Hotel Portal Del Santo	Silverio Chavarría 250	http://www.portaldelsanto.com
Hotel Boutique	Hotel Grace	Ruta Nacional 40 Km 4340	http://www.gracehotels.com

Hotel Boutique	Iraola Hotel Boutique	Miguel Hurtado N.º 128	https://iraolahotel.ar/
Hotel Boutique	La Casa de La Bodega	RN 68 KM 18,5 - Finca La Punilla	http://www.lacasadelabodega.com.ar
Hotel Boutique	Luna De Cafayate	Mza. 4 lote 8 - El Tránsito	https://lunadecafayate.com.ar
Hotel Boutique	Patios De Cafayate Hotel & Wine Spa	RN 68 -Bodega Esteco	http://www.patiosdecafayate.com
Hotel Boutique	Piattelli Wine Resort	RP 2 - Km. 3	http://piattelli.com.ar
Hotel Boutique	Villa Vicuña	Belgrano N.º 76	http://www.villavicuna.com.ar
Hotel Boutique	El Porvenir Wine Lodge	Belgrano N° 32	https://www.elporvenirwinelodge.com/
Residencial A	Ensueño	Rivadavia N.º 222	Sin Sitio Web
Residencial A	Hospedaje San Cayetano	Vicario Toscano N.º 279	Sin Sitio Web
Residencial A	Hostal Benito	Lerma N.º 40	http://www.hosteldonbenito.com
Residencial A	Hostal Benjamin	Catamarca N.º 267	Sin Sitio Web
Residencial A	Hostal Cerro De La Cruz	Colón esquina Coronel Santos	http://www.cerrodelacruzhotel.com.ar
Residencial A	Hostal Del Suri	Miguel Hurtado N.º 127	Sin Sitio Web
Residencial A	Hostal Mirador Del Valle	Alvarado 550	http://www.hostalmirador.com.ar
Residencial A	Hostal Ñusta	Catamarca 15	www.hostalnusta.todowebsalta.com.ar
Residencial A	Hostal San Jorge	Calixto Mamani N.º 105 (ex Diego de Almagro)	Sin Sitio Web
Residencial A	Hostal Tierra De Vinos	Camila Quintana del Niño N.º 160	Sin Sitio Web

Residencial A	La Ramada	Miguel Hurtado y Silverio Chavarría	Sin Sitio Web
Residencial A	Shalom Hostal	Av.Güemes Norte 352	Sin Sitio Web
Residencial B	El Balcon	Pje.20 de Febrero 110	http://www.elbalconhostel.com.ar
Residencial B	El Portal De Las Viñas	Ntra.Sra. del Rosario 165	http://www.portalvinias.com.ar
Residencial B	Hostal Candelaria	25 De Mayo 345	Sin sitio web
Residencial B	Hostal Casa Del Sol	San Martin N.º 285	http://www.casadelsolcafayate.com.ar
Residencial B	Hostal Del Valle	San Martin 243	http://www.welcomeargentina.com/delvalle
Residencial B	Plaza	Belgrano N.º 9	Sin Sitio Web
Residencial B	Residencial Docente	Av. Güemes Norte N.º 160	Sin Sitio Web
Residencial B	Rusty-K Hostal	Rivadavia 281	http://www.rustykhostal.com.ar
Residencial B	Ruta 40	Guemes Sur 178	http://www.hostel-ruta40.com

Fuente: Elaboración propia.

Selección de la competencia directa según características similares al proyecto

A partir del relevamiento realizado de la oferta competitiva (sustituta), se seleccionaron 13 alojamientos para la identificación de la competencia directa existente en Cafayate, Salta, con el criterio de que ofrecen servicios similares a nuestra propuesta hotelera, como su clasificación de Hotel 3 y 4 estrellas, hoteles boutique, viñedos y bodegas dentro del predio, las actividades que ofrecen y sus unidades de negocio, su ubicación, su gastronomía, la utilización de productos regionales y productos sustentables, tanto en amoblamiento como en instalaciones.

A continuación, se presentan las ilustraciones de la 9 a la 21, con las características de cada uno de los alojamientos seleccionados:

Ilustración 09. *Wine Resort Viñas de Cafayate.*

WINE RESORT VIÑAS DE CAFAYATE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: 3 ESTRELLAS / RESORT



Ubicacion: 25 de Mayo, Camino al Divisadero. Fca. Calchaquí S/N (A4427AED) Cafayate. Salta - Argentina

Datos Comerciales
Teléfono: +54 9 3868 452883 / +54 9 3868 405024
E-mail: alejandra@cafayatewineresort.com / Info@cafayatewinerestort.com
Pagina Web: www.cafayatewineresort.com
Red Social: @cafayatewineresort

Habitaciones: Cuenta con 22 habitaciones, todas en base doble, y se ubican en distintos sectores con diferentes vistas, dentro de la casa central, estilo galería.

Servicios: Cava subterránea, piscina exterior, patio colonial donde se encuentran las habitaciones con desayuno buffet, amenities orgánicos, solárium, huerta orgánica, rodeado de viñedos, restaurante con gastronomía salteña fusionada y menú de piscina.

Practicas Sustentables: Sello sustentable, utilizan un sistema séptico qué separa las aguas oscuras para reutilizarlas en el riego de los jardines, sistema solar térmico para calentar las 22 habitaciones y abastecer las áreas comunes, bombillas LED

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 10. *Altalaluna Boutique Hotel & Spa*

ALTALALUNA BOUTIQUE HOTEL & SPA

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: 4 ESTRELLAS / BOUTIQUE



Ubicación: Ruta 40 km 4326, Tolombón, Salta 4141 Argentina.

Datos Comerciales
Teléfono: +54 387 582 4501
E-mail: reservas@altalaluna.com
Pagina Web: www.altalaluna.com
Red Social: @altalaluna

Habitaciones: Poseen 20 habitaciones, entre ellas doble estándar, master suites, ambas con vistas a los viñedos y grand suites (departamentos para 4 personas con terraza privada).

Servicios: Restaurante de cocina regional, menú de degustación por pasos, maridado con vinos de la Bodega Tukma (bodega propia), por la cual realizan recorridos. Otra de las actividades es Trekking guiado por los viñedos, cabalgata entre los cerros, tarde de Golf, Caminatas, y Vendimia Tukma (Fiesta anual de cosecha)

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 11. *Finca El Recreo Hotel 4 estrellas*[22]

FINCA EL RECREO

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: 4 ESTRELLAS



Ubicación: Ruta 40 Km 4340, A4427 Cafayate, Salta

Datos Comerciales
Teléfono: 03868 63-8163
E-mail: No posee
Pagina Web: No posee
Red Social: @fincaelrecreocafayate

Habitaciones: Cuentan 12 habitaciones de estilo colonial completamente equipadas, con salida a galería y parque.

Servicios: Ofrece copa de vino de bienvenida, desayuno buffet o americano incluido, piscina al aire libre, no tiene parking. Accesibilidad en planta baja , salas de reuniones y banquetes, visitas a la bodega y recorrido por los viñedos, tours a pie y campo de golf a 3km.

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

[22] La Finca El Recreo no aparece en el Registro de Alojamientos Turísticos, pero se tuvo en cuenta debido a que se encuentra clasificado en Booking como Hotel 4 estrellas, tampoco posee página web.

Ilustración 12. *Castillos de Cafayate Hotel Boutique*

CASTILLOS DE CAFAYATE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Ruta 68 km 18,5 / La Punilla – Cafayate Salta

Datos Comerciales
Teléfono: +549 3868 638421 / +549 3868 452620
E-mail: reservas@castillosdecafayate.com.ar
Pagina Web: www.castillosdecafayate.com.ar
Red Social: @castillosdecafayate

Habitaciones: Construido con materiales característicos de la zona, el alojamiento posee 12 habitaciones dobles, triples y cuádruples, con vista a la formación de Los Castillos (atractivo turistico).

Servicios: Tiene piscina, canchas de fútbol y voley de arena, restaurante con platos elaborados con productos regionales y hortalizas de su huerta, estacionamiento y bar.

Practicas Sustentables: Posee huerta propia

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 13. *Hotel Portal del Sol Hotel Boutique*

HOTEL PORTAL DEL SANTO

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Silvero Chavarria 250 Cafayate - Salta

Datos Comerciales
Teléfono: (03868) 422500
E-mail: No posee. Contacto directo a través de la pagina web.
Pagina Web: www.portaldelsanto.com
Red Social: @portal_del_santo

Habitaciones: El hotel posee habitaciones simples, dobles, triples en suites y cuádruples en suites, todas equipadas.

Servicios: Apto para mascotas. Incluye desayuno continental,quincho con parrilla, asador y horno, piscina, jacuzzi, cochera y alquiler de autos.

Practicas Sustentables: Posee huerta organica

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 14. *Iraola Hotel Boutique.*

IRAOLA HOTEL BOUTIQUE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Miguel Hurtado 128 Cafayate, Salta, Argentina

Datos Comerciales
Teléfono: 54-3868-421317 / 54-3868-421327 / +543868408444
E-mail: reservas@iraolahotel.ar
Pagina Web: www.iraolahotel.ar
Red Social: @iraolahotel

Habitaciones: Posee 14 habitaciones con amoblamiento estilo Luis XV y Luis XVI, pisos decorados con tocetos artesanales de época: Suites, habitaciones superiores con patio colonial, habitaciones estándar también en patio.

Servicios: Cuenta con salón de conferencias de hasta 60 personas, piscina y solarium anexado a un fogón y sillones, quincho con parrilla, asador y galeria para eventos de hasta 150 personas, cava, patio de té Tia Elena y mirador. Solo se admiten huéspedes mayores de 16 años.

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 15. *Luna de Cafayate Hotel Boutique.*

LUNA DE CAFAYATE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Cafayate, Salta, Argentina CP: 4427

Datos Comerciales
Teléfono: +54 9 3873000009
E-mail: reservaslunadecafayate@gmail.com
Pagina Web: www.lunadecafayate.com.ar
Red Social: @lunadecafayate

Habitaciones: Cuentan con habitaciones doble clásica, triples y cuádruples estándar, superior y doble deluxe.

Servicios: Brinda servicios de piscina y solárium, terraza, sala de lectura en el ala colonial e incluye desayuno buffet con productos regionales (cuenta con desayuno para diabéticos, celiacos, etc.). Ofrece Previaje 5

Practicas Sustentables: Posee prácticas sustentables, ya que se abastecen con energía solar el agua caliente del establecimiento. Utilizan termotanques solares e instan a sus huéspedes y personal a "*reducir el lavado de toallas y sábanas para disminuir el uso de agua y energía, contribuyendo a la sustentabilidad del planeta*".(Luna de Cafayate Pagina Oficial)

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 16. *Villa Vicuña Hotel Boutique*

VILLA VICUÑA

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Belgrano 76, Cafayate

Datos Comerciales
Teléfono: +54 03868 422145
E-mail: No ofrece mail de contacto. Solo directo por la pagina.
Pagina Web: www.villavicuna.com.ar
Red Social: @villavicunacafayate

Habitaciones: De estilo colonial, cuenta con habitaciones doble matrimonial, doble twin y superior, todas con vista al patio. Departamento para 5 pax. Ofrece desayuno buffet.

Servicios: Noche de bodas, bike & wine, trekking por Cafayate, Bodega Piattelli (menú de 3 pasos especial para villa vicuña, visita guiada, degustación de vinos y olivas).

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 17. *Grace Cafayate Hotel Boutique.*

GRACE CAFAYATE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Ruta Nacional 40, Km 4340 CP 4427

Datos Comerciales
Teléfono: Reservacion +54 (11) 21-53-37-98 / +54 11 3086 5724 / Hotel +54 (3868) 42-70-00 / Restaurante +54 (3868) 42-70-14
E-mail: ventas.cafayate@graceargentina.com.ar
Pagina Web: www.graceargentina.com.ar
Red Social: @gracecafayate

Habitaciones: Posee un edificio central y 20 edificios residenciales en el Valle Calchaquí, propiedad residencial y deportiva apartada de 500 hectáreas. Tiene 4 deluxe sunset rooms con vista de las montañas, 6 deluxe sunrise rooms con vista de viñedos y montañas, 2 suites grace con terraza, y 20 villas residenciales completamente equipadas.
Los artículos de baños pertenecen a la marca argentina Organ & Co. Desayuno buffet.

Servicios: Restaurante con cocina abierta y terraza, bar de vinos y cigarros, bar de piscina y parrilla, spa, campo de golf, casa club y canchas de polo, acceso a los viñedos. Actividades: Clase de alfajores, asado bajo las estrellas, clase de cocina, pedaleada, trekking en la quebrada, cabalgata gaucha, yoga.

Practicas Sustentables: Amenities orgánicos

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 18. *Patios de Cafayate Hotel Boutique*

PATIOS DE CAFAYATE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Ruta Nacional 40 y Ruta Nacional 68. - CP 4427

Datos Comerciales
Teléfono: +54 (03868) 422229 / 421753
E-mail: reservas@patiosdecafayate.com
Pagina Web: www.patiosdecafayate.com
Red Social: @patiosdecafayate

Habitaciones: Finca de 1892, posee 32 habitaciones con vista a la galería estilo colonial y al jardín.

Servicios: Restaurante con comidas típicas del lugar, cocina gourmet, chefs cafayateños, ofrecen maridajes con vinos, comparte lugar con la bodega El Esteco. Pileta al aire libre no climatizada, solarium, ofrece visita a la bodega y degustacion, cabalgata entre cerros y viñedos, senderismo y bicicletas, y masajes y yoga.

Practicas Sustentables: Certificacion en sustentabilidad Bronce de Hoteles mas verdes, y de Hotel sustentable.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 19. *La Casa de la Bodega Wine Boutique Hotel.*

LA CASA DE LA BODEGA WINE BOUTIQUE HOTE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Ruta Nacional 68, Km 18,5 / Valle de Cafayate (4427)

Datos Comerciales
Teléfono: 54 (03868) 492056 / Móvil: 54 9 3868465669 (Desde Fijo: 03868-15465669)
WhatsApp: 54 3868 465669
E-mail: No ofrece mail de contacto en su pagina web
Pagina Web: www.lacasadelabodega.com.ar
Red Social: @lacasadelabodega_cafayate

Habitaciones: Cuenta con 8 habitaciones dobles con vista al jardín y piscina, superior con balcón, y doble suite con vista a viñedos y jacuzzi.

Servicios: Sala de lectura, vistas a la Bodega Peña Veyrat Durbex. Restaurante con capacidad para 20 personas. En la tarifa incluye desayuno continental. Visitas a la bodega Peña Veyrat Durbex con degustaciones y catas.

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 20. *Piattelli Wine Resort.*

PIATTELLI WINE RESORT

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: 4 ESTRELLAS / BOUTIQUE



Ubicación: Ruta Prov. Nro 2 Km 2, Cam. a Yacochuya, A4427 Cafayate, Salta

Datos Comerciales
Teléfono: +54 261 405 8333
E-mail: reservas@piattelli.com.ar
Pagina Web: www.piattelliwineresort.com.ar
Red Social: @piattelliwineresort

Habitaciones: Wine resort para mayores de 18 años, 20 casas exclusivas alrededor de viñedos con terrazas con mobiliario de artesanos de argentina, incluyen desayuno buffet. Tipos de casas: casita deluxe, executive y presidencial.

Servicios: Ofrece restaurante para 80 comensales y uno con bodega, spa (tratamientos faciales, masajes, sauna, gimnasio). Platos de autor con tradición norteña y productos autóctonos, ofrece copa de vino o un Cocktail de autor junto a la piscina con degustación de finger foods. Bar Block 21, bicicletas para pasear por los viñedos, degustación de vinos y chocolate, tango, cabalgatas, yoga en viñedos, tour por bodega, senderismo en montaña, wine tour aventura con 4x4. Eventos: bodas, reuniones empresariales en el event lounge o en los 3 restaurantes con paquetes de estadía y actividades grupales, aventura con amigos y servicio de traslado.

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

Ilustración 21. *El Porvenir Wine Lodge*[23]

EL PORVENIR WINE LODGE

CATEGORIA: ALOJAMIENTO
TIPO: HOTEL
SUBTIPO: BOUTIQUE



Ubicación: Belgrano 32, A4427 Cafayate, Salta

Datos Comerciales
Teléfono: +54 9 3868406905
E-mail: Reservas@elporvenirwinelodge.com
Pagina Web: www.elporvenirwinelodge.com
Red Social: @elporvenirwinelodge

Habitaciones: Cuentan con 5 lodges entre los viñedos 3 habitaciones clásicas, 4 habitaciones estandar (una de ellas cuadruple) y 1 estudio.

Servicios: Ofrece desayuno, recepción las 24 hs, piscina al aire libre. En su tarifa incluye desayuno de campo gourmet en Restaurante Pausa, minibar, pava eléctrica y cafetera nespresso en cada habitación, incluye capsula de bienvenida y agua mineral, visita a la bodega El Porvenir, copa de bienvenida.

Practicas Sustentables: No declara en su pagina web.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Página Web.

[23] El Porvenir Wine Lodge no aparece en el Registro de Alojamientos Turísticos, pero se tuvo en cuenta debido a que se encuentra clasificado en Booking como Hotel Boutique y posee características similares al proyecto.

Tabla 3. En el siguiente cuadro se muestra un análisis de las tarifas de cada alojamiento seleccionado anteriormente. Se tomó el mes de Enero de 2025 para el análisis de Temporada Alta, y Septiembre del corriente año para Temporada Baja. Las tarifas se relevaron de Booking, debido a la falta de información en las páginas web oficiales de algunos alojamientos.

TARIFAS DE LA COMPETENCIA EN TEMPORADA ALTA Y BAJA					
		TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
Alojamientos	**Categoría**	**Base Doble**	**Base Cuadruple**	**Base Doble**	**Base Cuadruple**
Wine Resort Viñas de Cafayate	Hotel 3 estrellas	U$D 410	No posee	U$D 330	No posee
Altalaluna	Hotel 4 estrellas	U$D 454	U$D 600	U$D 360	U$550
Finca el Recreo	Hotel 4 estrellas	U$D 160	No posee	U$ 146	No posee
Hotel Portal del Santo	Hotel Boutique	U$D 152	U$D 185	U$D 125	U$D 160
Castillos de Cafayate	Hotel Boutique	U$D 132	U$D 170	U$D 120	U$D 155
Grace Cafayate	Hotel Boutique	U$D 340	No posee	U$D 309	No posee
Iraola Hotel Boutique	Hotel Boutique	U$D 235	No posee	U$D 155	No posee
La Casa de La Bodega	Hotel Boutique	U$D 185	No posee	U$D 165	No posee
Luna de Cafayate	Hotel Boutique	U$D 181	U$D 212	U$D 138	U$D 160
Patios de Cafayate	Hotel Boutique	U$D 510	No posee	U$D 300	No posee
Piattelli Wine Resort	Hotel Boutique	U$D 410	No posee	U$D 390	No Posee
Villa Vicuña	Hotel Boutique	U$D 300	U$D 310	U$D 240	U$D 255
El Porvenir	Hotel Boutique	U$D 250	U$D 290	U$D 236	U$D 260
TARIFA PROMEDIO		**U$D 286**	**U$D 295**	**U$D 232**	**U$D 257**

OFERTA GASTRONÓMICA

Se tuvo en cuenta la oferta gastronómica debido a que el proyecto contará con restaurante, por lo tanto, es necesario analizar la competencia y entender qué tipo de productos consumen los turistas, para lograr brindar un servicio gastronómico de calidad y excelencia.

Cuadro 7. En la siguiente tabla se detalla la oferta gastronómica de Cafayate.

Categoría	Nombre	Servicios	Dirección	Sitio Web
Restaurante	Retoño Restaurant de Bodega Nanni	no ofrece información ni página web	Silverio Chavarría 151	sin sitio web
Pizzería - Resto Bar	Baco	Desayunos / Picadas / Tragos Sandwichs milanesa / lomito Tiras de asado / Pastas caseras Tamales / Ensaladas Horario: Lunes a lunes de 10:00 a 02:00	Av. Gral. M.M.de Güemes Norte esquina Rivadavia	Facebook: Baco Resto Bar Pizzería
Restaurante	Bad Brothers Wine Experience	Platos pequeños con copa de vino o botella (podes crear tu propio vino junto a un sommelier)	Camila Quintana de Niño 63	http://www.badbrotherswe.com
Café	Café Bike	Detrás de bodega domingo hermanos	Ejército argentino 40	sin sitio web
Café	Café de las Viñas	Desayunos y meriendas	Guemes 58	sin sitio web
Restaurante	Club House Restaurante	A la carta / Servicio gourmet Horario: Lunes a Lunes De 09:00 a 18:00 (en verano se extiende una hora)	Estancia de Cafayate – R.N. N.º 40 – Km 4340	http://www.lec.com.ar
Restaurante	El Rancho	Horario: 12:30 a	V. Toscano 04 y	sin sitio web

		15:30 y 20:30 a 23:30 Comida a la Carta	Güemes	
Restaurante	El Zorrito	Comidas Típicas / Pizzería / Pastas. Comida vegetariana Horario: 11:00 a 01:00	Vicario Toscano N°78	sin sitio web
Restaurante Club House	La Estancia de Cafayate	Restaurante Gourmet y bar cocina internacional con ingredientes locales y menú de comida rápida para golfistas. Ofrecen solo desayuno, almuerzo y merienda. Domingos parrilla argentina. Degustación de vinos en bodega	RN 40 Km. 4340	www.lec.com.ar
Restaurante	Il Cavallino	Restaurante – Cafetería – Confitería Café / Variedad de Sándwiches / Pizzas y Pastas Horario: 10:00 a 16:00 y 19:00 a 00:00	Vicario Toscano esquina Nuestra Señora del Rosario	sin sitio web
Restaurante	La Carreta de Don Olegario	A la carta. Menú vegetariano / Menú celíaco. Comidas Típicas. Pastas / Carnes / Pescados Horario: 13:00 a 15:00 y 20:00 a 23:00	Av. Güemes 20	http://www.lacarretaolegario.com.ar
Restaurante	Las Marías	A La Carta / Menú turístico. Comidas Típicas / Pastas / Carnes blancas	San Martín 27	sin sitio web

		Horario: 12:00 a 16:00 y 20:00 a 00:00		
Restaurante	Macacha	A la carta / Servicio gourmet Horario: Fin de semana largo y Vacaciones: De 11:00 a 15:00 y de 20:00 a 00:00 Temporada baja de 20:00 a 00:00	Avenida General Martín Miguel de Güemes Norte N° 28	Facebook: macacha
Restaurante	Pacha	Cocina de autor / Cocina de altura Gourmet Horario: 19:00 a 00:00	Avenida General Martín Miguel de Güemes Sur N.º 143	http://www.pachacocinadeautor.com Instagram: @pachacafayate
Restaurante / Parrilla	Peña y parrilla La Plaza	A La Carta. Comidas típicas / Parrillada. Horario: 11:00 a 15:00 y 20:00 a 23:00	Nuestra Señora Del Rosario N° 96	sin sitio web
Resto Bar	Peña Don Francesco	Platos tradicionales Horario: 8:30 am a 12 am	San Martín 90	sin sitio web
Restaurante & Bodega	Piattelli Vineyards	Degustación de vinos y quesos regionales, picnic, parrilla y restaurante. Horarios : Cafetería y Wine Bar: Todos los días de 10:00 a 19:00hs. Almuerzo: Todos los días de 12:30 a 16:00hs. Sábados y Domingos ofrecemos además Parrillada o Asado, que incluye	Camino a Yacochuya (3Km)	http://www.piattellivineyards.com

		diferentes cortes de carne vacuna y de cerdo, chorizos, morcillas, papas parrilleras y ensaladas. Sundowner: todos los días 17 a 19hs. Early Dinner: todos los días de 17 a 19 hs. Cena: Sólo con reserva previa y para grupos de más de 20 pax. Horario de 20:00 a 24:00 hs. Disponibles, menú infantil, menú vegetariano y para celíacos Recomendamos realizar reserva previa		
Restaurante & Cocina Gourmet	Restaurante El Terruño	Servicios: A la carta. Comidas elaboradas fusión Gourmet. Menú vegetariano / Menú celíacos Horario: 11:00 a 15:30 y 19:00 a 23:00	Güemes Sur 28	sin sitio web
Restaurante & Confitería	Restaurante La Estancia	Servicios: Restaurante y confitería. Comida Regional / Parrillada. Pizzería y Pastas. Horario: 11:00 a 00:00	San Martin N° 25	sin sitio web

Fuente: Elaboración propia a partir de la información brindada por https://cafayate.tur.ar/prestadores http://turismosalta.gov.ar/prestadores/c_1/restaurantes-en-salta y Google.

OFERTA EMPRESAS ENOTURÍSTICAS

Con respecto a la oferta de empresas enoturísticas, también fue necesario analizar todas aquellas empresas turísticas, tanto bodegas como alojamientos que tengan en su predio dicho servicio y viñedos. Es importante debido a que el terreno seleccionado para el emplazamiento del ecolodge cuenta con una bodega funcional llamada Hemsy y su marca Toqui.

Cuadro 8. En el siguiente cuadro se detallan las bodegas de Cafayate y sus servicios.

Categoría	Nombre	Servicios	Dirección	Sitio Web
Bodega	Antigua Bodega Vasija Secreta	Petit Museo del Vino. Degustaciones guiadas por museo y bodega. Degustaciones línea Vasija Secreta Lacrados y Gata Flora. Degustaciones línea Premium. Wine Bar. Almuerzos en Bodega. Guías Bilingües	Ruta 40 KM 4343 - Cafayate	www.vasijasecreta.com
Bodega	Domingo Hermanos	Visitas guiadas a bodega y degustaciones de vinos y quesos. Visitas únicamente en español. Servicios para personas con discapacidad	Ntra. Señora del Rosario y 25 de Mayo -Cafayate	www.domingohermanos.com
Bodega	Bodega el Tránsito	Visitas guiadas para turistas con degustación de 4 líneas de vino. Visitas guiadas especiales. Guías Bilingües	Belgrano 102, Cafayate, CP (4427)	https://bodegaeltransito.com/
Finca	Finca Quara	Enoturismo. Visita guiada por los viñedos y bodega, incluye una pequeña degustación. Visita guiada con degustación de la línea Quara. Visita guiada +Picoteo salteño. (Con costo y reserva previa).	Ruta Nac. N.º 40 Km 4340 -Cafayate	www.fincaquara.com

		Visita guiada +Almuerzo Finca Quara. (Con costo y reserva previa). Experiencias Finca Quara: -Vendimia de altura (durante meses de cosecha). -La Glorieta. -Maridaje de Altura. -Catas Privadas Visitor Center		
Finca	El Porvenir de Cafayate	Visita guiada y degustación. -Degustación Cellar Door (3 copas). -Degustación Grand Tasting (5 copas). Almuerzo Regional en la casa Finca El Retiro.	Córdoba 32 -Cafayate.	www.elporvenirdecafayate.com
Bodega	Bodega Nanni	Visitas guiadas Degustaciones de 4 vinos jóvenes. Degustación Premium: 2 vinos jóvenes, 2 vinos línea reserva. Degustaciones especiales con reserva previa: línea Reserva y picadas. Restaurante Retoño. Eventos especiales, almuerzos o cenas organizados.	Silverio Chavarria 151 (CP 4427). Cafayate.	www.bodegannanni.com
Bodega	Bodega El Esteco	Turismo: Degustaciones, Clásica, Premium y Súper Premium	Ruta 40 y Ruta 68, Cafayate, Salta. (03868)	www.elesteco.com.ar
Bodega	Bodega Burbujas De Altura	Visitas guiadas. Visitas en inglés, español o noruego.	Localidad: CORRALITO-CAFAYATE. Ruta Nac. N.º 40 km 4347	www.burbujasdealtura.com.ar
Bodega	Peña Veyrat Durbex Bodegas Y Viñedos	Visita guiada con degustación para huéspedes del hotel y particulares. Venta de vinos Finca La Punilla e Hijo del Viento.	Ruta Nac. 68 Km 18,5 -Cafayate.	www.lacasadelabodega.com.ar

Bodega	Bodega Hemsy	Visita guiada que incluye recorrido por la bodega y degustación de tanques de 3 varietales. Visita y degustación.	(Bodega) Ruta Nac. 68 -Km 9, Chimpa. Valle de Cafayate.	www.bodegahemsy.com.ar
Bodega	Bodega Tierra Colorada	Visitas guiadas Show room: venta de vinos y degustaciones al público en general.	Ruta Nacional N.º 68, Km 10. Chimpa, Cafayate.	www.vinosdesvario.com
Bodega y Finca	Bodega José L. Mounier, Finca Las Nubes	Visita a viñedos, bodega y degustación. Gastronomía: almuerzos con capacidad de 1 a 100 personas Actividades especiales: - Vendimia Comunitaria: mes de marzo. -Degustaciones especiales con propietarios de la bodega. (Con reserva). -Charlas para colegios e instituciones relacionadas a la actividad. -Eventos, casamientos, reuniones empresariales.	Paraje El Divisadero -Cafayate.	www.fincalasnubes.com.ar

Fuente: http://turismosalta.gov.ar/images/uploads/registro_enoturismo_2020.pd

Análisis de la demanda turística

Como se mencionó anteriormente, "la demanda turística es aquella que está formada por el conjunto de consumidores, o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos" (Sancho, 1998, p.47).

Por lo tanto, para el análisis de la demanda turística en Cafayate, se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Con respecto a las primarias, se realizaron encuestas a turistas argentinos que hayan pernoctado al menos una vez en Cafayate, Salta con fines turísticos entre 2018 y 2024. En relación a las fuentes secundarias, se relevaron anuarios y estadísticas turísticas, información brindada por el Ministerio de Turismo y Deporte y la Secretaría de Turismo de Salta, y estadísticas obtenidas del SINTA (Sistema de Información Turística de la Argentina).

Fuente primaria

Unidad de Análisis

Según Sampieri H. (2014), para poder realizar el proyecto y analizar la demanda potencial, se debe definir la unidad de análisis, la cual se deriva de los objetivos planteados, y que la autora la define como "el tipo de caso que se escoge para estudiar"(p. 172). Dicho esto, nuestra unidad de análisis serán **"turistas argentinos que hayan pernoctado al menos una vez en Cafayate, Salta con fines turísticos entre 2018 y 2024"**. El siguiente paso es delimitar a la población o universo que son "el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones" (p. 147) y serán **"turistas que visitaron Cafayate"**.

Para tener una muestra, subgrupo de la población, es necesario saber el número total del universo, pero en este caso, no se logró obtener datos exactos del mismo debido a la escasez de información en las páginas oficiales del Ministerio de Turismo y Deporte y la Secretaria de Turismo de Salta, dichas entidades no brindan datos sobre la cantidad de turistas que visitaron Cafayate, y no ofrecen datos de la cantidad de plazas de los alojamientos para lograr calcular el universo, lo que limita a la hora de determinar el número de encuestas a realizar. A razón de esto, la muestra será **no probabilística**, lo que implica que "la selección estará orientada por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización" (p. 176), a diferencia de una muestra probabilística la cual se define como aquella en donde "todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos"(p. 175).

Instrumento de recolección de datos

El método utilizado para la realización del trabajo de campo fue encuestas (fuente primaria). Se utilizó el cuestionario, un tipo de instrumento de recolección de datos cuantitativos, formado por un "conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir", el cual fue diseñado con preguntas cerradas con "opciones de respuestas que fueron previamente delimitadas"(Sampieri H., 2014, p. 217).

La encuesta se publicó en redes sociales como Instagram y Facebook, en este último caso, en grupos relacionados con turismo en Salta, Cafayate y grupos de viajeros de Argentina (Grupos: Argentina - Viajes y turismo /Cafayate - Salta / Viajes de Salta a Cafayate y de Cafayate a Salta / Viajeros en Salta / Viajeros x el norte / Cafayate Anuncios / Rutas Argentinas - viajando por mi país / Viajar por mi país / Viajes y Turismo Argentina / Mundo de viajeros). Además, se envió la encuesta a turistas que hayan comprado paquetes turísticos en diferentes agencias de viaje, y se envió vía WhatsApp a diferentes contactos que hayan visitado Cafayate entre 2018 y 2024.

La encuesta se publicó a partir del 20/10/23 hasta el 27/08/2024 y se recolectaron 51 encuestas, con la siguiente introducción.

Introducción de la encuesta:

"Mi nombre es Añon Luisina, esta encuesta forma parte de mi trabajo final de grado sobre la proyección de un Ecolodge con bodega en Cafayate, Salta, para recibirme de Licenciada en Hotelería en la Universidad Abierta Interamericana de CABA.

Se le agradecería si pudiera responder la siguiente encuesta sobre su experiencia en Cafayate.

La misma es **anónima** con fines académicos para ***turistas que visitaron Cafayate entre 2018 y 2024, y las preguntas son en base a su último viaje.***

Esta encuesta se encuentra bajo la Ley Nacional 25.326 Art. 28 de la Protección de Datos Personales.

¡Desde ya, muchas gracias por su participación!"

Operacionalización de las variables

Para la operacionalización de variables, se realizó el paso de las variables teóricas a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes (Sampieri H., 2014, p. 211).

Tabla 7. Operacionalización de las variables para la encuesta.

Variables	**Preguntas**	**Valores**
1. Género	1. ¿Con qué género se percibe?	a. Femenino b. Masculino c. Otro d. Prefiero no decirlo
2. Edad que tenía cuando viajó por última vez a Cafayate.	2. ¿Qué edad tenía cuando viajó la última vez a Cafayate?	a. Entre 18 y 24 años b. Entre 25 y 34 años c. Entre 35 y 44 años d. Entre 45 y 54 años e. Entre 55 y 64 años f. Entre 65 y 74 año g. Más de 75 años
3. Lugar de origen	3. ¿Cuál es su lugar de residencia?	a. Provincia de Buenos Aires b. CABA c. Córdoba d. Mendoza e. Jujuy f. Tucumán g. Otro
4. Ocupación predominante	4. ¿Cuál es su ocupación?	a. Empleado/a en relación de dependencia b. Titular/Dueño c. Estudiante d. Jubilado/a - Pensionado/a e. Amo/a de casa f. Desocupado g. Otro h. NS-NC
5. Cantidad de acompañantes	5. ¿Con cuántos acompañantes viajó a Cafayate?	a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4

		f. 5 o más
6. Grupo de viaje	6. ¿De qué forma viajo?	a. Solo b. En pareja c. Familia d. Grupo de amigos e. Tour o contingente f. Otro
7. Medio de transporte	7. ¿Cuál fue el medio de transporte elegido?	a. Micro b. Avión c. Vehículo particular d. Vehículo alquilado e. Transporte público f. Otro
8. Motivo del viaje (puede seleccionar más de una opción)	8. ¿Cuál fue el motivo del viaje a Cafayate? (puede seleccionar más de una opción)	a. Descanso b. Diversión c. Trabajo d. Estudios e. Visita a familiares f. Otro
9. Tipo de alojamiento	9. ¿Qué tipo de alojamiento eligió para su estadía?	a. Hotel b. Hostería c. Camping d. Alquiler temporario e. Casa de familia f. Otro
10. Satisfacción con el alojamiento	10. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el alojamiento?	a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. indiferente d. Poco satisfecho e. Nada satisfecho
11. Modalidad de elección del alojamiento	11. ¿Cuál fue la modalidad de elección del alojamiento? (puede seleccionar más de una opción)	a. Página web oficial b. Plataformas como Booking c. Agencia de viajes d. Recomendación e. Otros
12. Cantidad de noches que se alojaron	12. ¿Cuántas noches se alojó?	a. 1 noche b. 2 noches c. 3 noches d. 4 noches e. 5 noches f. más de 5 noches

13. Gasto por persona en su estadía en Cafayate	13. ¿Cuánto gastó por persona en su estadía?	a. Menos de $50.000 b. Entre $50.001 y $100.000 c. Entre $100.001 y $150.000 d. Entre $150.001 y $200.000 e. Entre $200.001 y $250.000 f. Más de $250.001 g. NS-NC
14. Método de contratación del viaje	14. ¿Cuál fue el método de contratación de su viaje?	a. Paquete turístico (agencia de viajes) b. Por cuenta propia c. Otros
15. Utilización de servicios de restaurante durante su estadía	15. Durante su estadía, ¿Utilizó el servicio de restaurante? En caso de que su respuesta sea "sí", siga a la siguiente pregunta, en caso que elija "no", vaya a la pregunta 18.	a. Si b. No c. No contaba con servicio de restaurante.
16. Cantidad de veces que lo utilizo	16. ¿Cuántas veces lo utilizo?	a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4 f. 5 g. más de 5 h. NS-NC
17. Nivel de satisfacción con el servicio de restaurante.	17. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el servicio mencionado?	a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Indiferente d. Poco satisfecho e. Nada satisfecho
18. Utilización de bodega durante su estadía	18. Durante su estadía, ¿Utilizó el servicio de bodega? En caso de que su respuesta sea "sí",	a. Si b. No d. No contaba con servicio de bodega.

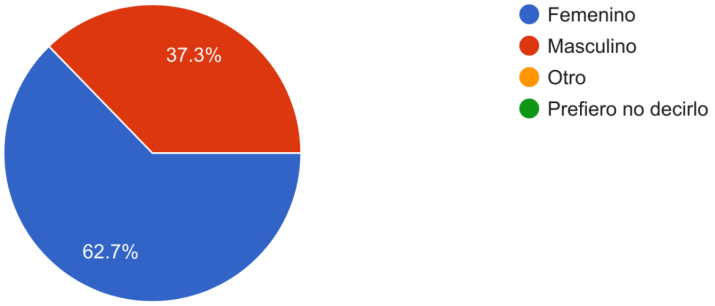
	siga a la siguiente pregunta, en caso que elija “no”, vaya a la pregunta 21.	
19. Cantidad de veces que lo utilizo	19. ¿Cuántas veces los utilizo?	a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4 f. 5 g. más de 5 h. NS-NC
20. Nivel de satisfacción con el servicio de la bodega.	20. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el servicio mencionado?	a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. indiferente d. Poco satisfecho e. Nada satisfecho
21. Personas con discapacidad	21.¿Posee algún tipo de discapacidad o viajo con alguien que tenga alguna discapacidad? En caso que su respuesta sea “sí", vaya a la pregunta 22, en caso que elija “no", vaya a la 23.	a. Si b. No
22. Nivel de satisfacción con las instalaciones del alojamiento	22. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con las instalaciones del alojamiento en relación a la pregunta anterior?	a. Muy satisfecho b. Satisfecho c. Ni satisfecho ni insatisfecho d. Poco satisfecho e. Nada satisfecho
23. Preferencias a la hora de elegir un alojamiento.	23. ¿Qué valora más a la hora de elegir un alojamiento? (puede seleccionar más de una opción)	a. Precio b. Ubicación c. Servicios d. Prácticas verdes e. otros
24. Elección de alojamiento sustentable	24. ¿Prioriza un alojamiento que fuera	a. Si b. No

	respetuoso con el medio ambiente y aplique prácticas verdes?	c. Tal vez
25. Elección del Ecolodge para alojarse	25. ¿Se alojaría en un Ecolodge rodeado de viñedos en Cafayate, Salta, que aplique prácticas sustentables, como la utilización de paneles solares, gestión de residuos y huerta propia, brinde servicio de restaurante y bodega, y además sus instalaciones estén adaptadas para personas con capacidades especiales?	a. Seguro que si b. Probablemente si c. Indiferente d. Probablemente no e. Seguro que no
26. Nivel de ingreso	26. ¿Cuál es su nivel de ingreso?	a. $0 b. Entre $1 y $50.000 c. Entre $50.001 y $100.000 d. Entre $100.001 y $150.000 e. Entre $150.001 y $200.000 f. Entre $200.001 y $250.000 g. Entre $250.001 y $300.000 h. Entre $300.001 y $350.000 i. Entre $350.001 y $400.000 j. Más de $400.000 k. NS-NC

Resumen de datos

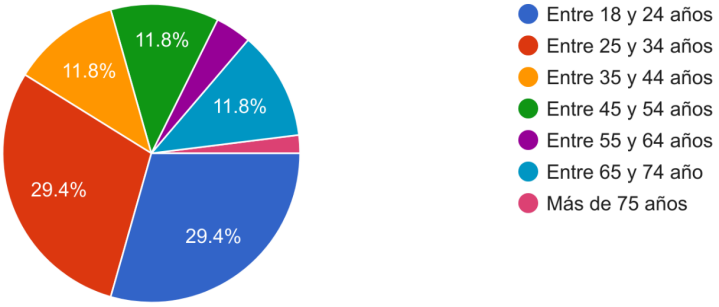
El objetivo de las encuestas fue recolectar información acerca del perfil de los turistas que visitaron Cafayate, Salta. Primeramente, se hicieron preguntas sociodemográficas, para ello se preguntó sobre el género, edad, lugar de residencia y ocupación.

Gráfico 2. *Resultados de la encuesta: ¿Con qué género se percibe?*



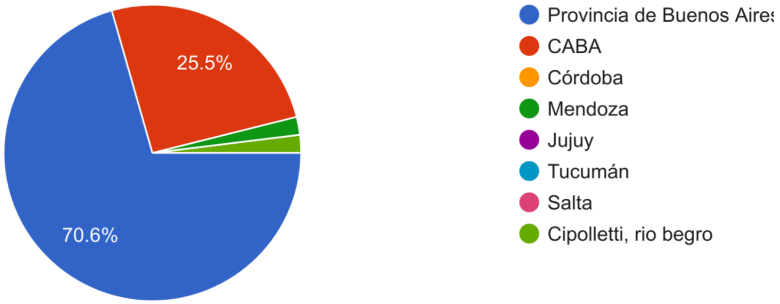
De acuerdo con los resultados arrojados por el instrumento de recolección, se obtuvo que un 62.7% pertenecen al género femenino y un 37.3% al género masculino (Gráfico 2).

Gráfico 3. *Resultados de la encuesta: ¿Qué edad tenía cuando viajo la última vez a Cafayate?*



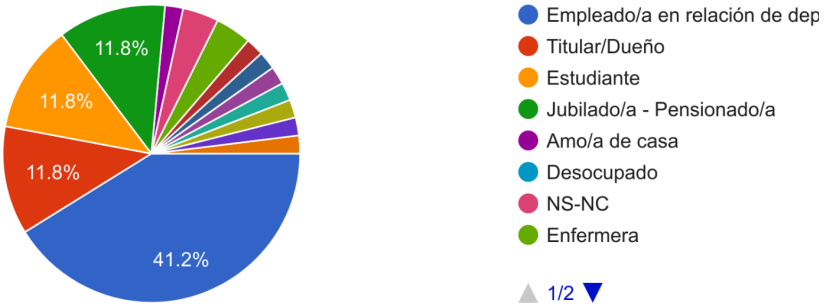
En cuanto a la pregunta sobre la edad que tenían cuando viajaron por última vez a Cafayate (Gráfico 3), se obtuvo un 29.4% para los rangos de edad entre 18 y 24 años y entre 25 y 34 años, en tercer lugar, un 11.8% para los rangos de 35 y 44 años, de 45 y 54 años y de 65 y 74 años, seguido de un 3.9% entre 55 y 64 años, y un 2% para el rango de más de 75 años.

Gráfico 4. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál es su lugar de residencia?*



En una tercera instancia, se obtuvo que el 70.6% de los turistas provienen tanto de Provincia de Buenos Aires, el 25.5% de CABA, y un 2% de Mendoza y de Cipolletti, Rio Negro. (Gráfico 4).

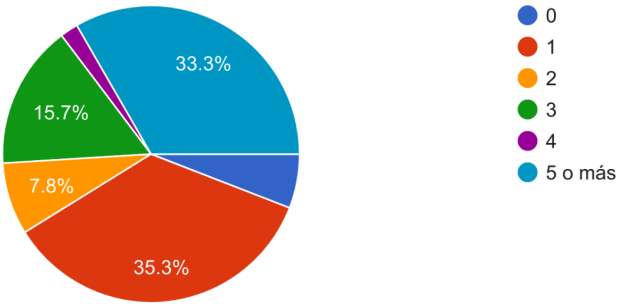
Gráfico 5. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál es su ocupación?*



Para concluir con la primera parte del análisis, en cuanto a la ocupación de los turistas, se obtuvieron los siguientes resultados: un 41.2% trabajan como empleados en relación de dependencia, un 11.8% son Titulares/Dueños, Estudiantes y jubilados - pensionados. Por último, se señaló con un 2% son amo/a de casa, monotributista, profesional, enfermera, docente, turismo, counselor, cantante, entre otros. (Gráfico 5).

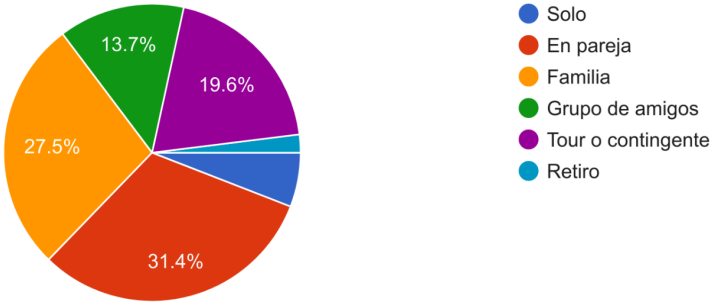
En segunda instancia, se realizaron preguntas acerca de su último viaje a Cafayate: con cuántas personas viajaron, el medio de transporte que utilizaron, el motivo del viaje, el tipo de alojamiento elegido y su nivel de satisfacción con el mismo, la modalidad de elección, cantidad de pernoctes, el gasto por persona en su estadía y el método de contratación del viaje. Además, se preguntó sobre la utilización del servicio de restauración y bodega, cantidad de veces utilizado, como también su nivel de satisfacción en ambos casos, y si el turista posee alguna discapacidad o viajó con alguien que la tenga, y el nivel de satisfacción con las instalaciones del alojamiento.

Gráfico 6. *Resultados de la encuesta: ¿Con cuántos acompañantes viajó a Cafayate?*



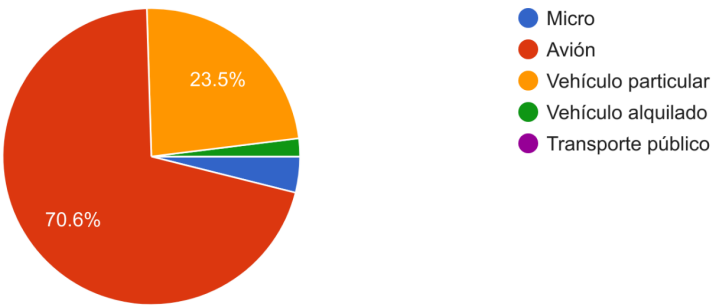
En cuanto a la cantidad de acompañantes, el 35,3% viajó con 1 acompañante, el 33,3% viajó con 5 acompañantes o más, el 15,7% realizó el viaje con 3 acompañantes, seguido de un 7,8% con 2 acompañantes, el 5,9% realizó el viaje solo y el 2% lo hizo con 4 acompañantes. (Gráfico 6)

Gráfico 7. *Resultados de la encuesta: ¿De qué forma viajo?*



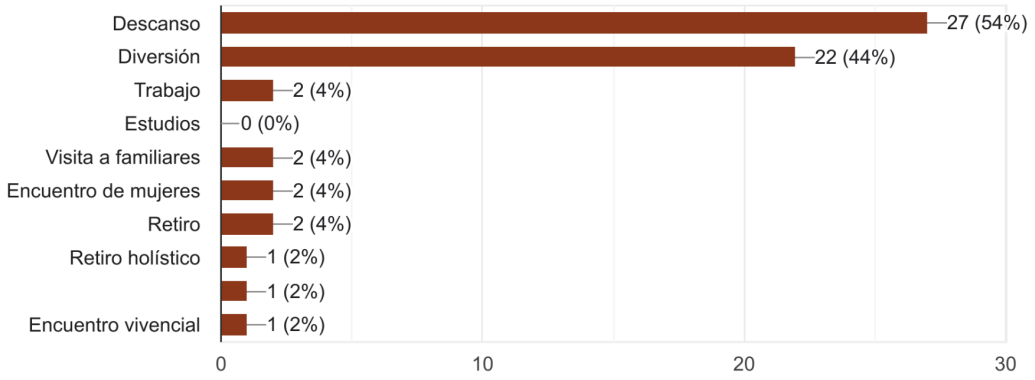
Siguiendo con el Gráfico 7, el 31,4% de los encuestados viajó en pareja, el 27,5% en familia, el 19,6% lo hizo con un tour o contingente, el 13,7% con grupo de amigos, el 5.9% señaló que viajó solo y un 2% para realizar un retiro.

Gráfico 8. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue el medio de transporte elegido?*



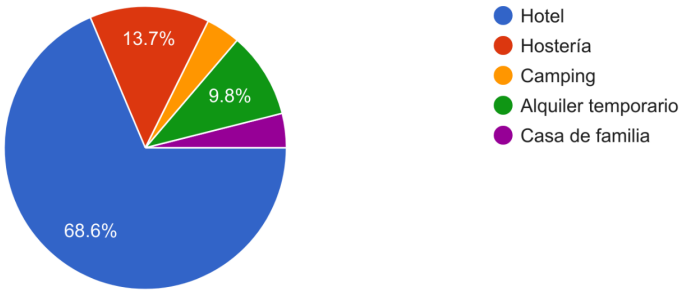
Para el caso del medio de transporte elegido, el 70.6% de los turistas optó por avión, el 23.5% en vehículo particular, el 3,9% en micro y, por último, el 2% en vehículo alquilado. (Gráfico 8)

Gráfico 9. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue el motivo del viaje a Cafayate?*



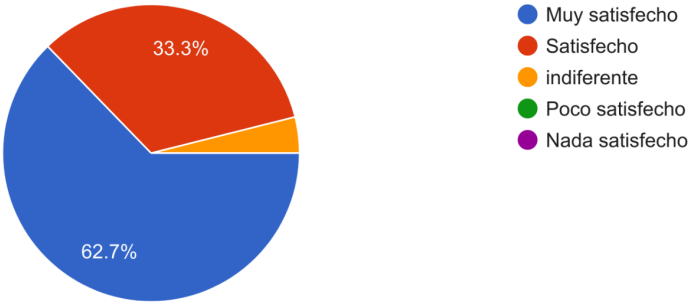
Respecto al motivo del viaje, el 54% fueron a descansar, el 44% buscaban diversión, el 4% fue por trabajo, visita a familiares, para un encuentro de mujeres y otros para un retiro. y por último un 2% viajó para un encuentro vivencial.

Gráfico 10. *Resultados de la encuesta: ¿Qué tipo de alojamiento eligió para su estadía?*



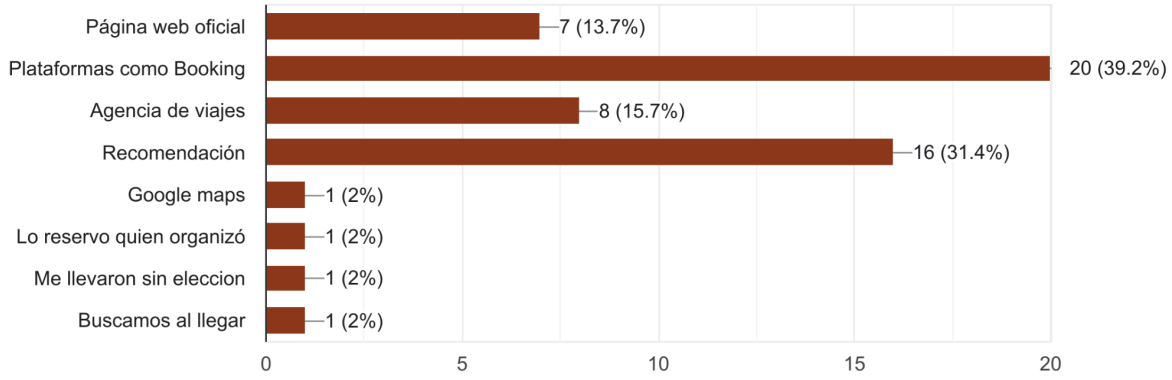
Para el Gráfico 10, tipo de alojamiento elegido, el 68,6% de los encuestados eligió el hotel como tipo de alojamiento para pernoctar, el 13,7% optó por hostería, el 9,8% se alojó en alquiler temporario y el 3,9% se alojó en casa de familia o camping.

Gráfico 11. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el alojamiento?*



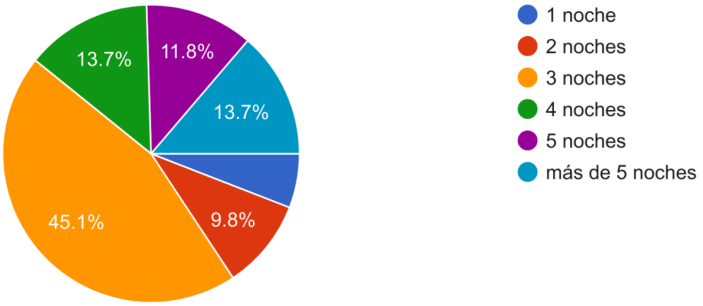
En relación al nivel de satisfacción (Gráfico 11), el 62,7% contestó que estuvieron muy satisfechos con el alojamiento elegido, el 33,3% satisfechos y en menor medida un 3,9% indiferente.

Gráfico 12. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue la modalidad de elección del alojamiento?*



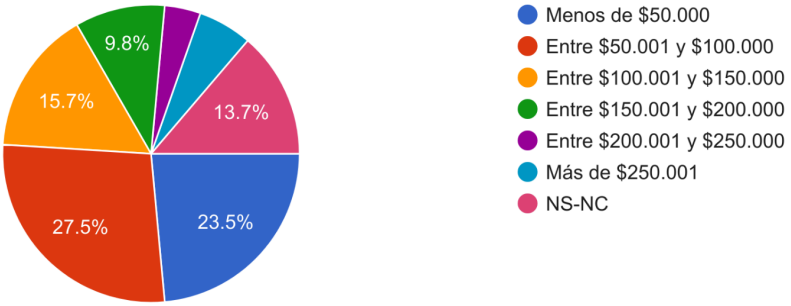
Además, el 39,2% eligieron alojamientos a través de plataformas como Booking, el 31,4% por recomendación, el 15,7% a través de Agencia de Viajes, seguido de un 13,7% el cual eligieron el alojamiento por la Página Web Oficial, mientras que un 2% lo realizó a través de Google Maps, a un turista lo llevaron sin elección, otro no tuvo participación ya que el alojamiento lo reservó la persona que organizó el viaje, y algunos buscaron alojamiento al llegar a Cafayate. (Gráfico 12).

Gráfico 13. *Resultados de la encuesta: ¿Cuántas noches se alojó?*



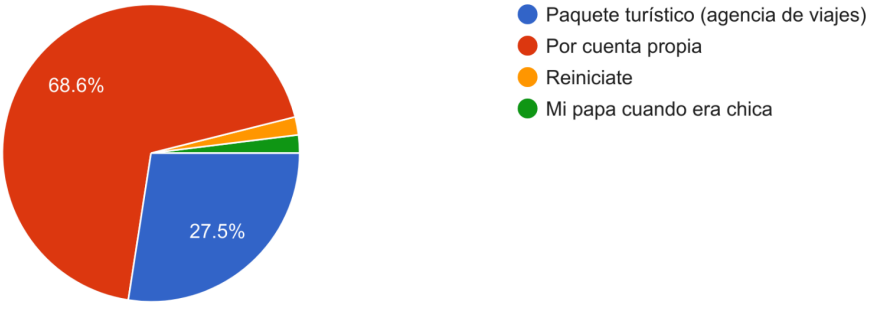
En el caso del número de pernoctes (Gráfico 13), el 45,1% se alojó durante 3 noches, el 13,7% pernoctó 4 noches y más de 5 noches, el 11,8% optó por alojarse 5 noches, y el 9,8% por 2 noches, seguido de un 5,9% que se alojó 1 noche.

Gráfico 14. *Resultados de la encuesta: ¿Cuánto gasto por persona en su estadía?*



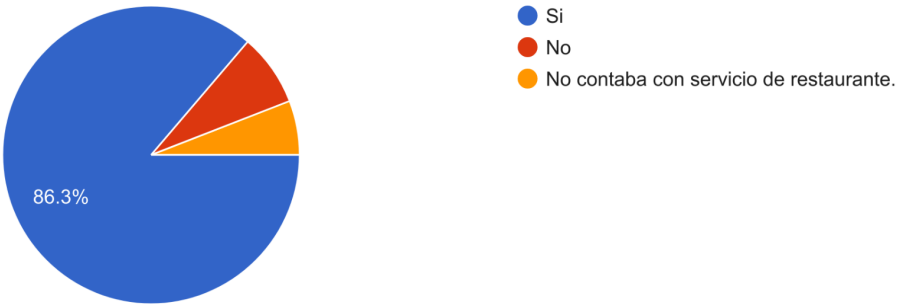
En relación al gasto por persona en su estadía, el 27,5% gastó entre $50.001 y $100.000, el 23,5% menos de $50.000, el 15,7% entre $100.001 y $150.000, el 13,7% NS-NC, el 9,8% gastó entre $150.001 y $200.000, el 5,9% gastó más de $250.001, y un 3,9% entre $200.001 y $250.000. (Gráfico 14)

Gráfico 15. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue el método de contratación de su viaje?*



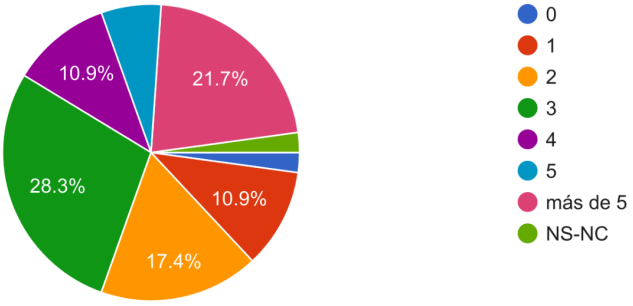
Para el caso del método de contratación del viaje (Gráfico 15), el 68,6% respondió que planificó su viaje por cuenta propia, el 27,5% de los encuestados optó por un paquete turístico, y el 2% pertenece a otros.

Gráfico 16. *Resultados de la encuesta: Durante su estadía, ¿utilizó el servicio de restaurante?*



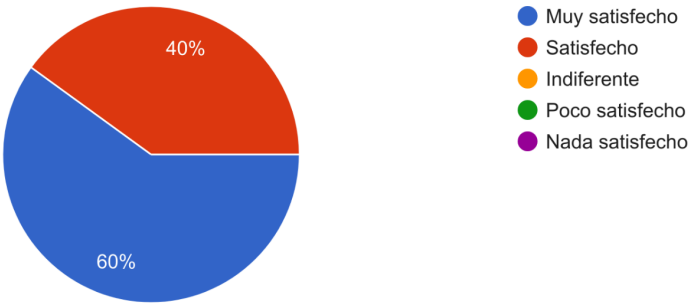
En el caso del servicio de restauración (Gráfico 16), el 83,3% lo utilizó, mientras que el 7,8% no lo utilizó, y el 5,9% indicó que el alojamiento no contaba con restaurante.

Gráfico 17. *Resultados de la encuesta: ¿Cuántas veces lo utilizo?*



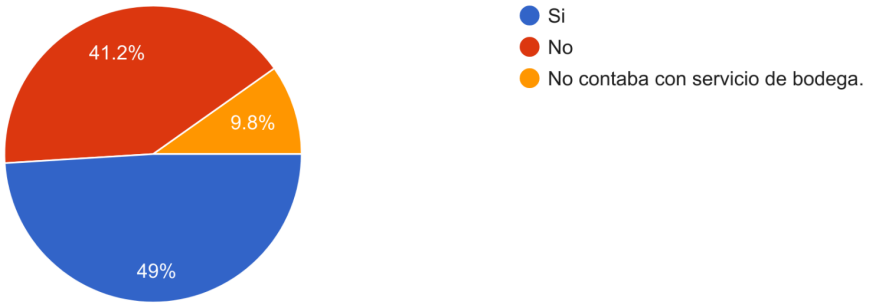
El 28,3% lo utilizó 3 veces, el 21,7% más de 5 veces, el 17,4% 2 veces, y un 10,9% 1 y 4 veces, el 6,5% lo utilizó 5 veces y el 2,2% no lo utilizó o NS-NC. (Gráfico 17).

Gráfico 18. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el servicio mencionado?*



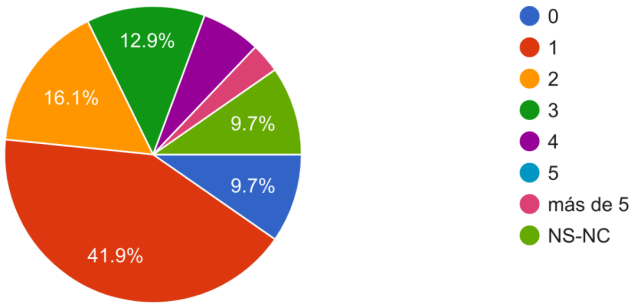
Por último, el nivel de satisfacción fue de un 60% de muy satisfecho y un 40% estuvo satisfecho (Gráfico 18).

Gráfico 19. *Resultados de la encuesta: Durante su estadía, ¿Utilizó el servicio de bodega?*



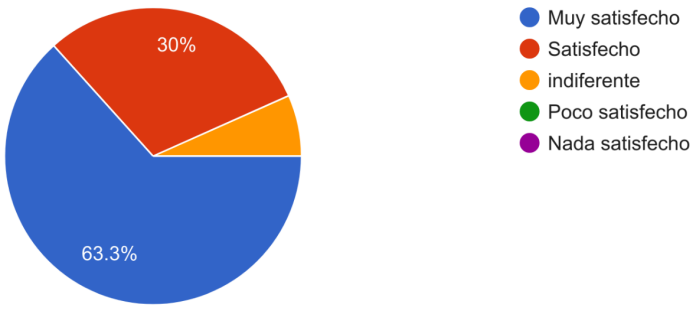
En relación al servicio de bodega (Gráfico 19), el 49% lo utilizó, el 41% no lo utilizó, y para el 9,8% el alojamiento no contaba con servicio de bodega.

Gráfico 20. *Resultados de la encuesta: ¿Cuántas veces los utilizo?*



El 41,9% lo utilizó 1 vez, el 16,1% 2 veces, un 12,9% lo utilizó 3 veces, y el 9,7% no lo utilizó. Por último, y en menor medida, el 6,5% consumió el servicio 4 veces y el 3,2% más de 5 veces. (Gráfico 20).

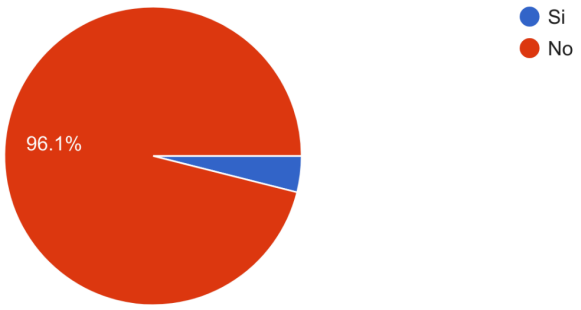
Gráfico 21. *Resultados de la encuesta:¿Cuál fue su nivel de satisfacción con el servicio mencionado?*



Por último, el nivel de satisfacción fue de un 63,3% de muy satisfecho, un 30% estuvo satisfecho, y un 6,7% indiferente(Gráfico 21).

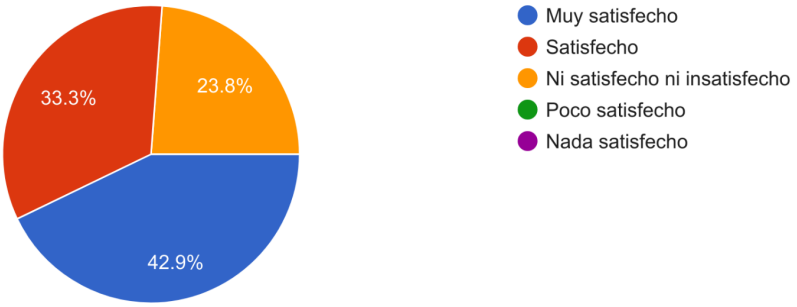
A su vez, se quiso indagar si los turistas que viajaron poseen algún tipo de discapacidad o viajaron con alguien que la tenga, a fin de saber si las instalaciones del alojamiento estaban adaptadas para ellos.

Gráfico 22. *Resultados de la encuesta: ¿Posee algún tipo de discapacidad o viajo con alguien que tenga alguna discapacidad?*



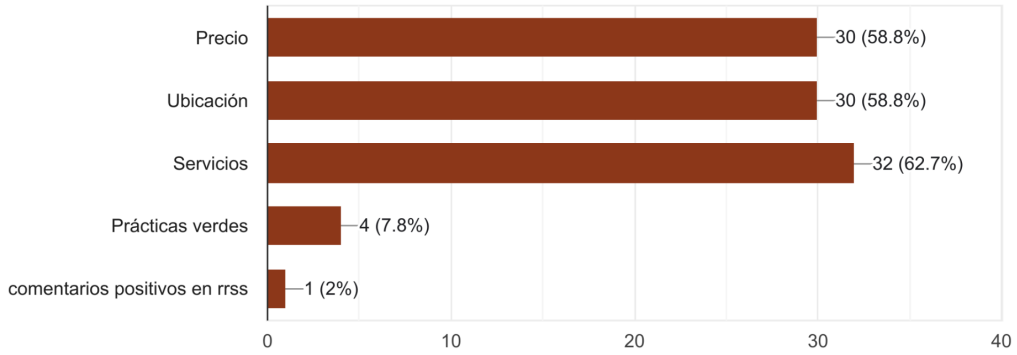
El 96,1% contestó qué no poseen alguna discapacidad, ni viajó con alguien con capacidades especiales, y el 3,9% que sí. (Gráfico 22)

Gráfico 23. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál fue su nivel de satisfacción con las instalaciones del alojamiento en relación a la pregunta anterior?*



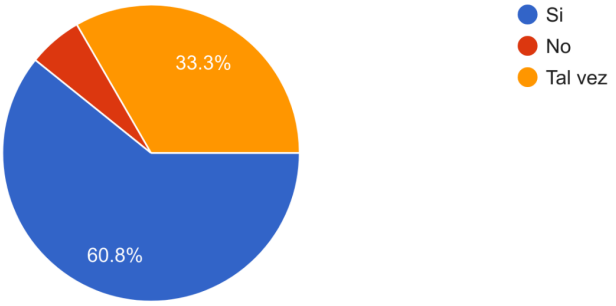
Para el nivel de satisfacción, por más que los encuestados no tuvieran alguna discapacidad, el 42,9% contestó que estaban muy satisfechos, el 33,3% satisfechos y el 23,8% ni satisfecho ni insatisfecho. (Gráfico 23)

Gráfico 24. *Resultados de la encuesta: ¿Qué valora más a la hora de elegir un alojamiento?*



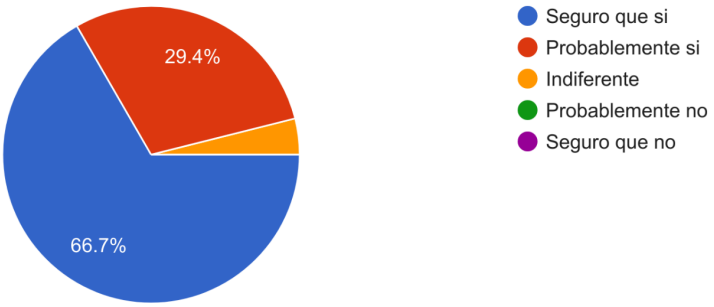
Por último, se preguntó qué valoran más a la hora de elegir un alojamiento, respondiendo el 62,7% que valoran más los servicios ofrecidos, el 58,9% la ubicación y el precio, el 7,8% que apliquen prácticas verdes, y el 2% valora los comentarios en redes sociales (Gráfico 24).

Gráfico 25. *Resultados de la encuesta: ¿Prioriza un alojamiento que fuera respetuoso con el medio ambiente y aplique prácticas verdes?*



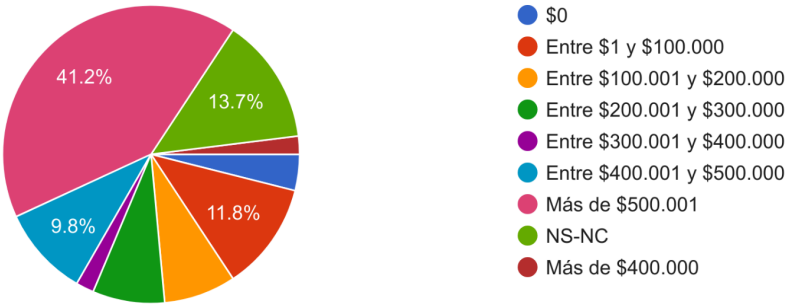
Se preguntó si priorizan un alojamiento que sea respetuoso con el medio ambiente, donde el 60,8% respondió que sí, el 33,3% tal vez, y el 5,9% no (Gráfico 25).

Gráfico 26. *Resultados de la encuesta: ¿Se alojaría en un Ecolodge rodeado de viñedos en Cafayate, Salta, que aplique prácticas sustentables, como la utilización de paneles solares, gestión de residuos y huerta propia, brinde servicio de restaurante y bodega, y además sus instalaciones estén adaptadas para personas con capacidades especiales?*



Además, se consultó si se alojaría en el ecolodge, se realizó una breve descripción del mismo, y el 66,7% respondió seguro que sí, el 29,4% probablemente sí, mientras que el 3,9% le es indiferente (Gráfico 26).

Gráfico 27. *Resultados de la encuesta: ¿Cuál es su nivel de ingreso?*



Para finalizar con el análisis de las encuestas, se le preguntó a los encuestados el nivel de ingreso, el 41,2% tiene un nivel de ingreso de más de $500.001, el 13,7% no quiso contestar y optó seleccionar NS-NC, el 11,8% señalaron el rango de entre $1 y $100.000, el 9,8% tiene un ingreso de entre $400.001 y $500.000. El 7,8% gana entre $100.001 y 300.000, quedando en menor medida el resto de los rangos. (Gráfico 27).

Fuente Secundaria

Se analizaron los anuarios y estadísticas turísticas de la Tasa de Ocupación Neta de Cafayate, entre los años 2013 y 2024, informes de temporada de verano, temporada de invierno, semana santa y anual. La información fue obtenida de la Página Oficial del Ministerio de Turismo y Deportes de Salta[24].

Datos:

- Temporada de verano: Enero - Febrero (se calculó un promedio entre los dos meses)
- Semana Santa: del 1 al 4 de Abril
- Temporada de invierno: 9 al 30 de Julio

Tabla 8. En el siguiente cuadro se muestra el porcentaje de la Tasa Neta de Ocupación por temporada y anualmente en Cafayate.

Temporada	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	Año 2024
Verano	55%	54%	58%	58%	52%	47%	63%	0%	57%	78%	54,90%	83,2%
Semana Santa	34%	40%	36%	36%	36%	34%	55%	0%	80%	97%	83,30%	81,8%
Invierno	57%	59%	64%	64%	60%	65%	77%	0%	68%	72%	84,80%	68.1%
Anual	40%	45%	43%	43%	39%	44%	55%	0%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos brindados por el Ministerio de Turismo y Deporte y la Secretaría de Turismo de Salta.

[24] Los datos fueron obtenidos de la siguiente página web: http://turismosalta.gov.ar/contenido/1776/resultados-estadisticos

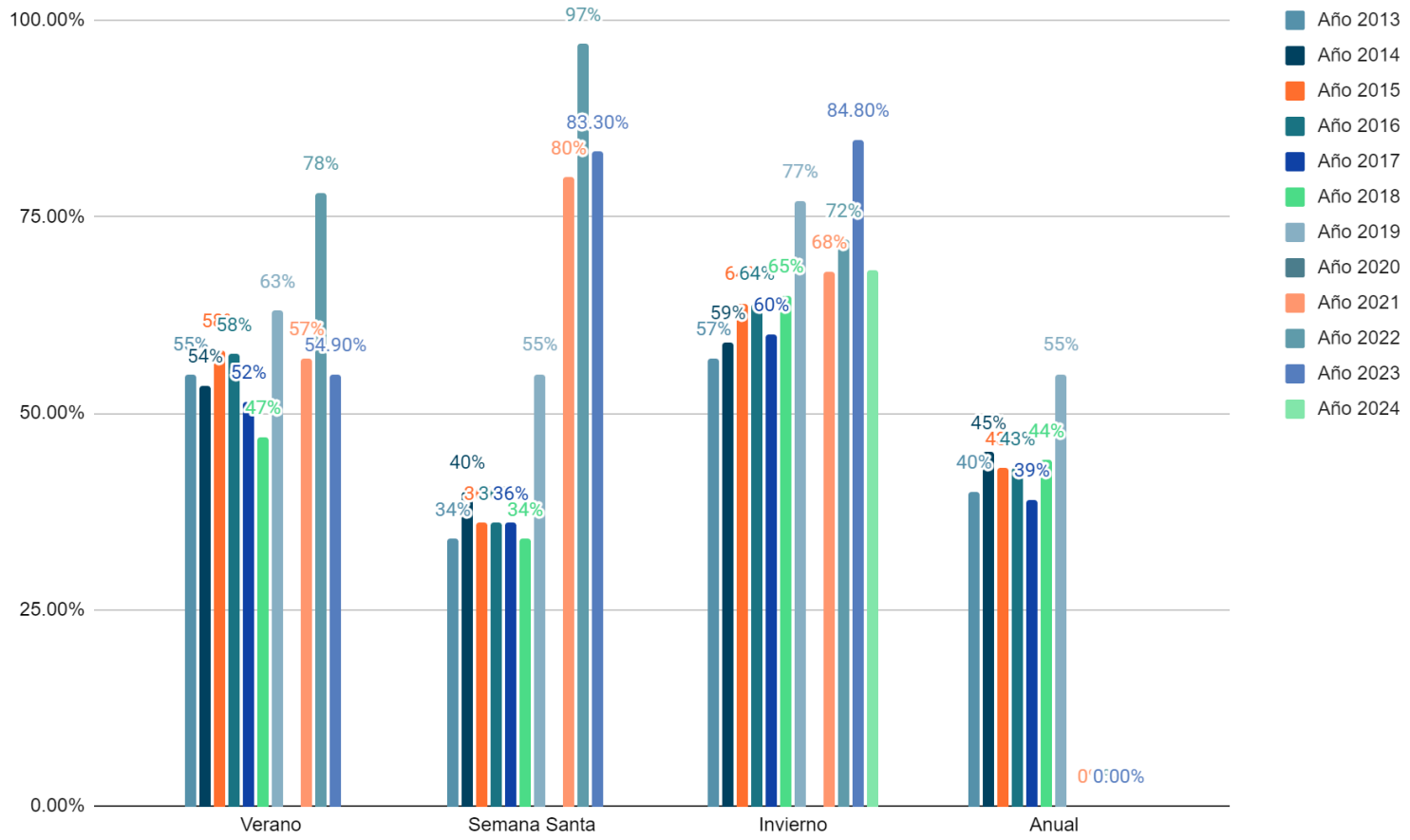


Gráfico 28. Gráfico comparativo de porcentajes de Tasa Neta de Ocupación por temporada y anualmente en Cafayate.
Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos brindados por el Ministerio de Turismo y Deporte y la Secretaría de Turismo de Salta.

Siguiendo con el Gráfico 28, se realizó un comparativo entre las tres temporadas de Cafayate, y el resultado anual en relación al periodo que comprende entre el 2013 y 2024.

En relación a la temporada de verano (Enero y Febrero), para el 2013 se obtuvo una tasa de ocupación del 55%, descendiendo en el 2014 a un 54% y luego subió y se mantuvo en 58% entre los años 2015 y 2016. En el 2017 tuvo un descenso del 6% con una tasa de ocupación de un 52%, hasta llegar a un 47% en 2018. Repuntó en 2019 con un 63%, posteriormente llegó la pandemia por lo que no se obtuvieron datos sobre el 2020 en todas las temporadas y el anual de ese año, para ascender nuevamente en 2021 a un 57%, un 78% en 2022, y volvió a descender en 2023 con un 54,9%. En 2024 subió a un 83,2% siendo el pico más alto en la Tasa de Ocupación para la temporada de verano.

Para el caso de Semana Santa, en 2013 se registró una tasa de ocupación de un 34%, ascendiendo a 40% en el 2014, y volviendo a descender y se estancó en un 36% entre el 2015 y el 2017. En 2018 bajó un 2%, y volvió a repuntar en 2019 con un 55%. Por la pandemia, en 2020 no se obtuvieron datos, pero para el 2021 llegó a una tasa de ocupación de un 80%, ascendiendo a un 97% siendo el pico, y descendiendo nuevamente para el 2023 con un 83,3% y en 2024 con un 81,8%.

Siguiendo con el análisis, la temporada de invierno comenzó con un 2013 en 57% de ocupación, siguiendo su ascenso hasta el 2017, que bajó a un 60%. Para el 2018 se registró un 65%, 2019 con un 77% , y nuevamente en 2020 con un 0% debido a la pandemia. Para finalizar en 2021 llegó a un 68% y siguió creciendo hasta el 2023 con un 84,8% de tasa de ocupación, siendo el pico de la temporada de invierno, ya que en 2024 descendió a un 68,1%.

Por último, se analizaron las tasas de ocupación netas anuales, obteniendo datos solamente para el periodo que comprende los años 2013 con un 40%, 2014 con un 45%, 2015 y 2016 se mantuvieron en un 43% y descendiendo en 2017 a un 39%. Luego volvió a repuntar para los años 2018 y 2019, llegando a este último a un 55% de tasa de ocupación anual. En el caso de los años 2020, 2021, 2022 y 2023, no se logró obtener datos.

Conclusión Estudio de Mercado

Luego de un análisis exhaustivo, se llegó a la siguiente conclusión sobre el estudio de mercado. Se comenzó con un relevamiento de la oferta hotelera: Cafayate cuenta con una amplia variedad de alojamientos, desde Apart-hoteles, Cabañas de 1, 2 y 3 estrellas, Hosterías de 1, 2 y 3 estrellas, Hoteles de 1, 2, 3 y 4 estrellas (Hoteles 5 estrellas no se encontraron), varios Hoteles Boutique y Residenciales A y B. A grandes rasgos, la mayoría de los alojamientos son Hoteles (incluidos los Hoteles Boutique), seguido de Residenciales, Hostales y en menor medida Cabañas y Apart-Hoteles.

A raíz de este análisis, se seleccionaron 13 alojamientos como competencia directa, los cuales cuentan con características similares al proyecto en cuestiones como: número reducido de habitaciones que oscila entre las 8 y 35 unidades habitacionales con servicios completos, y del total relevado, 8 cuentan con bodega y viñedos en sus predios, 9 ofrecen actividades, y solo 5 aplican alguna práctica verde.

Para finalizar el análisis de la oferta, en el caso de restauración y bodegas, Cafayate brinda una gran variedad gastronómica, se pueden encontrar cafés, bares, parrillas, pizzerías, restaurantes tradicionales, restaurantes de cocina gourmet, y 12 fincas con bodegas, 8 de estas cuentan con alojamiento en el predio.

Con respecto al análisis de la demanda, se realizaron encuestas (fuente primaria) y se obtuvo que el rango de edad de la demanda turística de Cafayate oscila entre los 18 y 34 años, en menor medida de 35 a 74 años, por lo que en su mayoría son turistas jóvenes de clase media, media-alta, empleados en relación de dependencia y en menor medida dueños o titulares de alguna empresa o emprendimiento y estudiantes, con un nivel de ingresos de más de $500,000.00.

En relación al viaje, los encuestados indicaron que fueron en pareja, con grupos de amigos y en familia, el medio de transporte seleccionado fue avión, y en menor medida optaron por realizarlo en vehículo particular. Su motivo del viaje fue descansar y divertirse. Con respecto a la elección del alojamiento, prefirieron alojarse en hoteles, entre 3 y 5 noches, con un gasto promedio de $150,000.00, número que se tomará de manera subjetiva puesto que en las encuestas no se especifica el año de la realización del viaje, si el periodo que comprende entre 2018 y 2024. Pero la inflación es un factor limitante, se puede suponer que la mayoría de los encuestados viajó pre pandemia, donde los precios eran menos elevados que en la actualidad, por lo tanto, el gasto promedio no es el mismo y tiene relación directa con dicho factor externo.

Por otro lado, el método de contratación del alojamiento fue por cuenta propia a través de plataformas como Booking, valorando principalmente los servicios ofrecidos, la ubicación del mismo y el precio. En menor medida, algunos encuestados prefirieron comprar un paquete turístico a través de una Agencia de Viajes. En su estadía, utilizaron los servicios de

restaurante y bodega, entre 1 y 5 veces aproximadamente. Con respecto a la pregunta si poseían algún tipo de discapacidad, la mayoría de los encuestados respondió que no, excepto una sola persona. A su vez, los encuestados respondieron que a la hora de elegir dónde alojarse, priorizan aquel alojamiento que aplique prácticas verdes, y que elegirían el Ecolodge.

En el caso del análisis de la demanda a partir de fuentes secundarias, se determinó que el año 2022 fue el mejor en relación a los demás, teniendo una temporada de verano de un 78% de tasa de ocupación, y una semana santa con un 97%, y para el caso de la temporada de invierno, el 2023 logró su punto máximo. La gran mayoría de los turistas optó por realizar su viaje en Semana Santa y en verano, y en menor medida en invierno, por lo que se buscará generar propuestas atractivas no solo para la temporada de verano, sino también intentar captar al segmento al que se apunta en temporada de invierno, como así en temporada baja, con nuevas experiencias.

Para finalizar, en general se detectó una falta de información y actualización de las Páginas Oficiales del Ministerio de Turismo de Salta, la Secretaría de Turismo de Salta y la Municipalidad de Cafayate, no solo en el Registro de Alojamientos Turísticos, el cual se encuentra desactualizado y no detalla la cantidad de plazas de cada establecimiento, sino también, con los escasos datos estadísticos que brindan, obteniendo únicamente información completa hasta el 2019. Luego de ese año, no existen datos estadísticos anuales, y tampoco información precisa sobre el flujo de turistas de la localidad, impidiendo de esta manera realizar un estudio en profundidad.

CAPÍTULO IV

Estudio de prefactibilidad técnico

Propuesta del proyecto de inversión

La prefactibilidad técnica es aquella que está vinculada a:

> La identificación de condicionantes de carácter técnico relacionados sobre todo con criterios de localización del proyecto, un apropiado diseño de los productos y servicios, las definiciones de ingeniería del proyecto, y en definitiva el necesario saber hacer para la gestión futura del proyecto (González, 2014, p.67).

A raíz del estudio de mercado realizado, se propone el siguiente diseño de servicio en base al segmento de mercado elegido.

Localización del terreno

La zona a emplazar el proyecto es una propiedad familiar de 20 hectáreas, con viñedo, bodega y laguna privada.
Publicación de venta → Terreno de 20 Ha en Venta - Cafayate, Salta - Zonaprop
Ubicación en Google Maps → Toqui - Bodega Hemsy

Se encuentra a 7.5 km de Cafayate, y a 2.8 km de la ruta provincial 68. El ingreso es por la ruta provincial 68 km 9. Ruta a Chimpa. El tamaño total del terreno es de 20 hectáreas, de 400 metros de frente y 500 de fondo.

Mapa 6. *Plano de ubicación del terreno*



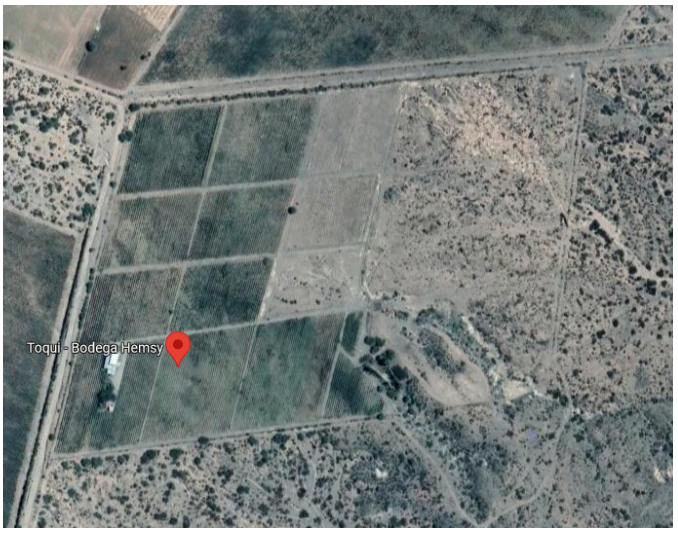
Fuente: Google Maps.

Mapa 7. *Distancia del centro de Cafayate*



Fuente: Google Maps.

Mapa 8. *Mapa satelital del terreno para el anteproyecto*



Fuente: Google Maps.

Como se puede apreciar en la imagen satelital, el terreno se encuentra distribuido de la siguiente manera: de izquierda a derecha se pueden ver 9 parcelas de viñedos perfectamente delimitadas, y en medio de una de las parcelas, la bodega Hemsy. Siguiendo hacia la derecha, se ubican 3 parcelas que no se encuentran funcionando actualmente, lugar para la construcción y emplazamiento del complejo de cabañas, seguido de una pendiente de 45º en serranía, y hacia abajo, un sector con arboleda donde se ubica la laguna natural privada.

Valor del terreno

La bodega inició como proyecto familiar en 2008, en 2021 la familia se dispuso comenzar nuevos rumbos, por lo cual la primera evaluación de valor se hizo en noviembre de dicho año, con una tasación de 1.450.000 USD. En 2023 la valuación realizada por el estado, y valorizaciones de mercado, dispuso un valor de **960.000 USD**, valor actual.

Los Aranceles se encuentran al día, certificaciones de SENASA, INV e impuestos al día. Escritura conformada por las 20 hectáreas, con único dueño, libre de gravámenes. Financiamiento hasta 3 años con anticipo del 50%.

Planimetría

Dispone un área de 14 hectáreas planas, 6 hectáreas de serranía que generan el punto más alto de la zona.

Viñedos

El terreno se encuentra conformado por 11.7 hectáreas de plantación:

Varietales cultivados:

- Malbec: 3.8 hectáreas
- Cabernet Sauvignon: 1.6 hectáreas.
- Cabernet Franc: 1.8 hectáreas.
- Petit Verdot: 3.8 hectáreas.
- Tannat: 4000 m2
- Torrontés: 8000 m2

Características:

- Edad de los cultivos entre 4 y 8 años.
- Usa bomba para el riego 1 vez cada 3 días
- Riego por goteo por pozo con capacidad 80.000 lts/h aprobado por recursos hídricos para consumo humano. Represa de riego por gravedad para cultivos por manto.
- Los cuadros disponen 4500 plantas por hectárea de cada varietal en promedio. Suelo de composición franco arenoso.
- Heliofanía dispone 330 días soleados en el año, y esta bodega dispone de 1 hr/día más de sol por su ubicación respecto a otras.

Bodega

www.bodegahemsy.com.ar

- Comprende 160 m2 cubiertos de bodega, sala de máquinas, cava y depósitos. Certificado INV al día.
- Capacidad máxima de elaboración de 40.000 litros
- Vino → marca TOQUI (se vende)
- Equipamiento → prensas, embotelladora, palet, tanques, barricas
- Enólogo 34 años Facundo

Los productos se distribuyen según sus segmentos a diferentes puntos del país bajo la marca Toqui. Se encuentran posicionados en el mercado local y nacional. Se enviaron pallets a Francia, Ecuador y Paraguay. La venta de la bodega incluye la patente y certificaciones comerciales.

Potencialidad de la bodega

A fines turísticos presenta un alto potencial, sus serranías en altura sobre los viñedos presentan vistas de los valles en todos sus ángulos. La baja contaminación visual tanto diurna como nocturna permite amplitudes de vista únicas. A fines productivos presenta grandes posibilidades de aumentar su producción, y capacidad por la cantidad de m2 libres de viñas o infraestructura.

La Bodega Hemsy, que se encuentra emplazada en el terreno, es un emprendimiento que lleva el apellido de la familia y nació en 2007, con los primeros cultivos de Malbec, Cabernet Sauvignon y Torrontés. Actualmente suma Cabernet Franc y Petit Verdot; y el cultivo de los viñedos es totalmente orgánico, fertilizado con humus de lombriz propio.

En 2010 se construyó la bodega y ese mismo año se inició la elaboración propia de las cepas, lanzando la marca TOQUI en el 2012.

Galpón

Sus medidas son de 15 x 40 y posee una casa de cata con una cava debajo.

Atractivos propios

- Laguna privada
- Plantación de álamos y pinos en la parte de mayor altura;
- Doble de altura en la parte más lejana a los viñedos;
- Vistas panorámicas a las sierras del terreno;
- Proximidad a Los Médanos;
- Vista a Los Colorados.

Accesos

A 2.8 km desde RN40 con camino consolidado, a 9 km de Cafayate. El estado del camino de ingreso es bueno todo el año, con mantenimiento mensual de Vialidad de la provincia.
170 Km desde el Aeropuerto Internacional General Martín Miguel de Güemes

Servicios con los que cuenta

- Agua
- Red de agua corriente + Pozo de 100 mts, 50000 litros por hora con bomba
- Comunicaciones
- WIFI + señal de teléfono
- Electricidad
- Cuenta con red eléctrica disponible

Legales del terreno

- Terreno con matrícula, venta directa de los dueños.
- INV al día para certificar los vinos producidos.
- La bodega se vende con proveedores y cartera de clientes.
- Agua con certificado actualizado para consumo.

FOS: 0.3
FOT: 6.011,00 m2

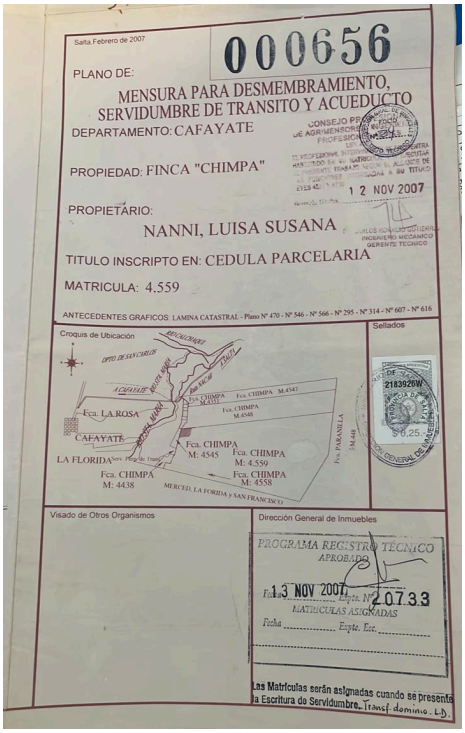
Según el Plan de Desarrollo Urbano - Ambiental[25] Para el Municipio de Cafayate, Ordenanza N° 17/15 del Consejo Deliberante de Cafayate, el alojamiento entra en la categoría de ZONA RURAL.

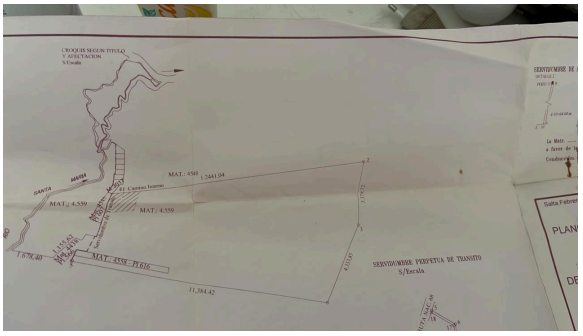
Con respecto al FOS y FOT, al momento de solicitar información con la inmobiliaria sobre el terreno, solo pudieron brindar la cantidad de metros cuadrados libres para construir, es decir 6.011,00 m2. En el caso del FOS se recurrió a la Normativa Edilicia de Cafayate:

Según el Art. N° 9. de la Normativa Edilicia[26] de Cafayate, Área Central. Altura máxima de edificación: *"En caso de que el inmueble se encuentre vecino a un terreno baldío o sin construcción, la altura de edificación que se toma es de 7.00 m. de altura (planta baja y una planta alta)",* por lo que, tanto la planta baja como planta alta tendrán una altura de 3,5 mts.

[25] Plan de Desarrollo Urbano-Ambiental Municipalidad de Cafayate, Salta.
https://www.colarqsalta.org.ar/public/descargas/contenidos/archivos/Plan%20de%20desarrollo%20urbano...pdf
[26] Normativa Edilicia de Cafayate
https://www.colarqsalta.org.ar/contenidos/normativa-4/normativa-edilicia-cafayate-29

Fotos de los papeles y de la estructura de la bodega Hemsy brindadas por la inmobiliaria.





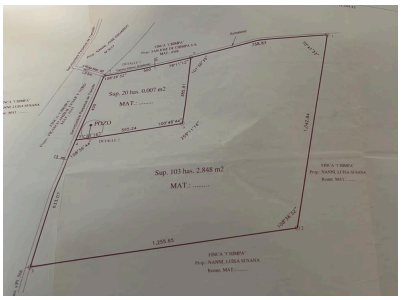


Foto de la Bodega Toqui ubicada dentro del terreno brindada por la inmobiliaria.



Imágenes del terreno, viñedos y laguna artificial brindadas por la inmobiliaria.







Segmento del mercado objetivo

El segmento de mercado objetivo surge del estudio de mercado, el cual se definió como turistas de clase media, media-alta, nacionales e internacionales, grupos familiares, parejas y grupos de amigos, teniendo en cuenta a su vez, a personas con movilidad reducida. Dada la locación del Proyecto Hotelero es probable que sea de mayor atractivo para quienes posean vehículo particular, pero desde el Ecolodge se ofrecerá el servicio de traslado.

Cuadro 9. En el siguiente cuadro se detallan los segmentos de mercado objetivo y las características atractivas específicas pertenecientes a cada uno.

Segmento	Características atractivas específicas
Grupos Familiares	Familias de turistas que deseen alojarse en un espacio abierto, que cuente con conexión con la naturaleza y brinde espacio para recreación al aire libre para los menores de edad. El circuito contará con rampas y ascensor para fácil acceso con carritos de bebé, cunas/ catres para quienes lo necesiten y opciones de menú infantil en el restaurante.
Parejas	Comodidades y equipamiento interno del alojamiento, espacios privados para mayor comodidad. Y atenciones especiales para aquellos que celebren ocasiones especiales.
Grupos de amigos	El circuito cuenta con espacios y mobiliario fijo para picnics, en distintos puntos. Además, cuenta con elementos especiales para la comodidad de los huéspedes alrededor de la laguna, tales como fogones y otomanas.
Personas con movilidad reducida	Para todos aquellos que lo requieran así, el circuito contará con lodges especialmente diseñados, con las acomodaciones especiales necesarias, además de las reglamentarias. El circuito en su totalidad tendrá detalles pensados en su mayor confort durante la estadía.

Perfil de clientes – Criterio psicográfico

Algunos intereses en común:

- Interesados en viñedos y productos vinícolas;
- Viajeros al norte que van para conocer la provincia, o la región;
- Turistas que busquen un alojamiento al aire libre, la conexión con la naturaleza y que deseen un establecimiento con comodidades de un hotel 5 estrellas.
- Turistas que busquen un alojamiento de estilo campings o glampings, pero con comodidades o servicios propios de un alojamiento de lujo;
- Interesados en alojamientos sustentables y/o ecológicos, que respeten la conexión con la naturaleza de manera consciente y trabajen activamente para ello.

La Usina de Cafayate Wine Ecolodge

Isologotipo



Fuente: Elaboración propia.

El ecolodge es un circuito de alojamiento con lodges de lujo, viñedos propios y bodega emplazada en el mismo lugar. Es un alojamiento respetuoso con el medioambiente e integrado en la naturaleza, alejado de la zona urbana.

El producto principal del circuito son los distintos modelos de lodges que se adecúan a cada segmento de mercado al que se apunta, ya sea familias, grupos de amigos, parejas y/o personas con necesidades especiales, con el fin de brindar un servicio más personalizado. Pueden ser en base doble o cuádruple. Las unidades están completamente equipadas; cuentan con servicios de electricidad, agua, equipo de aire acondicionado frío/calor, baño privado, además de artefactos de cocina y equipamiento para cubrir las necesidades y brindar una mayor comodidad para la estadía de los clientes. Además, cuentan con terraza privada con vistas a las sierras de Cafayate y/o los viñedos del circuito, como así también sectores recreativos diseñados para cada segmento.

El servicio de recepción se encuentra en la Casona, donde, a su vez, se ubica el restaurante en el primer piso. También se ofrece servicio de Bar y Spa junto a la laguna privada. El amoblamiento y decoración tanto de los Lodge como de la Casona, Bar y Spa se basa en artículos autóctonos y de elaboración artesanal, con el fin de resaltar el legado regional y de fortalecer el compromiso con la sostenibilidad.

Instalaciones de Servicios Generales

Los servicios disponibles en el circuito son agua corriente y electricidad para todos los Lodge, la Casona, el Bar y el Spa; y en el caso del restaurante y bar se contará con instalación de gas envasado.

Servicio de Agua

El terreno cuenta con bombas de alimentación para el riego de todo el circuito, red de agua para abastecer cada unidad funcional.
Además, se instalará un sistema de recolección agua de lluvias, y se hará el correspondiente tratamiento de aguas grises para alimentar riego y baños. Reductores de consumo de agua que permiten una reducción de hasta un 50%, aplicado en inodoros, canillas y duchas;

Servicio de Energía Eléctrica

El terreno cuenta con red eléctrica, para abastecer todo el circuito. Además, serán instaladas placas fotovoltaicas para agua caliente y ahorro de energía, se complementará con una conexión a la reserva de electricidad.

Servicio de Calefacción y Refrigeración

Para la calefacción y refrigeración habrá equipos de aire acondicionado individual en cada unidad.

Accesibilidad

Serán tomados en cuenta todos los parámetros necesarios para discapacitados, personas con deficiencias motrices, minusválidos y embarazadas:

Casa Central

- Escritorio con altura adecuada para atender personas en silla de ruedas;
- Rampas en los accesos;
- Pasamanos;
- Baños de recepción con métrica adecuada para personas con movilidad reducida;
- Baños equipados con cambiadores para bebés;
- Ascensor en caso de hacer la casa central de dos plantas,
- Señalética, braille.

Comedor

- Espacio de circulación de una anchura de 120 cm y en zonas de giro espacio libre que permitan inscribir un círculo de 150 cm de diámetro;

- Mesas con espacio suficiente para acercarse cómodamente con la silla de ruedas;
- Armado de buffet de desayuno con altura apropiada para personas con silla de ruedas;

Habitaciones

- Amplitud en habitaciones para acceso en caso de silla de ruedas;
- Equipamiento adecuado en baño y comodidades de la habitación;
- Ventanas corredizas;
- Timbres para personas sordas de acuerdo a la necesidad del mismo.

Bodega

- Acondicionamiento de accesos mediante rampas, pasamanos y suelo anti deslizable;
- Camino accesible para sillas de ruedas.

Generales

- Rampas para el acceso a casa central y suelo no deslizable;
- Caminos de circulación entre la casa central y las cabañas habilitado para ruedas;
- Disponibilidad de mobiliario para bebés (cunas y sillas aptas);
- Carros para bebés
- Combis para movilidad reducida[27]

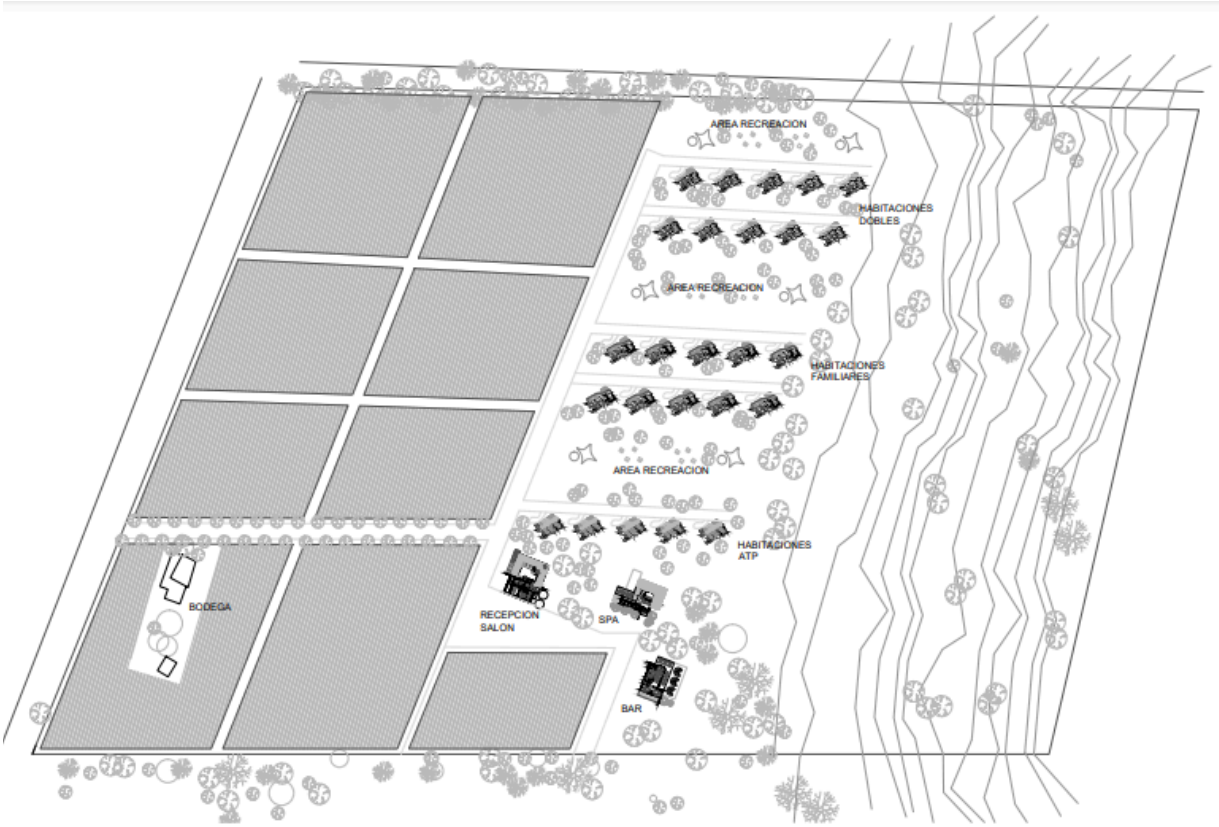
[27] Si bien el acceso actual tiene un tramo con camino de ripio, se realizará el trámite correspondiente con la Municipalidad para su pavimentación.

Planos del circuito hotelero

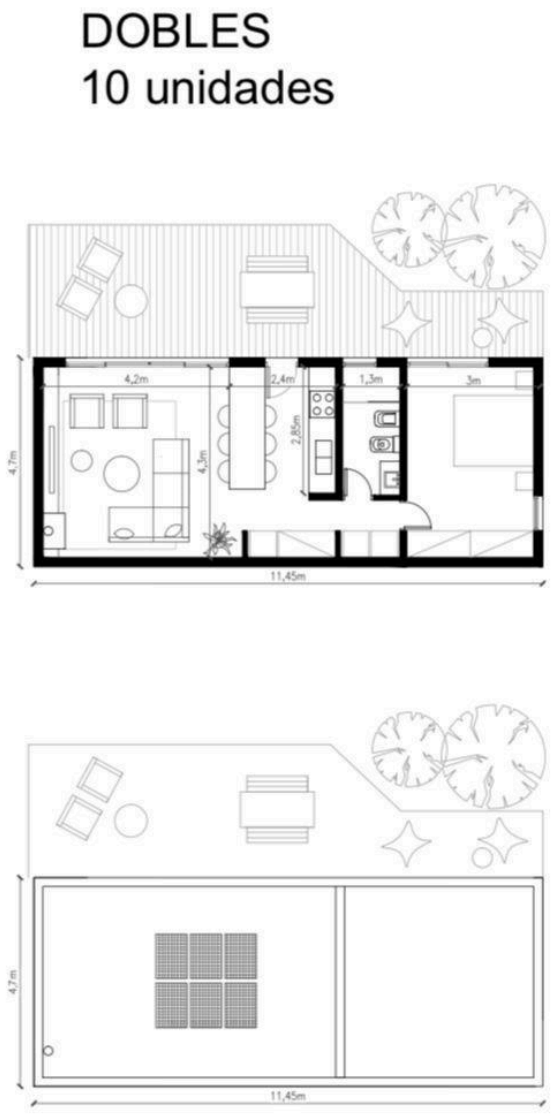
El circuito de alojamiento cuenta con 25 Lodges completamente equipados para las comodidades de los huéspedes:

- **Lodge en base doble:** para dos personas. 10 unidades
- **Lodge en base cuádruple:** para cuatro personas. 10 unidades
- **Lodge ATP:** aptas para todo público, estas poseen equipamiento adaptado para personas con movilidad reducida y capacidades especiales, como rampa para acceso a la unidad funcional, amplitud en habitaciones y áreas comunes para circulación en caso de silla de ruedas; equipamiento adecuado en baño y comodidades de la habitación; ventanas corredizas; timbres para personas sordas de acuerdo a la necesidad del mismo. 5 unidades.

Además, cuenta con una Casona, Bar y Spa junto a la laguna privada y bodega con viñedos.

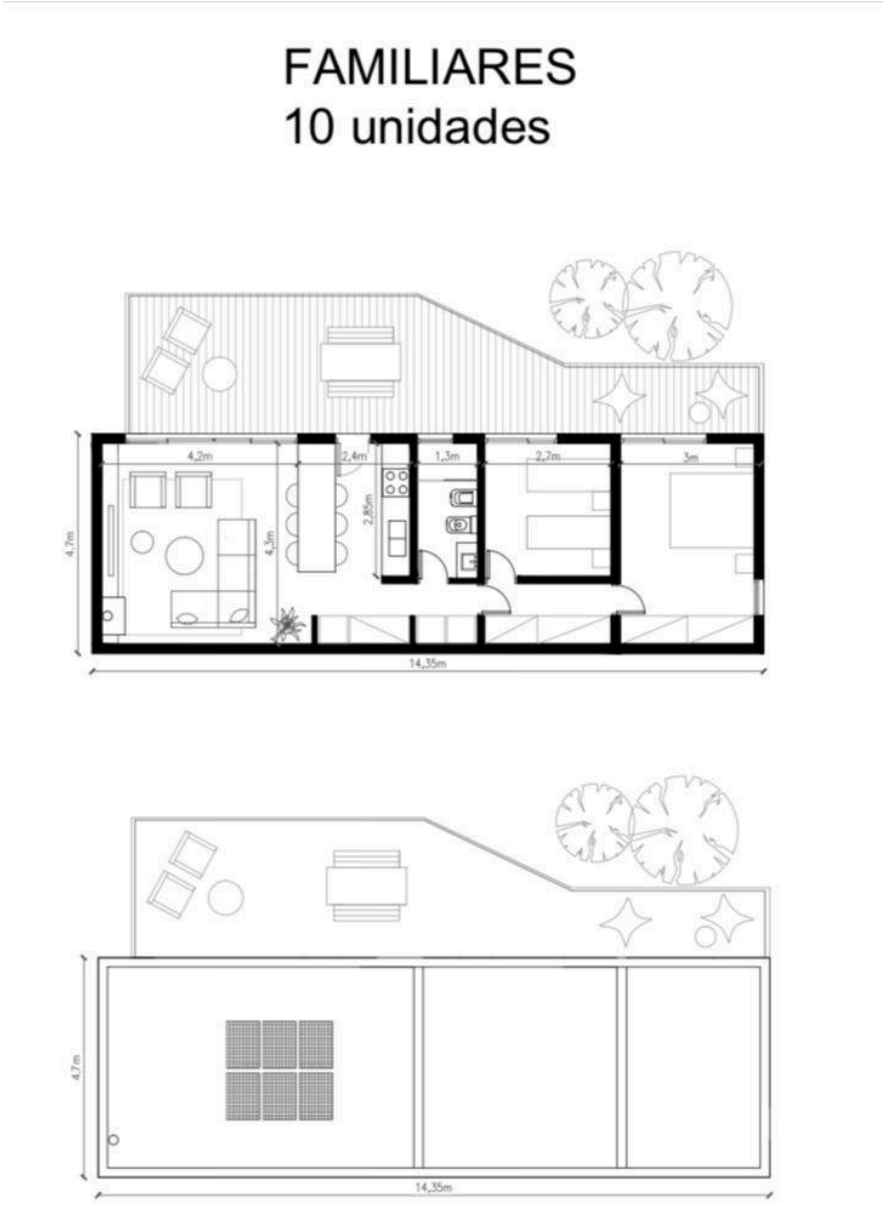


Plano cabañas en base doble



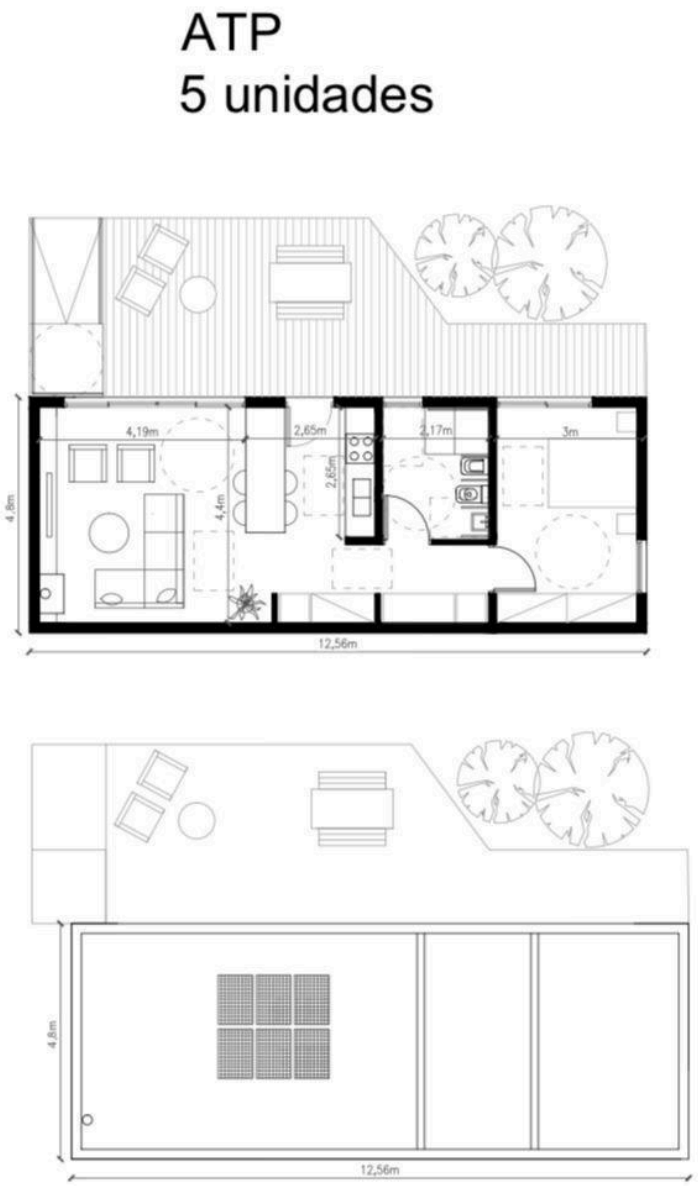
Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Plano cabañas en base cuádruple



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Planos cabañas ATP (Aptas para todo público).



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Ambientación de los Lodge

Estilo del living



Fuente: imagen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilos de cocina con barra



Fuente: imagen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilo de las habitaciones




Fuente: imagen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilo del baño



Fuente: imagen ilustrativa extraída de Pinterest.

Lodges

Disponibles en base doble, base cuádruple y equipados para personas con movilidad reducida.

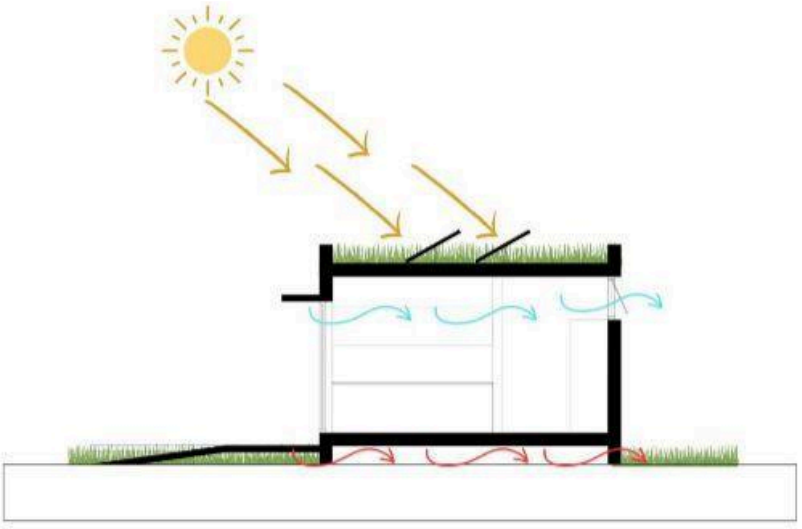
- Acceso con tarjeta magnética;
- Habitaciones:
  - Camas King en todas las unidades habitacionales
  - Camas individuales de 1 ½ plaza en lodges de base cuádruple
  - Armario en cada habitación.
  - Mesas de luz
  - Luz de cabecera
  - Cofre de seguridad
  - Juego de sábanas y cubre colchón, acolchado y frazadas, almohadones y almohadas.

    - Cuna/ catre (se solicita previamente cuando se realiza la reserva)
- Desayuno de campo en la habitación
    - El cliente deberá aclarar la franja horaria en el que desea que se le entregue el mismo, junto con las aclaraciones que crea convenientes.
    - **El desayuno incluye:** Variedad de cápsulas de Café Nespresso, mate o té, leche fresca, pan de campo, dulces artesanales, manteca de vaca o de cabra y quesos caseros, fiambres, huevos de campo (poché, revueltos, fritos u omelet), bollería tradicional, frutas, yogurt natural y cereales/granola.
- Baño privado: toallas y toallones, amenities orgánicos, secador de pelo, dispenser con shampoo y crema de enjuague, espejo;
- Equipamiento de cocina incluye: Bajo mesada con bacha, heladera, pava eléctrica, microondas, cafetera Nespresso, tostadora, anafe eléctrico, vajilla y cubertería completa, juego de ollas, juego de café. barra desayunadora con banquetas.
- **Equipamiento Sala de estar:** Televisor de 50” en la sala de estar, rack de tv, sillón 3 cuerpos, mesa ratona, puff, lámpara de pie.
- Wifi, teléfono, caja fuerte, detector de humo, alarma independiente con botón de ayuda y extintores en todas las habitaciones, luces exteriores con sensor de movimiento.
- Vista a las montañas;
- Terraza techada con sillones y hamaca con soporte;
- Amplitud en habitaciones para acceso en caso de silla de ruedas, así como equipamiento adecuado en baño, comodidades de la habitación y living comedor;
- Ventanas corredizas;
- Jardines verticales en un lateral de la cabaña y en el techo.
- Rampas para discapacitados en lodges ATP.
- Pet Friendly

Tabla 9. En la siguiente tabla se muestran los m2 para cada tipo de cabaña, la cantidad, las plazas y el total de plazas.

Tipo de Lodge	Dimensiones en m2	Cantidad	Plazas	Total de Plazas
Base Doble	54	10	2	20
Base cuádruple	67	10	4	40
ATP (Aptas Todo Público)	60	5	2	10
Totales		**25**		**70**

Arquitectura Bioclimática de los Lodge



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Estilo de los techos verdes con plantas autóctonas





PLANO CASONA



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata

Estilo de la Casona

Front Desk



Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

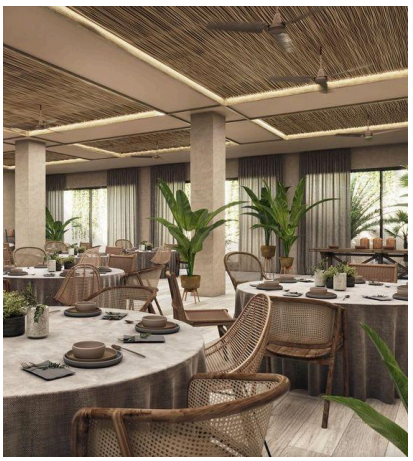
Lobby



Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilo del restaurante





Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilo de vajillas artesanales



Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

Estilo ambientación del exterior de la Casona



Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest

Casona servicios

Planta baja

Servicios De Recepción

- Servicios de conserjería
    - Coordinación de actividades dentro del circuito;
    - Asistencia para actividades externas al circuito;
    - Disponibilidad de información general del destino.
- Guarda equipaje, enchufes y adaptadores a disposición según se requiera;
- Cambio de moneda extranjera;
- Recepción 24 hs.

Primer piso

Servicio de Restaurant

Se realizará un convenio con restaurante de renombre, quien manejará la unidad de negocio a fin de reducir el personal y posicionar nuestra gastronomía con platos típicos de la zona y elaborados con productos locales, y platos internacionales. Capacidad para 48 personas.

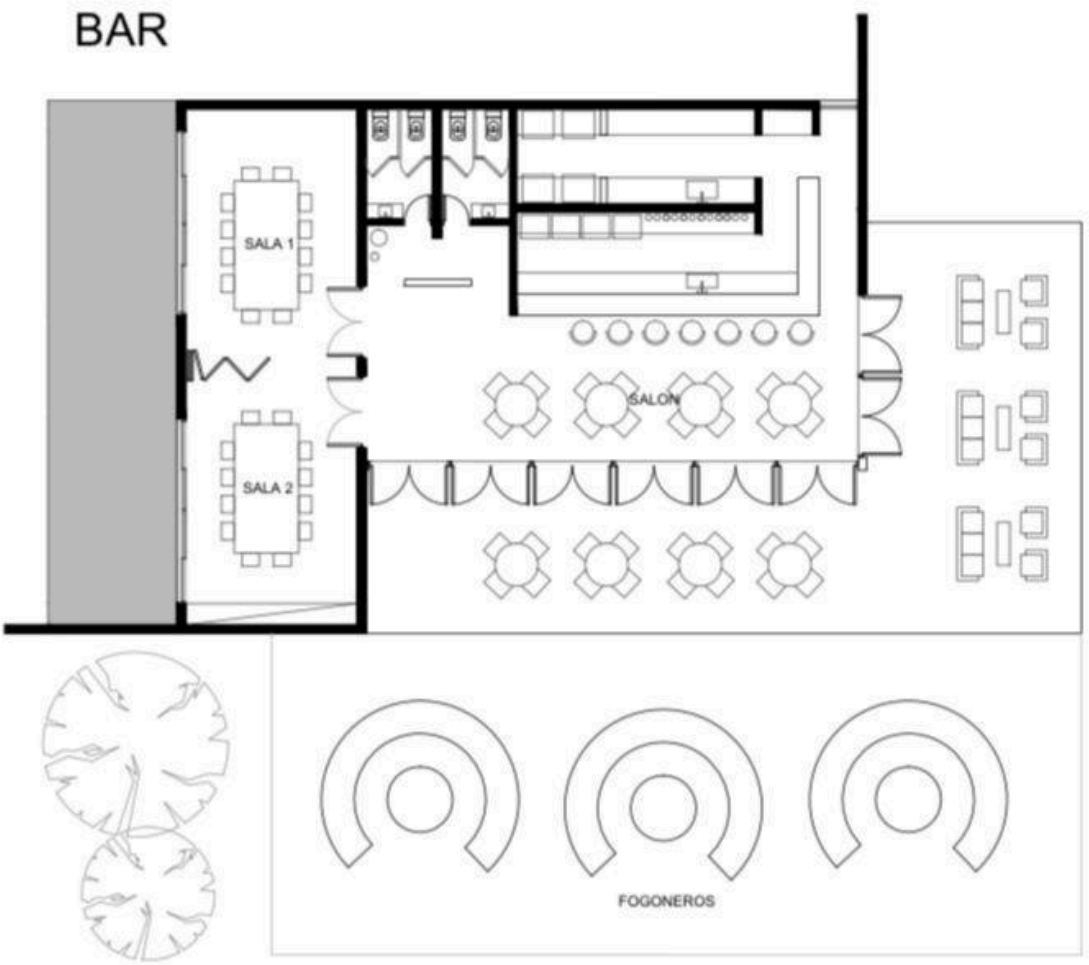
- Ascensor para acceso preferencial;
- Se ofrece servicio de almuerzo (12 a 17 HS) y cena (19 a 00hs)
- Menú adecuado a la estacionalidad y la obtención de cosecha propia;
- Disponibilidad de opciones apto celíacos, vegetarianos y veganos;
- Terraza con vista a las sierras.

Cuadro 10. En la siguiente tabla se muestran los m2 para cada tipo de cabaña, la cantidad, las plazas y el total de plazas.

Distribución Cabaña Central			
Planta Baja	**Dimensiones en metros cuadrados**	**Primer Piso**	**Dimensiones en metros cuadrados**
Lobby	86	Salón	120
Back Recepción	9	Recepción	5

Seguridad	9	Cocina	30
Concierge	9	Cámaras + CAVA	40
Housekeeping	25	Depósito	20
Oficinas Administrativas		Vestuarios del Personal	17
Baños	22	Baños	22
Ascensor + Montacarga + Escalera	12	Ascensor + Montacarga + Escalera	12
Maletero + Depósito general	21		
Área de personal	23		
Mantenimiento	28		
Circulaciones	31	Circulación	67
Total	**275**		**266**

PLANO BAR & SALONES DE EVENTO



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Estilo del Bar y exteriores



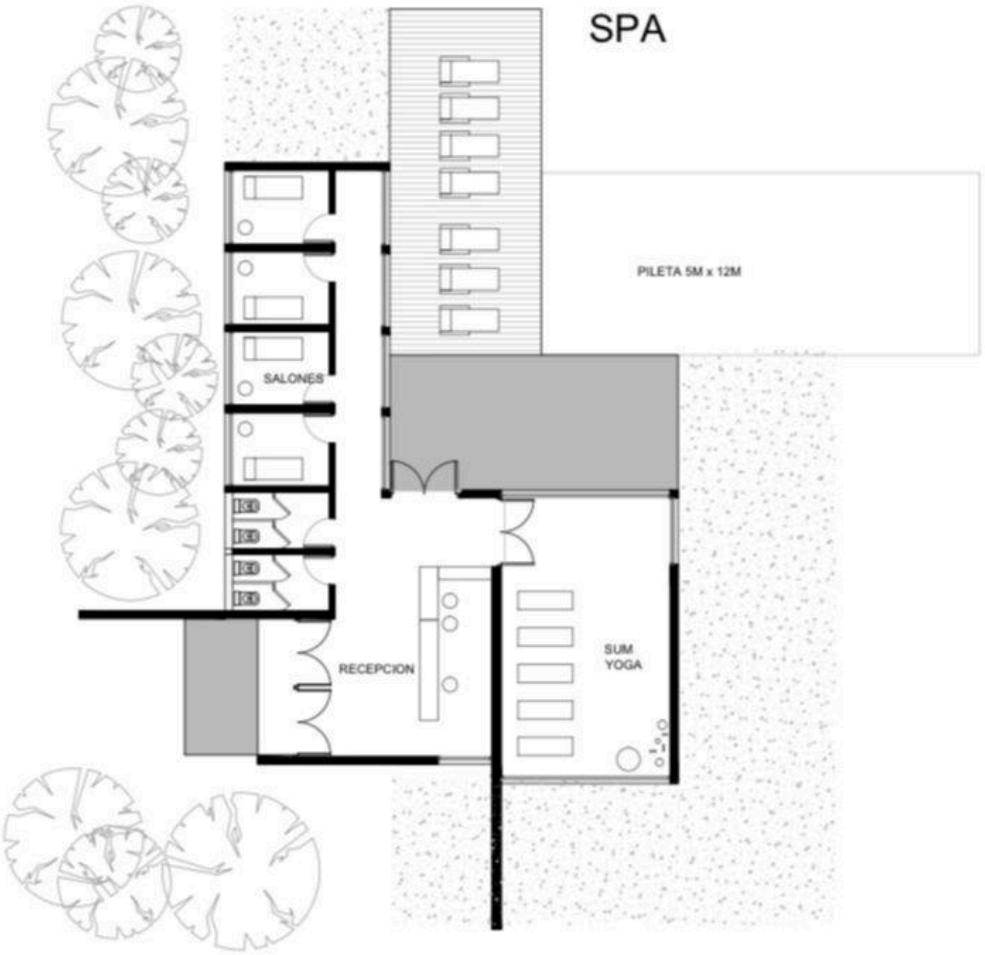
Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

Servicios Bar

El bar se encuentra ubicado frente a la laguna, tiene una terraza con sillones semicirculares y fogones y living con sillones y mesas ratonas. En el interior cuenta con mesas y sillas, y una barra con banquetas altas. Cuenta con dos salones para eventos y reuniones empresariales.

- Servicio de bebidas y finger foods frente a la laguna → se ofrecen jugos naturales, licuados, cócteles clásicos, tragos de autor y finger foods de 17 a 22 HS.

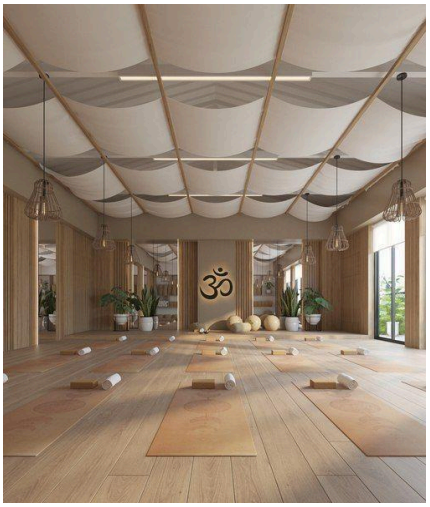
PLANO PISCINA & SPA



Fuente: Planos elaborados por la Arquitecta Ballesteros Victoria (profesional egresada de la Universidad Nacional de La Plata)

Estilo del Spa





Fuente: imágen ilustrativa extraída de Pinterest.

Servicios Spa & Piscina

El spa y la piscina se encuentran frente a la laguna al igual que el bar.

- Se ofrecen diversos tratamientos de spa y relajación con reserva previa de 8 hs a 20 hs.
- Clases de yoga al aire libre y en salón completamente equipado con los materiales necesarios.
- Solárium con reposeras y sombrillas, piscina climatizada al aire libre, con acceso de 10 a 20 HS;
- Servicio de guardavidas y servicio de toallas disponibles

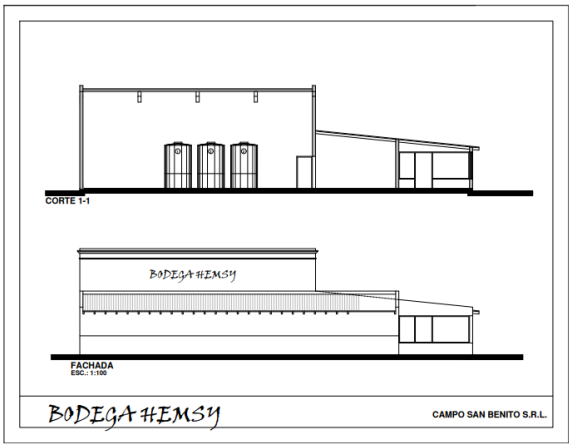
Tratamientos

- **Masajes (en pareja o para una persona)**
  - *Masaje descontracturante y relajante* (duración 45 minutos)
  - *Masaje con drenaje linfático manual* (duración 60 minutos)

- **Tratamientos faciales**
  - *Spa Facial Anti-age* (limpieza profunda con masajes faciales qué estimulan la absorción de productos con ácido hialurónico y antioxidantes / Duración 40 minutos).
  - *Spa Facial Detox* (limpieza profunda qué ayuda a eliminar células muertas y agentes de polución / Duración 40 minutos)
  - *Spa Facial Hidratante* (limpieza profunda qué restaura los signos de hidratación y sequedad de la piel / Duración 40 minutos)
- **Hidromasaje**

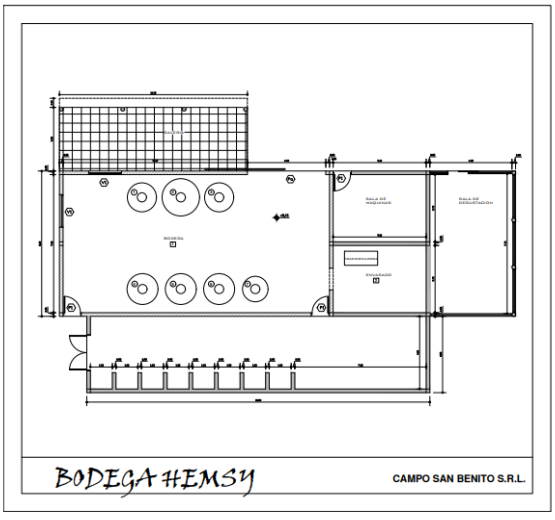
Bodega

Plano corte frente de la bodega Hemsy



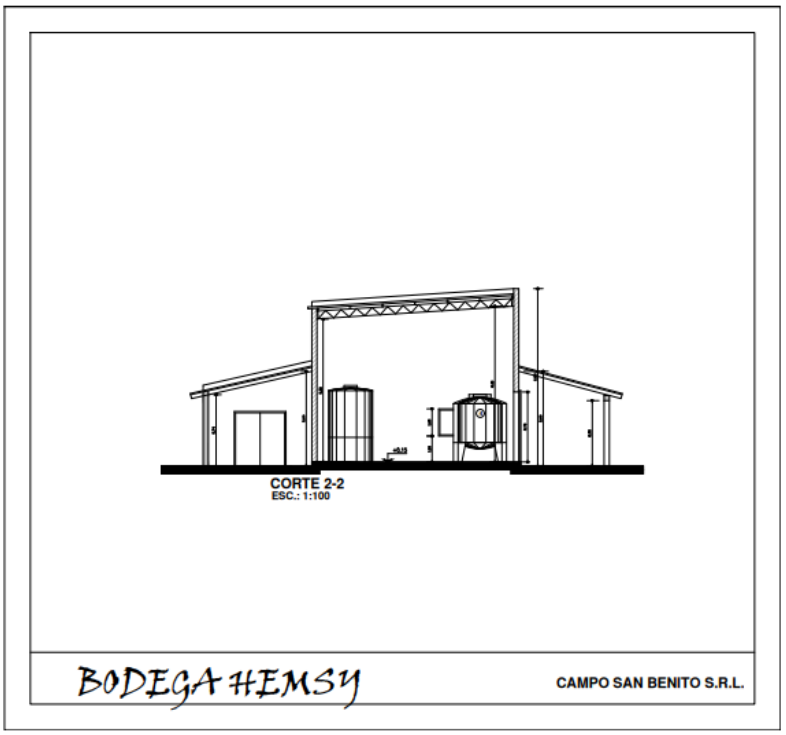
Fuente: Planos de la bodega brindados por la inmobiliaria.

Plano de la planta de la bodega Hemsy



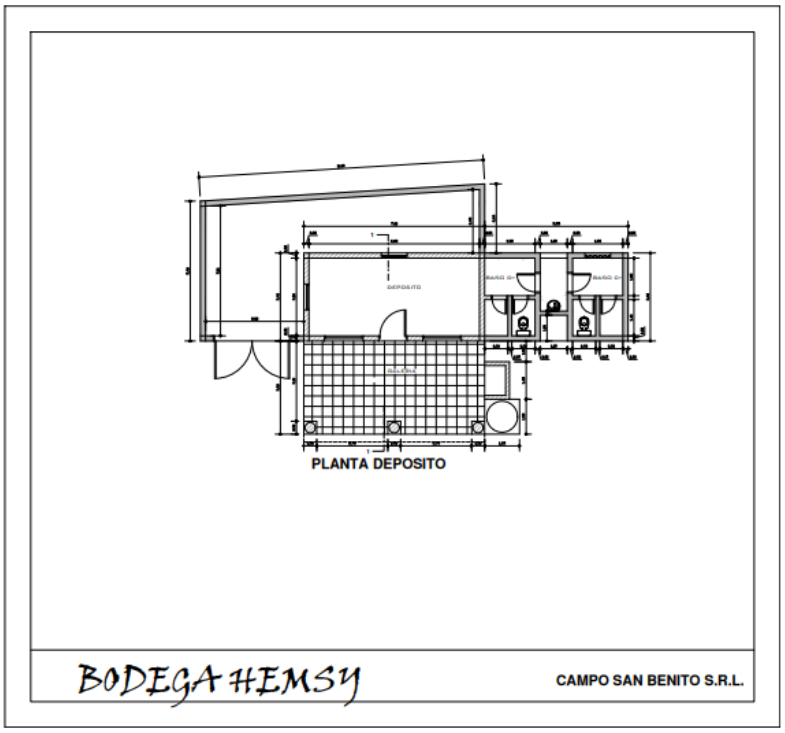
Fuente: Planos de la bodega brindados por la inmobiliaria

Plano corte del depósito de la bodega Hemsy



Fuente: Planos de la bodega brindados por la inmobiliaria

Plano del depósito de la bodega Hemsy



Fuente: Planos de la bodega brindados por la inmobiliaria

Servicios Bodega

Sitio web oficial: https://www.bodegahemsy.com.ar/

- **Tours disponibles con reserva previa, se ofrecen dos modalidades**
  - Modalidad 1 → recorrido guiado por los viñedos, charla de 10 minutos con el enólogo responsable y cata de 3 copas con maridaje;
  - Modalidad 2 → recorrido guiado por los viñedos y la bodega, charla de 10 minutos con el enólogo responsable y cata de 6 copas con maridaje.
  - Vendimia de altura en épocas de cosecha
  - Crea tu propio vino de la mano de nuestro enólogo.
  - Venta de vinos

Servicios Generales

- Traslados (a o desde el aeropuerto);
- Wifi dentro de todo el circuito;
- Espacios adaptados para personas con movilidad reducida;
- Cámaras de seguridad en exterior del alojamiento y en áreas comunes;
- Seguridad las 24 hs
  - Cámaras de seguridad en áreas comunes y personal de vigilancia activo las 24 hs.
- Acceso a los viñedos (previa coordinación);
- Parking gratuito

Servicios De Limpieza

- Servicio diario de limpieza;
- Servicio de planchado, tintorería y lavandería con costo adicional[28].

Otros servicios

- Se realizarán eventos especiales con invitados externos al ecolodge cada 15 días, sin necesidad de encontrarse alojados en el establecimiento; entre ellos se ofrecen:
  - Clases de cerámica y telar → cada 15 o 30 días con artesanos regionales;
  - Clases de cocina → en el restaurante propio, se ofrecen clases de platillos regionales con los productos de temporada y de cosecha propia;
  - Charlas de cuidado del medioambiente → charla con invitados externos y representantes del mismo establecimiento, con el fin de generar conciencia del cuidado del medioambiente y de mostrar nuestro compromiso se realiza un recorrido del invernadero propio.
- Espacios con mobiliario para comer al aire libre;
- Espacios de descanso y columpios al aire libre dentro del circuito;

[28] Servicio externo, brindado de manera especial y con demora de 24hs.

Arquitectura y sustentabilidad del Ecolodge

La palabra **sustentabilidad** refiere a la "capacidad de satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer los recursos y oportunidades para el crecimiento y desarrollo de las generaciones futuras" (UN)[29]

En este contexto, el proyecto se centra en 3 ejes: Ecológico, Económico y Social.

Eje Ecológico

- Aplicación de paneles solares.
- Gestión de residuos.
- Uso de recolectores de agua de lluvia.
- Reforestación de plantas autóctonas.
- Generación distribuida de energía renovable.
- Arquitectura biomimética y bioclimática.

Eje Económico

- Reducción de costos estructurales y operacionales.
- Utilización de materiales de bajo costo e impacto ambiental.

Eje Social

- Valoración de artesanos locales.
- Contratación de mano de obra directa y recursos humanos.

Arquitectura Biomimética

Teniendo en cuenta los valores organizacionales con respecto a la sustentabilidad, se buscó ir un paso más allá. Debido a esto, surge la idea de la arquitectura biomimética.

La biomímesis busca diseñar estructuras que imiten la forma, la función y los procesos de la naturaleza. Ahora bien, la nula existencia de alojamientos en Argentina con este tipo de arquitectura posiciona al ecolodge frente a una posibilidad de innovar.

Rammed Earth o Tapial: Construcción con tierra apisonada

Se indagó sobre la arquitectura biomimética y tipos de construcción que encajen a la perfección con el proyecto.

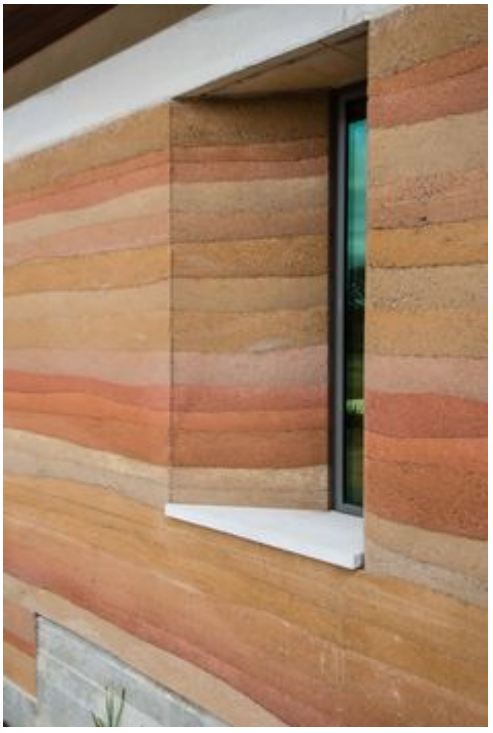
El tapial o también llamada construcción con tierra apisonada, es una técnica milenaria y una excelente alternativa de construcción sostenible, ya que reduce la huella ambiental utilizando materiales sostenibles y, al mismo tiempo, ofrece grandes ventajas.

[29] Definición brindada por las Naciones Unidas



Fuente: Imágenes ilustrativas sacadas de Pinterest.





Fuente: Imágenes ilustrativas sacadas de Pinterest.

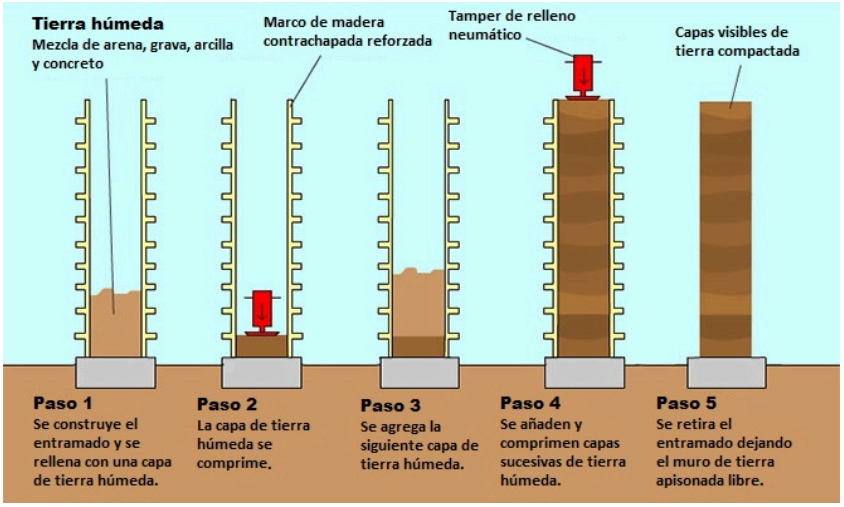




Fuente: Imágenes ilustrativas sacadas de Pinterest.

Proceso de construcción de muro con tierra apisonada[30]

Este tipo de construcción consiste en la elaboración de muros con tierra compactada a golpes con un tamper neumático en diferentes capas de entre 10 y 15 cm. Se utiliza un soporte, o encofrado de madera creando distintos estratos de tierra qué pueden estar compuestos por arena, grava, arcilla, agua y un estabilizador, el cual puede ser cal, o un estabilizador orgánico que se puede componer de fibras vegetales, fluidos animales o betún.



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de Solarpedia.

[30] https://www.solarpedia.info/bioconstruccion/casas-de-tierra-apisonada/



Fuente: Imagen extraída de la página oficial de Solarpedia.
https://www.solarpedia.info/bioconstruccion/casas-de-tierra-apisonada/

Ejemplos de este tipo de construcción son la Gran Muralla china, construida en gran parte con tapial y la Alhambra de Granada.

Características

El material principal es la tierra, y el costo de la misma es casi nulo. Como el terreno está ubicado en un área remota, este tipo de construcción permite reducir los costos de transporte de los materiales hacia el lugar. Además, la técnica de construcción es sencilla por lo que solo se necesitará de un constructor que esté experimentado para poder capacitar a la mano de obra, permitiendo de esta forma, contratar personas de la comunidad local, y crear puestos de trabajo. Esto permite reducir los costos de transporte y alojamiento de los trabajadores que provengan de otros lugares.

Este tipo de construcción tiene gran resistencia a la compresión, humedad, soporta vientos y lluvias fuertes, resisten al fuego y plagas, no requiere impermeabilización adicional. Además, permite ralentizar el paso del calor a través de las paredes entre 10 y 12 horas, el cual es liberado cuando la temperatura del exterior desciende. Esto es de gran importancia debido a que Cafayate posee una gran amplitud térmica entre el día y la noche. Las paredes actúan como aislante acústico, tanto interna como externamente.

A su vez, reduce en gran medida la huella de carbono y permite mimetizarse con el entorno de forma armoniosa y estética gracias a los tipos de tierra y los colores propios de esta, copiando formaciones naturales y dando una apariencia de estratificación horizontal, permitiendo a los huéspedes una conexión con la tierra y la naturaleza.

Otros materiales de construcción

Uso de materiales ecológicos y no perjudiciales para el medioambiente, entre ellos:

- Aplicación de paneles solares en los techos de las cabañas;
- Recolectores de agua de lluvia.

Compromiso Ecológico Sustentable

Es uno de los ideales del proyecto tener un compromiso sustentable también desde la consciencia alimenticia. Desde este punto, la idea es la construcción de un invernadero en el circuito, con jardines verticales creados con materiales reciclados.

El compromiso es utilizar las mismas cosechas en los platos ofrecidos en el restaurante y, así, aprovechar la estacionalidad de los frutos. El uso de plantas hidropónicas sería el pilar de los vegetales a utilizar. En el Anexo II se incluyen posibles aplicaciones para el proyecto en ideas de fotografías de torres. Se implementarán todos los cuidados necesarios con la laguna, antes, durante y posterior a la construcción del complejo.

Tipología del establecimiento y Régimen legal[31]

El proyecto hotelero será un Ecolodge ubicado en Cafayate, Salta. Basándonos en las Leyes N.º 18828 y Regulación de alojamientos turísticos (Art. 3º de la Ley N.º 4.701, BOCBA 4279 del 14/11/2013), la Ley Provincial N.º 5155 y su Decreto N.º 1125 sobre el Reglamento de alojamiento turístico en la Provincia de Salta, y la Resolución N°446 Art. 2, en el cual se modifica el Art. 9 del Decreto Reglamentario N.º 1.125/80, se clasificaría al Ecolodge como **Hotel Boutique.**

La Ley 18.828 establece que el establecimiento deberá cumplir con los Artículos N.º 1, 2, 4 y 6. De acuerdo con el Artículo N°6 y su vinculación a la Ley 17.752, no se utilizará la denominación "Internacional" o "de lujo", y en concordancia con el Artículo N.º 7 (Ley 18.828), la entrada principal tendrá el nombre del establecimiento y la clase asignada. Se contempla el Decreto 1818/76 que modifica a la Ley 18.828, y se toman en cuenta las condiciones correspondientes al artículo 17 de la misma.

Según el Art. 5 del Decreto N.º 1125[32], de las definiciones, se entiende por:

A. Hotel: Aquellos establecimientos con capacidad mínima de veinte (20) plazas en diez (10) habitaciones, en los cuales se presta al turista el servicio de alojamiento, sin perjuicio de los demás que para cada categoría se indiquen.

Continuando con la línea de legislación correspondiente, se tomará en cuenta todo artículo comprendido en la Ley 25.997, con especial atención en los títulos N.º 4 " Protección al turista" y N.º 5 "Turismo Social"[33].

Corresponde Ley 17.752 - Hoteles de Turismo Internacional dadas las intenciones del proyecto, queriendo gozar de las virtudes impositivas que se presentan en la misma. Siendo un plan futuro la inscripción para calificar como uno.

El proyecto hotelero estará reglamentado bajo el marco de la ley provincial N° 7045, de acuerdo al Capítulo I, Artículo 2; teniendo en cuenta sobre todo el Capítulo IV, títulos "Áreas Promovidas" y "Rutas" a favor del desarrollo de la infraestructura del lugar. Capítulo V "Prestadores e intermediarios de servicios turísticos"[34].

También se tendrán en cuenta las leyes Ley N.º 4.701, Ley Provincial N.º 5155 y su Decreto N.º 1125.

En la búsqueda se encontró la **Resolución en Mendoza N.º 292**, la cual permite la categoría de Lodge. Se adjunta la misma en el Anexo I.

[31] Véase las leyes en el Anexo 1
[32] Detalle incluido en el Anexo II
[33] Detalle del fragmento de Ley 25.997 incluido en el Anexo II.
[34] Ídem nota anterior.

Para el caso de Cafayate, esto no es aplicable a nuestra jurisdicción puesto que no existe dicha clasificación en Salta. De todas formas, se adaptó a lo que sí está indicado por ley para todas las habilitaciones.

Siguiendo con la clasificación del Ecolodge, véase el Art. 2 de la Resolución N°446, en el cual se modifica el Art. 9 del Decreto Reglamentario N.º 1.125/80, se incorpora como nueva categoría el Hotel Boutique, "el cual deberá brindar al turista el servicio de alojamiento con prestaciones equivalentes o superiores al de un hotel cuatro estrellas...", debiendo tener una capacidad mínima de 12 plazas en 6 habitaciones, con un máximo de 50 plazas en 25 habitaciones.

No obstante, **la Ley N° 18.828 fue derogada** el 21 de diciembre del 2023 bajo el Decreto de Necesidad y Urgencia 70/2023, Articulo N° 348[35]:

"Que, de igual modo, es menester derogar las Leyes N° 18.828 y N° 26.356 a los efectos de liberar la actividad de alojamientos turísticos de carácter privado y reducir su carga burocrática".

Repasando la misma, ésta obligaba a los establecimientos hoteleros a inscribirse en el Registro Hotelero Nacional para poder funcionar como tal, como así también, establecía las condiciones para obtener la clasificación de "alojamiento turístico" y prohibía el uso de las denominaciones "internacional" y "de lujo".

A raíz de su derogación, se elimina la obligación de los establecimientos de inscribirse en el registro, la posibilidad de obtener la clasificación de "alojamiento turístico", y permite ahora sí el uso de las denominaciones mencionadas anteriormente, para cualquier alojamiento, independientemente de si está inscripto o no.

Siguiendo con lo mencionado, no existiría ningún tipo de impedimento de clasificar a La Usina de Cafayate Wine Ecolodge como **Lodge** y no como Hotel Boutique, ya que las Leyes Provinciales estan sujetas a las Leyes Nacionales. Si bien esto beneficia al proyecto para poder clasificarlo como tal, tiene sus consecuencias, los turistas no podrán distinguir entre aquellos alojamientos que cumplen con los requisitos de calidad y los que no. Sin embargo, al día de la fecha[36] no se presentó ningún tipo de adhesión, ni reglamentación, ni normativa por parte del Gobierno de Salta a la derogación de la Ley 18.828.

Por lo tanto, se mantendrá la clasificación de Hotel Boutique, esperando que en un futuro cercano, la Provincia de Salta actualice su ley y permita la clasificación de Lodge.

[35] Decreto 70/2023 https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-70-2023-395521/texto https://dnu702023.web.app/348

[36] 8/10/2023 se consultó el Boletín Oficial de Salta

Habilitaciones y seguros

El servicio requiere habilitación de la Municipalidad de Cafayate para poder brindar hospedaje. Para poder obtenerla se debe cumplir con una serie de requisitos y documentación.

En cuanto a la habilitación bromatológica, en 2021 la gobernación de la provincia de Salta firmó con los 23 municipios de la provincia, convenios para aplicar una modificación del art.21 del Código Alimentario Argentino. Los carnets de Manipulador de Alimentos pasan de durar 3 años en vez de 1 año y son válidos en todo el territorio argentino. Antes solo era válido dentro de la municipalidad que lo había emitido. Se solicitará al inicio del proyecto.

Véase Ley Provincial N° 5155. Capítulo III. De las Habilitaciones y Registros en el Anexo I.

Requisitos para derecho a la construcción según ordenanza 29/99

Los requisitos para derecho a la construcción según ordenanza 29/99, presentados en la página oficial de la Municipalidad de Cafayate, Salta, son:

- Fotocopia del DNI del propietario.
- Fotocopia de la Cédula Parcelaria o Boleto de Compraventa.
- 2 juegos de planos del proyecto firmados por un profesional matriculado en Salta (Arquitecto, Ingeniero, Maestro Mayor de Obras).

Requisitos para la apertura de calzada según ordenanza 29/99

Los requisitos para la apertura de calzada según ordenanza 29/99, presentados en la página oficial de la Municipalidad de Cafayate, Salta, son:

- Fotocopia del DNI del propietario
- Fotocopia de la cédula Parcelaria o Boleto de Compraventa
- 2 juegos de planos del proyecto firmado por un profesional matriculado en Salta (Arquitecto, Ingeniero, Maestro Mayor de Obras)

Atributos Impositivos

Tipo de Sociedad: Sociedad Anónima (S.A.)

Véase la Ley Nº 19.550. LEY DE SOCIEDADES COMERCIALES

Art. 163. — El capital se representa por acciones y los socios limitan su responsabilidad a la integración de las acciones suscriptas.

Impuestos:

- Impuesto a las Ganancias: 35%
- Impuesto a los Ingresos Brutos: 5%

Gerenciamiento

Visión

Ser el hotel ecolodge más elegido de quienes busquen una experiencia única e inigualable en la región norte Argentina.

Misión

Brindando una relajante estadía conectada con la naturaleza, ofreciendo un servicio de calidad con personal capacitado, generando una experiencia innovadora en la región mediante estructuras privadas individuales, impulsando el uso de productos regionales y colaborando con el cuidado del medioambiente.

Para cada actor involucrado con la organización se separaron las acciones de medición correspondientes:

Clientes

Objetivo deseado → Satisfacción del cliente

Acciones para su medición

- Evaluar la experiencia de los clientes con encuestas posterior a su estadía; a través del envío vía mail de una encuesta de satisfacción posterior al uso de los servicios de hospedaje y de servicios especiales[37].
- Incentivar los posteos positivos de clientes en redes sociales. De ser posible en la inmediatez para que no pase el tiempo y perder la oportunidad;
- Tener un libro de comentarios en la bodega y en la casona para cada visita, ya sean o no huéspedes;
- Preguntar activamente la satisfacción del cliente en el uso de lo puntos de servicio (bar, restaurante, bodega, spa);
- Atender los comentarios negativos que puedan surgir.

Empleados

Objetivo deseado → Profesionalismo y retroalimentación

Acciones para su medición

- Establecer manuales de procedimientos, con los procesos que se lleven a cabo en cada sector;
- Evaluar el desempeño de los empleados con evaluaciones espontáneas;

[37] Para el uso de servicios de eventos especiales como clases de cerámica, de cocina, de telares, entre otros.

- Tener una evaluación de desempeño anual, con una devolución personalizada para cada empleado;
- Capacitar periódicamente de acuerdo a su área de trabajo cuando haya cambios o para estandarizar un proceso;
- Buscar la retroalimentación constante de su parte a través de una comunicación asertiva, para ello proveer un espacio de tiempo diario de 30 minutos previo al desarrollo de las tareas del día en cada sector.

Proveedores

Teniendo en cuenta los valores de la organización, se utilizarán productos de artesanos, comprados de manera directa a ellos para todo aquello que se relacione a decorados (alfombras, tejidos, pinturas), mobiliarios pequeños (por ejemplo: marcos de cuadros) y vajilla. Sólo se utilizarán proveedores empresariales para grandes volúmenes de productos.

Objetivo deseado → Mantener una comunicación fluida con nuestros proveedores

Acciones para su medición

- Mantener un espacio físico y temporal para hablar con ellos cada 6 meses, para conocer los productos de temporada y su valor en el caso de los alimentos; con los proveedores de productos de limpieza para ver si existen avances menos invasivos para el medio ambiente.

Entidades gubernamentales

Objetivo deseado → Mantener una comunicación fluida con las entidades gubernamentales

Acciones para su medición

- Establecer una fecha específica cada 6 meses para tener una reunión con el municipio y tener participación en actividades turísticas que puedan fomentar el negocio y reconocimiento.

Comunidad y Medioambiente

Objetivo deseado → Realización de controles periódicos del establecimiento

Acciones para su medición

- Controlar el impacto medioambiental con mediciones sonoras, de aguas sanitarias;
- Investigar maneras de reducir el impacto medioambiental de los desperdicios que se generen, de manera activa y buscar la implementación de aquello que fuera posible.

Valores organizacionales

- Se valora el uso de los productos regionales, tanto de consumo gastronómico como de amoblamiento y decoración.
- Se busca el constante cuidado del medioambiente, para ello las estructuras serán ecológicas, buscando generar la menor contaminación posible.
- La decoración y ambientación serán delicadas, sin muchos elementos, en concordancia con la región sin irrumpir en la armonía del lugar.
- Se mantendrá una escucha abierta y activa con los empleados para lograr un ambiente armonioso que permita crecer como organización.
- Cuidado y valoración de las opiniones de nuestros clientes buscando crecer a partir de sus reclamos para la mejora de los servicios ofrecidos.
- Las instalaciones además estarán acondicionadas para las diferentes necesidades del público objetivo, siendo acordes a las normas existentes y buscando el mayor confort para ellos.

FODA

El FODA dará claridad sobre el estado de la organización de forma actualizada, además de ayudarnos a saber si están alineadas la misión y la visión.

Análisis F.O.D.A.

Cuadro 11. Clasificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de nuestro proyecto.

FORTALEZAS	**DEBILIDADES**
● Ser el único lodge ecológico y sustentable con viñedo de Cafayate, Salta; ● Tener vistas panorámicas a los viñedos y a las sierras del circuito, proximidad a Los Médanos y vista a Los Colorados; ● Tener laguna privada dentro del circuito; ● Tener tranquilidad por no tener contaminación auditiva ni lumínica alrededor; ● Existen muchas atracciones naturales alrededor;	● Dificultad para llegar al alojamiento por caminos de tierra → tiene camino consolidado, se puede hablar con la municipalidad para pavimentar; ● Estar ubicados lejos de la zona céntrica, dado que se encuentra a 9 Km de Cafayate y 170 Km desde el Aeropuerto Internacional General Martín Miguel de Güemes; ● No ser una marca reconocida. ● Costos operativos, inversión inicial

● Ubicación → El terreno se encuentra ubicado en un área rural, sin construcciones cercanas, brindando la tranquilidad que se busca.	
AMENAZAS	**OPORTUNIDADES**
● Condiciones climáticas desfavorables (lluvia, vientos fuertes, neblina) que impidan el acceso al alojamiento o incomoden la libre circulación de los clientes dentro del mismo. ● Posibilidad de rebalse de la laguna por lluvias intensas. ● Inestabilidad de regulación cambiaria. ● Decrecimiento demográfico → dificultad por escasez de empleados profesionales.	● Mercado de turistas del exterior; ● Clientes con interés por lugares ecológicos y sustentables; ● Poca competencia que reúna las características del alojamiento (viñedos y bodega, sustentabilidad, gastronomía regional, revalorización del pequeño artesano); ● Tendencia de las personas a buscar lugares vacacionales tranquilos, conectados con la naturaleza, pero con comodidades.

Ventajas Competitivas

❖ Accesibilidad → Circuito de alojamiento accesible para personas con movilidad reducida y personal capacitado para clientes sordomudos;
❖ Atractivos naturales → Laguna Privada;
❖ Ruta del vino → viñedo y bodega propia;
❖ Servicios gastronómicos completos;
❖ Sustentabilidad → Prácticas sustentables como aplicación de paneles solares, generación distribuida de energía, recolección de agua de lluvia, huerta propia con torres para plantas hidropónicas, gastronomía regional con productos locales y de temporada, mobiliario con artículos autóctono, decoración artesanal local y arquitectura biomimética.

Proveedores y distribuidores

Muebles: Producción de muebles personalizados y a pedido. Ambos en Salta capital.

SashaDesigns | Muebles en Salta | Muebles a Medida

Producen muebles a medida, estantería, armarios, para el baño o incluso cocina.

Equipamientos en Salta - MIRO EQUIPAMIENTOS

Producen muebles para el hogar, cocinas y empresas.

Limpieza y mantenimiento:

Arrow Servicios | Servicios de Limpieza y Mantenimiento – Mantenimiento

Ofrecen soluciones de mantenimiento integral personalizadas en función de la actividad del cliente, las instalaciones y requerimientos. Comprometidos con la seguridad, la calidad y el medio ambiente.

Proveedores de productos de limpieza y perfumería

Distribuidores de limpieza en Salta, Jujuy y Tucumán - Productos para COVID19 (diol.com.ar)

Distribuidores de productos de limpieza con más de 25 años de experiencia. Entregas en Jujuy, Salta y Catamarca. Artículos para el cuidado de pisos y limpieza profesional.

Proveedores de Alimentos

- ***Carnes rojas***

https://frigorificobermejo.com.ar/

Importante empresa en el Norte argentino. Su planta industrial está en la provincia de Salta. Sus productos son de una industria frigorífica integral. Realiza todas las etapas del proceso.

https://ar.todosnegocios.com/carnes-santa-clara_1h-03868-58-7936

Venta de alimentos: frutas, vegetales, bodega, carnes y otros. No especializado.

- ***Lácteos***

La Rotonda Mayorista (larotondalacteos.com.ar)

Distribuidora mayorista, familiar de Salta.

Sucursales y Distribuidores en Argentina | ilolay

Elaboración de productos lácteos con actividad a nivel nacional. Salta y Jujuy son una de sus áreas de influencia.

- ***Poultry***

Super Pollo, una forma diferente de comprar pollo

Pollería local de Salta, se hacen retiros, entregas y compra en tienda. También ofrece pescado, fiambres, lácteos y otra mercadería.

- ***Secos - Almacén***

Sucursal Salta de Supermercados Mayoristas Yaguar S.A. – Supermercado Mayorista Yaguar

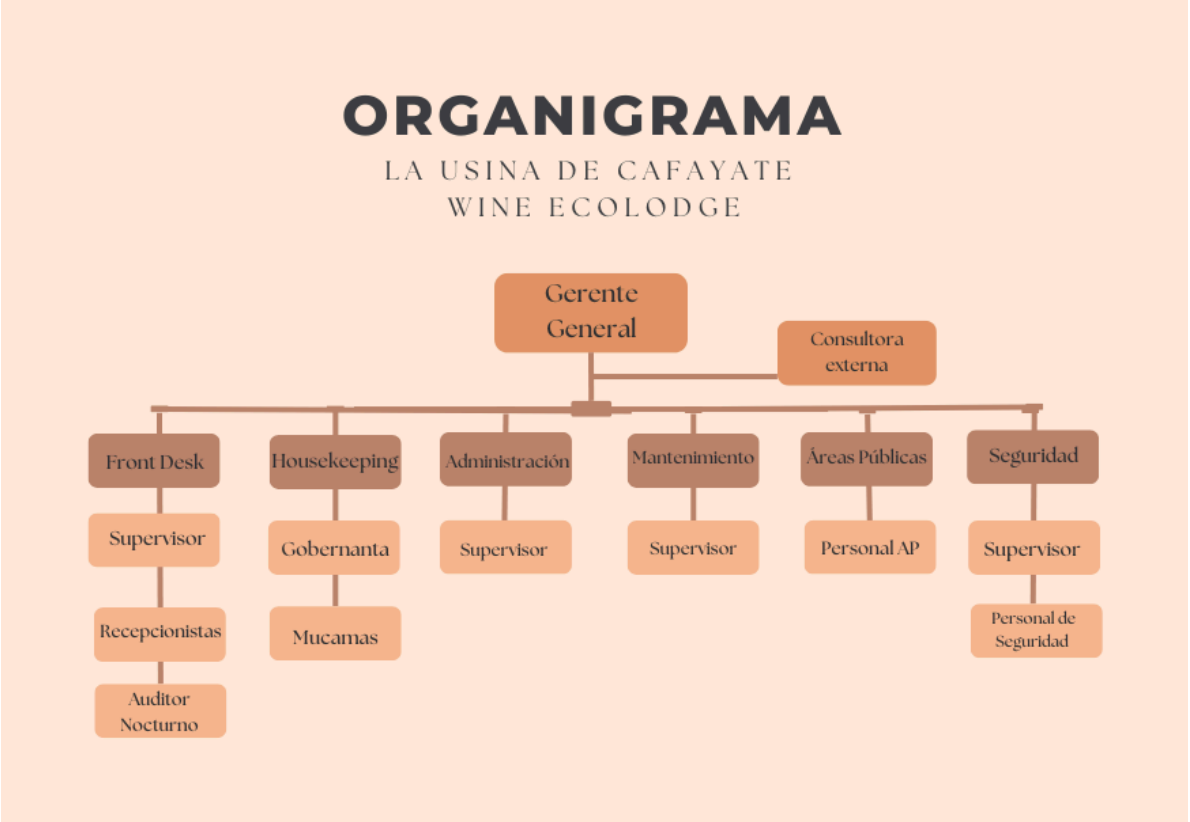
Productos de almacén, mayorista.

https://www.turismosalta.gov.ar/images/uploads/registro_ruta_del_vino.pdf

Recursos Humanos

Departamentos organigrama

Ilustración 22. Organigrama del Ecolodge La Usina de Cafayate Wine Ecolodge.



Fuente: Elaboración propia.

El Ecolodge se compone de los siguientes departamentos y personal:

1. **Gerente General**
2. **Consultora Externa:** medicina laboral (ART) y capacitación.
3. **Front Office**

- Supervisor de Front: 1
- Recepcionistas: 4, incluye 2 recepcionistas, 1 Auditor Nocturno y 1 franquero.

4. **Housekeeping**

- Gobernanta: 1
- Mucamas: 3
- **Administración**
- Supervisor de Finanzas: 1

5. **Mantenimiento**

- Supervisor de Mantenimiento: 1

6. **Áreas Públicas**

- Personal de Áreas Públicas: 1, depende de Housekeeping.

7. **Seguridad**

- Supervisor de Seguridad: 1
- Personal de seguridad: 2

Total de personal: 16

Sindicato: UTHGRA (Unión de Trabajadores del Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República Argentina)

Aclaraciones:

- El servicio de lavandería y el de traslados (al aeropuerto) no se tiene en cuenta en el organigrama ya que será tercerizado para disminuir los costos de infraestructura, maquinaria y personal.
- Las actividades especiales tampoco son tomadas en cuenta, dado que son estacionales y para eventos particulares, este es el caso de las clases de cocina, cerámica y las charlas de conciencia medioambiental.
- No se tendrá en cuenta el personal de Alimentos y Bebidas puesto que el restaurante y el bar se subalquilará a una empresa gastronómica de renombre, por lo tanto, la contratación y pago de sueldos quedará a cargo de la misma, de esta forma reducimos en gran medida los costos de personal.
- Se optará por una consultora externa para la capacitación del personal en las instancias previas a la apertura del complejo y en momentos que se la requiera.
- El personal de Spa se terceriza, al igual que los auxiliares de mantenimiento.

Plan de Marketing

El Ecolodge cuenta con 25 lodges, cada uno completamente equipado y diseñado para brindar una experiencia de lujo y confort. En el sitio se emplaza a su vez, una Casona, Restaurante, Bar, Bodega y Spa.

Unidades de negocio

- **Bodega Hemsy:** Ofrece vinos de alta calidad marca Toqui, catas y experiencias exclusivas tanto para huéspedes como consumidores externos.
- **Restaurante y bar**: donde se ofrecen platos tradicionales y gourmet, además de coctelería de autor, utilizando ingredientes locales. Abierto al público.
- **Spa:** Se ofrecen servicios de bienestar. Abierto al público.

Estrategias de Marketing

Página web: Se diseñará una página web con sistema de reservas online y contacto directo vía WhatsApp, brindando información completa de los lodges, servicios y un enlace directo con la página web de la Bodega Hemsy para ofrecer sus productos. Visualización 360° tanto de los lodges como de cada unidad de negocio.

Redes Sociales: Instagram, Facebook, TikTok mostrando contenido atractivo para los consumidores, promociones exclusivas tanto para clientes nuevos como recurrentes, y eventos especiales. Se buscará crear contenido para destacar experiencias tanto en el Hotel como en las unidades de negocio.

Influencers: Se buscará realizar colaboraciones con influencers que se especializan en viajes, enoturismo y ecoturismo para generar contenido y reseñas positivas, invitándolos a conocer el alojamiento. Se les ofrecerán las siguientes opciones:

- ❖ Estadía de 3 días + 2 noches para 2 personas;
- ❖ Cata de vino extensa + paseo por el viñedo;
- ❖ Almuerzo y cena en restaurante o bar durante toda la estadía;
- ❖ Sorteo para seguidores → estadía 2 días + 1 noche, cena, paseo por el viñedo y cata corta.
- ❖ Sorteo para seguidores → estadía 2 días + 1 noche, paseo por el viñedo y cata corta.

Beneficios a obtener

- 2 Publicaciones con 5 fotos + 2 videos cada una;
- Historias 1 mes antes, 1 semana antes y durante los 3 días mostrando su experiencia;

- Canje para los seguidores, en una fecha específica, con validez por 30 días corridos.

SEO y SEM: Posicionamiento del sitio web en motores de búsqueda como Google y campañas pagas para generar tráfico.

Otras estrategias

Eventos: Se organizarán catas de vino y eventos especiales tanto en la Bodega como en el Hotel, Restaurante y Bar.

Opciones de catas:

Cata corta

- 3 copas → torrontés + rosé + tannat
- Maridaje → tabla de quesos y dulces, panes de campo

Cata intermedia

- 4 copas → torrontés + rosé + tannat + malbec
- Maridaje → tabla de quesos y dulces, panes de campo

Cata extensa

- 5 copas → torrontés + rosé + tannat + malbec + cabernet Sauvignon
- Maridaje → tabla de quesos y dulces + empanada y panes de campo

Eventos especiales:

Cumpleaños

Festejando tu cumpleaños:

- si son 4, espumante y torta para el cumpleañero
- si son 8, se le suma una picada

Menú para Grupos

Para 8 personas en adelante se ofrecerá un menú de tres pasos con maridaje de copas de la bodega para cada paso:

Entrada (elegir 3 opciones)

Opciones calientes

- Empanada salteña de carne/ Empanada de choclo y queso de cabra
- Humita en chala
- Tamal de carne/ tamal de pollo

Opciones frías

- Selección de quesos (cabra y vacuno) y dulces (cayote, cuaresmillo, higo);

Principal (elegir 3 opciones)
- Carne
- Pollo
- Pescado

Guarniciones
- Papines andinos asados
- Ensalada de quinoa
- Papas Fritas

Postre
- Café + gaznates
- Degustación de helados → 3 sabores

Eventos Gastronómicos: Se contratarán foodtrucks que ofrecerán gastronomía tradicional y gourmet, invitación de Chefs para la elaboración de platos en vivo.

FAM Trips: Se invitará a agencias de viajes para que tengan una experiencia en La Usina y lo promuevan con el fin de generar mayor alcance y visualización.

Alianzas Estratégicas:

Agencias de Viaje: Crear paquetes exclusivos en conjunto con Agencias de Viaje que estén alineados con los valores de La Usina, que incluyan opciones de estadía, tours de vino, degustación de platos en 3 pasos y experiencias en el Spa.

Cuadro 14. Cuadro de agencias de turismo con intereses similares al proyecto

Agencia	Interés/ Actividades	Contacto
CNQ Viajes	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural	Email: cnqviajes@gmail.com Teléfono: 3794483813 WhatsApp: 93794594305
Venteveo Turismo	Enoturismo Gastronomía	Email: liliana@venteveoturismo.tur.ar WhatsApp: 543757677394 Sitio web: www.venteveoturismo.tur.ar
Viajes Melytour	Enoturismo Gastronomía Turismo de Naturaleza	Email: gabriel@melytour.tur.ar Teléfono: 52380360 WhatsApp: 91154510254 Sitio web: www.melytour.tur.ar

Tangol	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: consultas@tangol.com Sitio web: www.tangol.com
De La Paz Tur	Turismo Cultural	Email: lucia@delapaztur.com Teléfono: 53524444 WhatsApp: 91156653089 Sitio web: www.delapaz.tur.ar
Tiempo Libre	Enoturismo Gastronomía	Email: consultas2@tiempolibre.tur.ar Teléfono: 5492902416542 WhatsApp: 5492902416542 Sitio web: www.tiempolibre.tur.ar
César Martínez Viajes y Turismo	Enoturismo Gastronomía Turismo de naturaleza	Email: atilio.cesa@cesamartinezviajes.tur.ar Teléfono: 1158421685 WhatsApp: 5491158421685 Sitio web: https://www.cesamartinezviajes.com.ar/
Gustavo Marchiando Franquicia De Lozada Viajes	Turismo Cultural	Email: gustavo.marchiando@lozadaviajes.com Teléfono: 1145459346 WhatsApp: 5491154545666
Dexotic.Com	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: info@dexotic.com Teléfono: 3874215971 WhatsApp: 93874215971 Sitio web: www.dexotic.com
Movitur	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: cristianalbeza@gmail.com Teléfono: 3874553815 WhatsApp: 93874553815 Sitio web: www.movitur.tur.ar
Monumental Travel	Turismo Cultural	Email: monumentalevt@gmail.com Teléfono: 5493874148762 WhatsApp: 5493876112244 Sitio web: www.monumentaltravel.tur.ar
Boom Turismo	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo educativo	Email: administracion@boomturismo.com.ar Teléfono: 46232185 WhatsApp: 91122646771 Sitio web: www.boomturismo.tur.ar
W Travel	Enoturismo Gastronomía MICE Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo Rural	Email: wtravel@hotmail.com Teléfono: 3876109221 WhatsApp: 93876109221 Sitio web: www.wtravelsalta.com

Nordic Travel	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo educativo Turismo Rural	Email: martin@nordic-travel.com.ar Teléfono: 3874211313 WhatsApp: 93874821901 Sitio web: www.nordic-travel.com.ar
Manlio Viajes	Enoturismo Gastronomía MICE Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo educativo Turismo Rural	Email: paola.manlio@gmail.com Teléfono: 42444070 WhatsApp: 91151560582 Sitio web: www.manlioviajes.com
Sundance Tours	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: vicky@sundancetours.com.ar WhatsApp: 91144025502 Sitio web: www.sundancespirit.com.ar
Uniglobe Travel Service	Enoturismo Gastronomía	Email: info@uniglobeviajes.com.ar Teléfono: 3514219630 WhatsApp: 9355192482
El Taita Junior Viajes y Turismo	Turismo Cultural	Email: eltaitajunior0713@hotmail.com WhatsApp: 93757676937
Maravillas Del Mundo	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: info@maravillasdelmundo.tur.ar Teléfono: 3489421206 WhatsApp: 93489496363 Sitio web: www.maravillasdelmundo.tur.ar
Bonorum Tour	Turismo Cultural	Email: florencia@bonorumtour.com.ar Teléfono: 1131950558 WhatsApp: 5491131950558 Sitio web: www.bonorum.tur.ar
Larauyén Travel	Enoturismo Gastronomía Turismo de Naturaleza	Email: larauyentravel@hotmail.com Teléfono: 3875221827 WhatsApp: 93875221827
Amauta Viajes	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural	Email: amauraviajes2013@gmail.com Teléfono: 387154730110 WhatsApp: 938754730110
Turismo Jet De Antártica	Turismo Cultural	Email: ventas@turismojet.com.ar Teléfono: 1140008700 Sitio web: www.jetonline.com.ar
La Veloz/ Veloz del Norte	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: gmiranda@flechamail.com.ar Teléfono: 8004448356

	Turismo educativo Turismo Rural	Sitio web: www.velozdelnorte.com.ar
Turismo Tastil	Enoturismo Gastronomía MICE Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo Rural	Email: promociones@tastil.com.ar Teléfono: 1143228899 WhatsApp: 91165514848 Sitio web: www.turismotastil.com.ar
Cayambe Viajes Y Turismo	Enoturismo Gastronomía Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: cayambeturismo@hotmail.com Teléfono: 44640427 WhatsApp: 91130480025 Sitio web: www.cayambe.com.ar
Pezzati Viajes	Turismo de Naturaleza	Email: consultas@pezzati.com Teléfono: 8101227070 WhatsApp: 91151714258 Sitio web: www.pezzati.tur.ar
Intihuasi Aventura y Naturaleza	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza	Email: info@intihuasi.tur.ar Teléfono: 1139768780 WhatsApp: 91141851431 Sitio web: www.intihuasi.tur.ar
WILLKA TURISMO	Turismo Cultural Turismo de Naturaleza Turismo educativo Turismo Rural	Email: receptivo@wilkaturismo.tur.ar Teléfono: 3874313078 WhatsApp: 5493876848701 Sitio web: www.wilkaturismo.tur.ar
Cuatro Estaciones Viajes	Turismo Cultural	Email: info@cuatroestaciones.tur.ar Teléfono: 2241575077 WhatsApp: 92241575077
Rektour	Turismo de Naturaleza	Email: viajes@rektour.com Teléfono: 1152773000 WhatsApp: 91135713004 Sitio web: www.rektour.com
Two Travel	Enoturismo Gastronomía	Email: info@twotravel.com.ar Teléfono: 1136257194 WhatsApp: 91136257194 Sitio web: www.twotravel.com.ar
Viajo Ya	Enoturismo Gastronomía Turismo de Naturaleza	Email: christian@sinescalas.com.ar Teléfono: 1166262000 WhatsApp: 91166262000
Viajes En Compañía	Turismo Cultural	Email: info@viajesencompania.com Teléfono: 1143821583 WhatsApp: 91153257951

		Sitio web: www.viajesencompania.com
Turismo Guadalquivir	Turismo Cultural	Email: turisguada-salta@hotmail.com Teléfono: 3874313437 WhatsApp: 5493875095368 Sitio web: www.turismoguadalquivir.com
Shillah Travel	Turismo de Naturaleza Turismo Rural	Email: info@wsto.com.ar Teléfono: 1160714710 WhatsApp: 5491139485485 Sitio web: www.shillahtravel.tur.ar
Wineobs	Enoturismo Gastronomía	Email: concierge@wineobs.com WhatsApp: 92612332423 Sitio web: www.wineobs.com

Fuente: Agencias La Ruta Natural

Alojamientos de la localidad y alrededores: Crear alianzas con alojamientos que no ofrecen servicio de restaurante y bodega en su predio, para que, dentro de sus promociones de estadía, sus huéspedes tengan una experiencia en nuestra bodega, restaurante y spa.

Restaurantes y Bodegas de la región: Crear alianzas con restaurantes y bodegas que se alineen con los valores de La Usina, realizando Pop-ups gastronómicos e intercambio de vinos.

PreViaje y BIGBOX

- Escapada alojamiento + tratamiento de spa;
- Escapada alojamiento + Menú degustación de platos tradicionales;
- Escapada alojamiento + Cata de corta y cata intermedia.

Fidelización de clientes:

- Descuentos exclusivos para clientes que regresen.
- Promociones especiales y eventos privados para clientes VIP

Las 4 etapas del ciclo de vida del servicio/producto

Cuadro 15. A continuación se desarrollan las 4 etapas del ciclo de vida del servicio/producto.

Ciclo	"Problema posible"	Propuesta
Introducción	Gastos de Inversión	Inversionistas
	Escasa rentabilidad	*Organización de eventos para dar a conocer la marca de la parte de alojamiento *Realizar convenios con agencias de turismo → paquetes de lanzamiento ● Agencias de viaje habilitadas https://tableros.yvera.tur.ar/agencias-larutanatural/ ● https://www.saltaturismo.com/ciudad/index.html ● Registrarse en la red de Nordic Travel para acceder a las agencias de viaje asociadas DESDE SALTA | Nordic Travel Salta ● Asociarse a Monumental Travel Monumental Travel
Crecimiento	Ventas	Planes de marketing *Influencers → redes sociales, canjes para seguidores *Eventos relacionados con la cultura local (contactar Ministerio de turismo de Salta)
	Utilidades	* Pop Up gastronómico → comida o aprovechar la parte de bebidas (tener en cuenta la cartera de clientes de la bodega)
Madurez	Competencia	Plan de Marketing *Promociones estacionales (según momento del año, para aprovechar fechas especiales y/o relacionar al momento del año)
	Upgrade "externo"	Participar con la marca de la bodega y servicios gastronómicos en ferias/ eventos especiales (PICURBA) Extender nuestra propuesta de valores ecológicos con charlas en institutos educativos
	Upgrade servicios de alojamiento	Planes de Marketing
Declinación	saturación	Explorar clientes que realizan avistamiento de aves y observación de estrellas
	caída en la demanda	Reinvención *Cambiar de servicios gastronómicos → hacer

		negocio con otra empresa de servicios gastronómicos *incorporar nuevas tecnologías o avances en materia de sustentabilidad → ser sede para exposiciones de sustentabilidad *relanzamiento→ nueva campaña

Cuadro de planes de Marketing mensual

Cuadro 16. En el siguiente cuadro se desarrollaron planes mensuales, seleccionando fechas relevantes para las estrategias de ventas.

Mes	**Festividades/ fechas con cosas**	**Plan de Marketing**	**Productos involucrados**
Enero	Durante todo el mes	● Descuentos en hospedaje los fines de semana para grupos de amigos; ● Noche de juegos y tragos en el bar, DJ invitado para todas las noches de sábados del mes; ● Promociones de día spa con servicios de masajes, para "Bienvenida" del nuevo año que comienza con trago de cortesía y uso de pileta	
	Fin de Enero Corso de las Flores		
Febrero	14 de febrero Dia de los enamorados	● Invitación a un influencer; ● Degustación con maridaje especial en la bodega para parejas; ● Menú eventual de 3 pasos en el restaurante para la cena para parejas; ● Precios especiales en el hospedaje para parejas con detalle de espumante de bienvenida y detalle de regalo. ● Precio promocional de día de spa con acceso a pileta para parejas.	Bodega, Gastronomía, Hospedaje
	Fin de semana de Carnaval	● Invitación a un influencer; ● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía;	Bodega, Gastronomía, Hospedaje

Marzo	Semana Santa	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía para grupos familiares; ● Oferta de platos tradicionales de la ocasión en el restaurante.	Hospedaje Gastronomía
Abril	2 de Abril Día del veterano y los Caídos en Malvinas	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía o por grupos;	
	Fines de Semana	Temporada de Peelings ● Promociones de día de spa con servicios de limpieza facial, con trago de cortesía	
	22 de Abril Dia de la Tierra	● Charlas de concientización sobre el medio ambiente ● Talleres sobre disminución de la huella de carbono y la creación de huerta propia ● Charlas sobre el compromiso sustentable qué tenemos en La Usina ● reforestación de plantas autóctonas	
Mayo	25 Mayo Revolución de Mayo	Festival → Se realiza un evento el sábado de degustación de vinos y comida tradicional al aire libre.	Bodega Y Gastronomía
Junio	17 Junio Martín Miguel de Güemes	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía para grupos de amigos;	Hospedaje
	Fin de semana del día del Padre	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía para familias detalle de regalo en la cabaña; ● Cena con menú de pasos para familias con regalo para los padres (vino de nuestra bodega)	
Julio	9 Julio Día de la Independencia	● Descuento especial de fin de semana largo; Festival → Se realiza un evento el sábado de degustación de vinos y comida tradicional al aire libre.	Bodega
	20 de Julio Día del Amigo (fin de semana siguiente)	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía para grupos de amigos;	Hospedaje

		● Noche de juegos y tragos en el bar, DJ invitado para la noche de viernes y sábado. ● Invitación a un influencer;	
Agosto	17 Agosto San Martín	● Descuentos en la estadía o por grupos.	Hospedaje
Septiembre	21 Septiembre Día de la Primavera	Regalo de semillas de plantas autóctonas, fruto de la reforestación; taller de armado de terrarios. Presencia en redes sociales ● Invitación a un influencer para la actividad;	Sustentabilidad
	Último fin de semana de Septiembre	● Promoción en hospedaje para grupos de amigos; ● Noche de juegos y tragos en el bar, DJ invitado para la noche de viernes y sábado.	Hospedaje
Octubre	Semana de las aves (1 al 8)	● Descuento especial para estadía de ornitólogos	Hospedaje
	20 de octubre Día del chef	● Pop up gastronómico a la noche, cena. Colaboración de **chefs**.	
	12 de octubre Día del respeto a la diversidad cultural	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía o por grupos; ● Actividades especiales en el bar y espacio abierto: Taller de telares tradicionales, taller de cerámica	
	Fin de semana del día de la Madre	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía para familias + detalle de regalo en la cabaña; ● Cena con menú de pasos para familias con regalo para los padres (vino propio de la bodega)	
Noviembre	segundo sábado	● Pop up gastronómico para la noche: colaboración de **chefs**.	Gastronomía
	24 de Noviembre Día del vino (Fin de semana siguiente)	● Cata abierta durante todo el día sábado, a cielo abierto con colaboración de Food Truck ***Bienvevinos***	

	Durante todo el mes	● Descuentos para "Día de spa"+ hospedaje con tratamiento facial y/o servicios de masajes.	
Diciembre	Durante todo el mes	● Descuentos en hospedaje para grupos de amigos; ● Noche de juegos y tragos en el bar, DJ invitado para todas las noches de sábados del mes; ● Menú de pasos con precio especial para despedidas de fin de año en el restaurante, para grupos de 10 personas en adelante	Hospedaje
	8 Diciembre Inmaculada Concepción	● Descuento especial de fin de semana largo en la estadía o por grupos;	
	24/25 de diciembre	● Descuentos en la estadía o por grupos. Presencia en redes sociales ● Asado al asador nochebuena y tragos de autor en el bar ● show en vivo	
	31 diciembre	● Descuentos en la estadía o por grupos. Presencia en redes sociales ● Asado al asador nochebuena y tragos de autor en el bar ● show en vivo	

PÁGINA WEB OFICIAL

Presentación de la Página Web Oficial de La Usina de Cafayate Wine Ecolodge.





Visualización de Promociones y Ofertas



Detalles en Amenities Orgánicos con el isologotipo.



REDES SOCIALES

Presentación Instagram del Ecolodge y sus promociones exclusivas.



@lausinacafayate
Sponsored



Book Now

89 views
lausinacafayate
Este 14 de febrero, sorprende a tu pareja con una velada inolvidable en nuestro ecolodge,
en el corazón del viñedo, rodeado de naturaleza. 🌿✨

Disfruta de un menú especial de 3 pasos diseñado para deleitar tus sentidos, acompañado de una copa de vino seleccionada especialmente para la ocasión.

Vive una experiencia única.
¡Reserva tu mesa y haz de esta noche algo especial! 🍷❤️
View all 14 comments

@lausinacafayate
Sponsored



Contact Us

89 views
lausinacafayate
Semana Santa en familia, rodeados de naturaleza 🌿🐣

Este año, disfruta de una Semana Santa diferente en nuestro ecolodge, ideal para grupos familiares. 🌸✨
Disfruta de actividades al aire libre, juegos para todas las edades, y un tour especial por la ciudad que te permitirá descubrir su encanto.

Conéctate con la naturaleza y comparte momentos inolvidables en un entorno único.

¡Reserva tu estadía y vive unas vacaciones que tu familia siempre recordará! 🚶‍♀️🌟
View all 14 comments

@lausinacafayate
Sponsored



Book Now

89 views
lausinaecolodge
Despide el año con una noche inolvidable 🎉✨
Este 31 de diciembre, celebra el Fin de Año en nuestro ecolodge con una velada especial llena de magia. 🌿🔥
Disfruta de una degustación exquisita, un fogón bajo las estrellas, música en vivo, y muchas sorpresas que harán de esta noche algo único.

Únete a nosotros para brindar por un nuevo comienzo en un entorno natural y acogedor.

¡Reserva tu lugar y asegura una celebración de Año Nuevo que recordarás por siempre! 🍷🎶
View all 14 comments

SEO/SEM

Visualización en los motores de búsqueda con campañas pagas.



PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING

Cuadro 17. En el siguiente cuadro se detalla el presupuesto del Plan de Marketing en dólares para cada estrategia.

Concepto	Costo Anual
Página Web	U$D 5800
Estrategia SEO/SEM	U$D 4600
Campañas RRSS	U$D 3300
Influencers	U$D 1800
Organización de Eventos	U$D 6000
Publicidad Online	U$D 2000
Alianzas Estratégicas	U$D 3000
Creación de contenido	U$D 3500
Costo Total Anual	**U$D 30000**
Costo Total Mensual	**U$D 2500**

CAPÍTULO V

Estudio de prefactibilidad económica

Inversión del proyecto hotelero

La prefactibilidad es "la serie de estudios previos que es necesario realizar con el objeto de obtener información sobre el proyecto, para conocer el ambiente y su ámbito de aplicación" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p.66). En este capítulo analizaremos la prefactibilidad económica y financiera para determinar si el proyecto es rentable o no.

Presupuesto de inversión

Para el desarrollo de esta etapa, se tomó a los autores González, R. & Perini, M.M. (2014), quien explica en su libro "Formulación de proyectos turísticos" que "presupuestar significa entonces cuantificar en términos económicos todas las decisiones del proyecto..", y que "...el análisis económico de un proyecto de inversión se centran fundamentalmente en el desarrollo y análisis de dos presupuestos: El presupuesto de inversión y el presupuesto operativo"(p. 205-206), ambos presupuestos sirven para visualizar y analizar la rentabilidad del proyecto.

Además, González, R. & Perini, M.M. (2014) explican que componentes debemos tener en cuenta a la hora de armar el presupuesto:

> La presupuestación deberá partir de las conclusiones del estudio de mercado, que aportará la información esencial para entender las características de la demanda, y por ende también qué tipo de productos-servicios fueron pensados en la definición de la tecnología del proyecto. También debe considerarse la situación de los competidores, y finalmente, se deben tener en cuenta las estrategias pautadas en el plan de marketing del proyecto (p. 207).

Estructura del presupuesto:

- Costos fijos y variables
- Gastos pre-operativos
- Capital de trabajo
- Imprevistos

Para el desarrollo de la prefactibilidad económica, donde calcularemos los costos, ingresos y financiamiento, se debe comenzar con la inversión inicial, la cual incluye el valor de terreno, la infraestructura, los equipos y el mobiliario, además de gastos preoperativos como lo es el

marketing y la publicidad. Se tomará en cuenta los imprevistos de un 3%, el cual "se constituye por un porcentaje sobre la inversión bruta, con la finalidad de prever cualquier desvío en la presupuestación" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 212).

En esta instancia, se tomará el presupuesto en dólares (valor sujeto al dólar oficial) luego se pasará a pesos para la realización del Cash flow.

Cuadro 18. Detalle de Inversión inicial en dólares sin amortización.

Inversión Inicial	Costo en dólares
Terreno	**U$D 960,000.00**
Infraestructura	**U$D 4,285,800.00**
Mobiliario	**U$D 94,085.00**
Equipamiento	**U$D 80,595.00**
Equipos Grandes	**U$D 118,214.93**
Subtotal	**U$D 5,538,694.93**
Imprevistos 3%	**U$D 166,160.85**
TOTAL	**U$D 5,704,855.77**

El presupuesto de inversión inicial es de **U$D 5,704,855.70.** A continuación se detallarán los costos mencionados en el cuadro.

Terreno e infraestructura

El costo de la compra del terreno es de **U$D 960.000**, dentro del cual se incluyen las 8 parcelas de viñedo, la bodega Hemsy, y el resto del terreno libre que completan las 20 hectáreas. El dueño del terreno permite financiarlo a 3 años, pagando por adelantado un 50%, es decir, U$D 480.000, y se pagará U$D 160.000 por 3 años.

Para el caso de la infraestructura, el costo del m2 se obtuvo a partir de información brindada por la Revista de Arquitectura y Construcción de 2024, obteniendo un valor de **U$D 1800 el m2** de construcción, valor que incluye el costo de materiales, las instalaciones requeridas y el costo de la mano de obra.

Con respecto a la infraestructura, en el siguiente cuadro se detalla las unidades estructurales, las dimensiones en m2, el costo individual en dólares, cantidad de unidades y su costo total en dólares:

Cuadro 19. Dimensiones de las unidades funcionales y de negocio y sus costos en dólares, tomando el valor del m2 a U$D 1800.

Unidad Estructural	Dimensión en m2	Costo Individual en dólares	Cant. de Unidades	Total de m2	Costo Total en dólares
Bodega	160.00		1		$ -
Lodge base doble	54.00	U$D 97,200.00	10	540	U$D 972,000.00
Lodge base cuádruple	67.00	U$D 120,600.00	10	670	U$D 1,206,000.00
Lodge ATP	60.00	U$D 108,000.00	5	300	U$D 540,000.00
Casona	541.00	U$D 973,800.00	1	541	U$D 973,800.00
Bar (Laguna)	150.00	U$D 270,000.00	1	150	U$D 270,000.00
Spa	180.00	U$D 324,000.00	1	180	U$D 324,000.00
Total				**2,381**	**U$D 4,285,800.00**
Valor m2 de construcción. en Cafayate	**U$D 1800**				

El costo total de la infraestructura es de **U$D 4,285,800.00**. En este caso, la Bodega se encuentra previamente construida en el terreno, por lo tanto, no es considerada dentro de los costos de infraestructura.

Mobiliario

En este caso, el costo del mobiliario se detalla no sólo para los 25 lodges, sino también para la Casona (dentro de la cual se encuentra el restaurante), el Bar, el Spa y la Bodega. A su vez, se tomó el valor del **dólar oficial a U$D 1000** (cotización mes agosto 2024).

Cuadro 20. Descripción detallada del mobiliario, incluye costos individuales en pesos y en dólares, las cantidades requeridas y los costos totales.

Mobiliario	Unidad	Costo Individual pesos	costo individual dolares	Cant. de Unid.	Costo Total dólares
Mostrador Front Desk	Casona + Spa	$ 250,000.00	U$D 250.00	2	U$D 500.00
Escritorios	Casona	$ 150,000.00	U$D 150.00	4	U$D 600.00

Rack TV	Lodges	$ 100,000.00	U$D 100.00	25	U$D 2,500.00
Cama king size	Lodges	$ 300,000.00	U$D 300.00	25	U$D 7,500.00
Cama 1 1/2 plaza	Lodges base cuádruple	$ 160,000.00	U$D 160.00	20	U$D 3,200.00
Mesas de luz	Lodges	$ 10,000.00	U$D 10.00	80	U$D 800.00
Juego 2 puff + mesa ratona fibra natural	Lodges	$ 200,000.00	U$D 200.00	25	U$D 5,000.00
Sillones	Lodges + Lobby + Bar	$ 300,000.00	U$D 300.00	30	U$D 9,000.00
Juego de Sábanas y cubre colchon	Lodges	$ 80,000.00	U$D 80.00	90	U$D 7,200.00
Acolchado y frazadas	Lodges	$ 70,000.00	U$D 70.00	90	U$D 6,300.00
Almohadas y set de Almohadones	Lodges	$ 50,000.00	U$D 50.00	50	U$D 2,500.00
Set vajillas completo	Lodges + Casona + Bar	$ 100,000.00	U$D 100.00	100	U$D 10,000.00
Set Toallas y toallones	Lodges	$ 50,000.00	U$D 50.00	100	U$D 5,000.00
Lámpara de Pie	Lodges	$ 15,000.00	U$D 15.00	25	U$D 375.00
Armarios	Lodges	$ 250,000.00	U$D 250.00	35	U$D 8,750.00
Teléfonos	Lodges + Casona Spa + Bar + Bodega	$ 20,000.00	U$D 20.00	32	U$D 640.00
Dispenser baño set	Lodges	$ 15,000.00	U$D 15.00	25	U$D 375.00
Espejos	Lodges + spa + bar + Casona	$ 20,000.00	U$D 20.00	50	U$D 1,000.00
Cajas de seguridad	Lodges	$ 30,000.00	U$D 30.00	25	U$D 750.00
Tachos de basura	Lodges + Casona + restaurante + bar + spa	$ 20,000.00	U$D 20.00	40	U$D 800.00
Bajo Mesada con bacha	Lodges	$200,000.00	U$D 200.00	25	U$D 5,000.00
juego de cafe	Lodges	$20,000.00	U$D 20.00	25	U$D 500.00
Set de ollas	Lodges	$100,000.00	U$D 100.00	25	U$D 2,500.00
Cunas / Catre	Lodges	$ 7,000.00	U$D 7.00	15	U$D 105.00

Colchonetas mat yoga	Spa	$ 5,000.00	U$D 5.00	10	U$D 50.00
Camillas Spa	Spa	$ 60,000.00	U$D 60.00	6	U$D 360.00
Reposeras Solarium	Spa pileta	$ 40,000.00	U$D 40.00	7	U$D 280.00
Mesas	Restaurant + Bar	$ 100,000.00	U$D 100.00	28	U$D 2,800.00
Banquetas Altas	Lodges + Bar	$ 40,000.00	U$D 40.00	147	U$D 5,880.00
Sillones Semicirculares exterior	Bar	$ 600,000.00	U$D 600.00	3	U$D 1,800.00
Fogoneros	Bar	$ 200,000.00	U$D 200.00	3	U$D 600.00
Sillas	Casona + bar + spa	$ 10,000.00	U$D 10.00	142	U$D 1,420.00
TOTAL MOBILIARIO				**U$94,085**	

Equipamiento y equipos grandes

El presupuesto de equipos se diseñó del mismo modo que el mobiliario, detallando los equipos necesarios y para qué unidad de negocio se usarán, su costo unitario en pesos y en dólares, la cantidad de cada uno y el total en dólares. Nuevamente se tomó el valor del **dólar oficial a U$D 1000** (cotización mes agosto 2024).

EQUIPAMIENTO:

Cuadro 21. Descripción detallada del equipamiento, incluye costos individuales en pesos y en dólares, las cantidades requeridas y los costos totales.

Equipos	Unidad	Costo Individual pesos	costo individual dolares	Cant. de Unidades	Costo Total dólares
Aire acondicionado (3000 frigorías)	Lodges	$ 500,000.00	U$D 500.00	35	U$D 17,500.00
Aire acondicionado (5000 frigorías)	Casona + bar + spa	$ 800,000.00	U$D 800.00	8	U$D 6,400.00
Televisión 50 pulgadas	Lodges	$ 400,000.00	U$D 400.00	25	U$D 10,000.00
Heladeras minibar	Lodges	$ 250,000.00	U$D 250.00	25	U$D 6,250.00
Camaras de seguridad	Todo el predio	$ 25,000.00	U$D 25.00	50	U$D 1,250.00
Luces Led exterior movimiento	Todo el predio	$ 6,000.00	U$D 6.00	50	U$D 300.00

Luces Led	Todo el predio	$ 3,000.00	U$D 3.00	100	U$D 300.00
Luces difusor exterior	Todo el predio	$ 6,000.00	U$D 6.00	100	U$D 600.00
Pava eléctrica	Lodges + Bar + Restaurante	$ 70,000.00	U$D 70.00	25	U$D 1,750.00
Tostadora	Lodges	$ 10,000.00	U$D 10.00	25	U$D 250.00
Anafes electricos	Lodges	$ 200,000.00	U$D 200.00	25	U$D 5,000.00
Cafetera nespresso	Lodges	$ 80,000.00	U$D 80.00	25	U$D 2,000.00
Microondas (25 litros)	Lodges	$ 150,000.00	U$D 150.00	25	U$D 3,750.00
Secador de pelo	Lodges + Vestuario	$ 30,000.00	U$D 30.00	25	U$D 750.00
Heladera de bebidas	Restaurant + Bar	$ 220,000.00	U$D 220.00	4	U$D 880.00
Freezer	Restaurant + Bar	$ 500,000.00	U$D 500.00	4	U$D 2,000.00
Inodoro descarga dual	Lodges + Casona	$ 200,000.00	U$D 200.00	51	U$D 10,200.00
Grifería baños con sensor	Lodges + Casona + bar + spa	$ 15,000.00	U$D 15.00	61	U$D 915.00
Bidet	Lodges	$ 120,000.00	U$D 120.00	25	U$D 3,000.00
Termotanque eléctrico 80 litros	Lodges	$ 300,000.00	U$D 300.00	25	U$D 7,500.00
TOTAL				**U$D 80,595**	

EQUIPOS GRANDES:

Cuadro 22. Descripción detallada de equipos grandes, incluye costos individuales en pesos y en dólares, las cantidades requeridas y los costos totales.

Equipos Grandes	Unidad	Costo Individual pesos	costo individual dolares	Cant. de Unidades	Costo Total dólares
Ascensor neumatico por vacio	Casona	$ 26,000,000.00	U$D 26,000.00	1.00	U$D 26,000.00
Montacarga	Casona	$ 5,000,000.00	U$D 5,000.00	1.00	U$D 5,000.00

Cámaras frigoríficas	Restaurant + Bar	$ 2,500,000.00	U$D 2,500.00	2.00	U$D 5,000.00
Paneles fotovoltaicos	Lodges	$ 3,288,597.00	U$D 3,288.60	25.00	U$D 82,214.93
TOTAL				**U$D 118,214.93**	

Amortización

La amortización es "estimar el valor contable de la depreciación de ciertos bienes a través del tiempo…y se calcula dividiendo el valor de mercado de cada bien por la cantidad de años de vida útil estimada para cada bien" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 221).

A continuación, se presenta la amortización tanto para el terreno y la infraestructura, como para el mobiliario, equipos y equipos grandes:

Aclaraciones pertinentes del análisis

- Terreno y estructura amortizado a 40 años (480 meses)
- Mob. y equipamiento amortizado a 5 años (60 meses)
- Equipos grandes amortizado a 10 años (120 meses)

Si bien el terreno no se amortiza ni se deprecia, puesto que se considera que tiene una vida útil indefinida, en este caso se tomará en cuenta el valor dentro de la inversión inicial.

Cuadro 23. En el siguiente cuadro se detalla los costos fijos y sus amortizaciones anuales y mensuales, en dólares.

Costos Fijos	Costo Total en dólares	Cantidad de años	Amortización Anual	Cantidad de meses	Amortización mensual
Terreno	U$D 960,000.00	40	U$D 24,000.00	480	U$D 2,000.00
Infraestructura	U$D 4,285,800.00	40	U$D 107,145.00	480	U$D 8,928.75
Mobiliario	U$D 94,085.00	5	U$D 18,817.00	60	U$D 1,568.08
Equipamiento	U$D 80,595.00	5	U$D 16,119.00	60	U$D 1,343.25
Equipos Grandes	U$D 118,214.93	10	U$D 11,821.49	120	U$D 985.12
TOTAL	**U$D5,538,694.93**		**U$D177,902.49**		**U$D 14,825.21**

Como resultado final de la amortización, se obtuvo un total de **U$D 177,902.49** anuales y **U$D 14,825.21** mensuales.

Dotación del Ecolodge

Los costos del personal son elaborados a partir de la información del "Acuerdo Salarial 2024-2025 AHT"[38] de UTHGRA - AHT N°362/03[39] , considerando el personal con jornadas laborales completas y agrupándolos según su categoría, dentro de hoteles 5 estrellas.

Cuadro 24. Detalle de la dotación requerida para el Ecolodge, aclarando cantidad, y el salario a Diciembre según UTHGRA-ATH 2023-2024

Categoría	Cargos	Cantidad	Subtotal de Personas	Salario Agosto 2024	Total
1	Áreas públicas	1	1	$ 1,044,109.00	$1,044,109.00
	Personal de Seguridad	2	2	$ 1,096,320.00	$2,192,640.00
4	Mucamas	3	3	$ 1,208,560.00	$3,625,680.00
5	Auditor nocturno	1	1	$ 1,269,113.00	$1,269,113.00
6	Recepcionistas	3	3	$ 1,332,524.00	$3,997,572.00
7	Supervisor Front	1	5	$ 1,732,299.00	$8,661,495.00
	Supervisor de Seguridad	1			
	Supervisor de Mantenimiento	1			
	Supervisor de Finanzas	1			
	Gobernanta Principal	1			
	Gerente General	1	1	$ 2,200,000.00	$2,200,000.00
		Total de personal	**16**	TOTAL	$22,990,609.00

[38] Acceso al detalle del acuerdo completo en Anexo 1
[39] https://uthgra.org.ar/institucional/accion-gremial/escalas/

Cuadro 25. Resumen del cuadro anterior, aclarando categorías, subtotal de personal, salarios y los totales en dólares.

Cuadro Simplificado Reducción de Personal				
Categoría	**Subtotal de Personas**	**Salario Básico Agosto 2024**	**Total pesos**	**Total dólares**
1	1	$ 1,044,109.00	$ 1,044,109.00	$ 1,044.11
2	2	$ 1,096,320.00	$ 2,192,640.00	$ 2,192.64
4	3	$ 1,208,560.00	$ 3,625,680.00	$ 3,625.68
5	1	$ 1,269,113.00	$ 1,269,113.00	$ 1,269.11
6	3	$ 1,332,524.00	$ 3,997,572.00	$ 3,997.57
7	5	$ 1,732,299.00	$ 8,661,495.00	$ 8,661.50
N	1	$ 2,200,000.00	$ 2,200,000.00	$ 2,200.00
TOTAL			**$ 22,990,609.00**	**$ 22,990.61**

Aclaraciones pertinentes al análisis de costos

- El Gerente General es considerado como categoría “N” a falta de una, en estos casos se toma un valor de salario estimativo para realizar los cálculos necesarios.

Costos de Servicios

Consumo de energía eléctrica[40]

EDESA (Empresa Distribuidora de Electricidad de Salta) [41]

[40] Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. *Calculadora de Consumo Eléctrico* https://www.argentina.gob.ar/enre/uso-eficiente-y-seguro/calcula-tu-consumo-electrico-hogar-kwh

[41] https://www.edesa.com.ar/ https://www.edesa.com.ar/cuadro-tarifario/

Cuadro 26. Detalle de artefactos a utilizar, y sus consumos de energía eléctrica.

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA								
Categoría	**Artefacto**	**Detalle**	**Unidades**	**Consumo W/h**	**Hs uso**	**Total W hora x dia**	**Total W/mes**	**Total Kw/Mes**
Iluminación	Luces LED	habitación	4					
		living - comedor - cocina	4					
		baño	3					
		terraza	1					
		Total	12	11	5	660	19800	19.8
Pequeños electros	Pava eléctrica		1	2000	1	2000	60000	60
	Microondas		1	640	1	640	19200	19.2
	Heladera		1	75	24	1800	54000	54
	Tostadora		1	950	1	950	28500	28.5
	Cafetera		1	900	1	900	27000	27
Otros	Aire acondicionado		1	658	5	3290	98700	98.7
	TV LED 50"		1	90	3	270	8100	8.1
	Secador de Pelo		1	2000	1	2000	60000	60
	Camara de seguridad		1	4	24	96	2880	2.88
	Alarma contra incendios		1	180	24	4320	129600	129.6
	Termotanque		1	1500	5	7500	225000	225
TOTALES			**23**	**9008**	**95**	**24426**	**732780**	**732.78**

Costo Fijo por mes	$372.11
Valor Kw/h	$17.03
Total en $ de Kwh de cada cabaña por mes	$12,479.39
Total de Cabañas (25)	$311,984.75
Total en $ de Kw/h x mes iluminacion casa central + bar + spa	$3,371.98
Consumo de cabañas + casa central + bar + spa + Cargo	**$315,356.73**

Fijo	
Total en dólares	**U$D 840.95**

Tarifario de costo de Electricidad

En este caso, la tarifa que corresponde es la 3, gran demanda, BT baja tensión 380-220 → cargo de horas resto 17,0302 $/Kw.

Medianas y Grandes Demandas (> = 10 KW)

TARIFA 2 (Demandas 10 - 50 KW)	Cargo por máxima capacidad de sum. contratada - $ / KW-mes	Cargo fijo $ / mes	Cargo variable $ / KWh
Baja Tensión - Mediana Demanda	2.168,76	363,03	9,2238

				Organismos y Entes Públicos de Salud y Educación			General		
TARIFA 3 (Demandas > 50 KW)	Cargo por máx. cap. de sum. contratada $ / KW-mes	Cargo por cap. de sum. contratada en hs. de punta $ / KW-mes	Cargo fijo $ / mes	Cargo variable horas pico $ / KWh	Cargo variable horas resto $ / KWh	Cargo variable horas valle $ / KWh	Cargo variable horas pico $ / KWh	Cargo variable horas resto $ / KWh	Cargo variable horas valle $ / KWh
BT - Mediana Demanda	1.142,90	1.304,62	372,11	17,6437	17,0302	16,4228	17,6437	17,0302	16,4228
BT - Gran Demanda (Nota 1)	1.142,90	2.105,48	372,11	20,7617	19,9378	19,2617	26,4567	25,5459	24,8158
MT - Mediana Demanda	453,24	599,59	13.047,21	26,2750	25,4797	25,0724	26,2750	25,4797	25,0724
MT - Gran Demanda (Nota 2)	453,24	1.324,31	13.047,21	22,9694	22,4496	21,8070	29,2462	28,7407	28,0710
AT - Gran Demanda	94,83	941,55	13.047,21	17,2955	16,6926	16,3446	22,0325	21,3806	21,0507

Nota 1: Para Organismos y Entes Públicos de Salud y Educación el Cargo por Cap. de Sum. Cont. en Hs. de Punta será 1.304,62 $/KW-mes
Nota 2: Para Organismos y Entes Públicos de Salud y Educación el Cargo por Cap. de Sum. Cont. en Hs. de Punta será 599,59 $/KW-mes

Consumo de agua y agua caliente

Cálculo del consumo de agua caliente:

250 litros/ persona x día x (40-20)ºC x 1 Kcal / Cº x litro

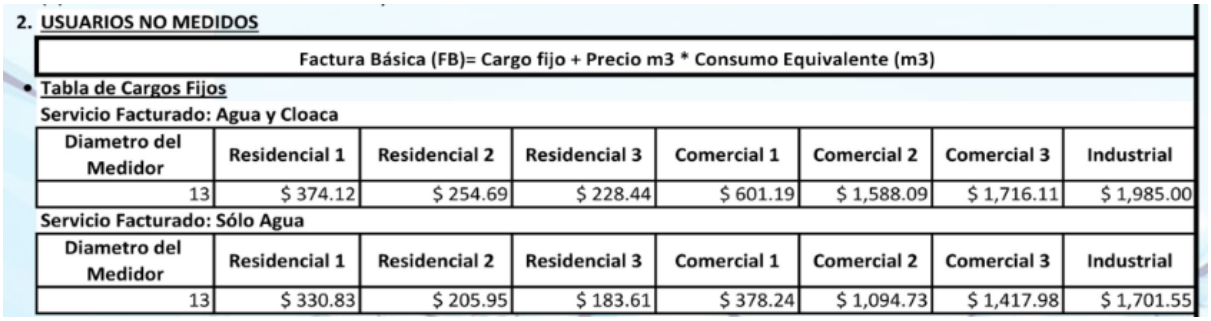
250 x 20 x 1 = 5.000 Kcal / día x persona x 122 personas = 610.000 Kcal x día

No se toma en cuenta el cálculo de agua caliente para el consumo de gas ya que están contempladas las horas de uso del termotanque eléctrico como energía eléctrica.

Cuadro 28. Cálculo del consumo de agua.

CONSUMO DE AGUA						
Litros diarios por Persona	Cant. de Huéspedes	Cant. de Empleados	Total de Personas	Litros del total de personas	Consumo mensual en L	Cons. en M3
500	**70**	**52**	**122**	**61000**	**1830000**	**1830**
CONSUMO DE AGUA CALIENTE						
Litros diarios por Persona	Cant. de Huéspedes	Cant. de Empleados	Total de Personas	Litros del total de personas	Kcal por día	Kcal por mes
250	**70**	**52**	**122**	**30500**	**610000**	**18300000**

Tarifario de costo de agua[42]



2. USUARIOS NO MEDIDOS

Factura Básica (FB)= Cargo fijo + Precio m3 * Consumo Equivalente (m3)

- Tabla de Cargos Fijos

Servicio Facturado: Agua y Cloaca

Diametro del Medidor	Residencial 1	Residencial 2	Residencial 3	Comercial 1	Comercial 2	Comercial 3	Industrial
13	$ 374.12	$ 254.69	$ 228.44	$ 601.19	$ 1,588.09	$ 1,716.11	$ 1,985.00

Servicio Facturado: Sólo Agua

Diametro del Medidor	Residencial 1	Residencial 2	Residencial 3	Comercial 1	Comercial 2	Comercial 3	Industrial
13	$ 330.83	$ 205.95	$ 183.61	$ 378.24	$ 1,094.73	$ 1,417.98	$ 1,701.55

CARGO FIJO + PRECIO M3 * COEFICIENTE DE CONSUMO* CONSUMO EN M3					
Cargo Fijo	**Precio M3**	**Coef. Consumo**	**Consumo en M3**	**Total en pesos**	**Total en dólares**
1,716.11	31.95	2.00	1,830.00	**$118,653.11**	**U$D 316.41**

[42] https://www.aguasdelnortesalta.com.ar/tarifas.php
https://www.aguasdelnortesalta.com.ar/archivos/Cuadro_Tarifario_2022.pdf

Total de servicios de electricidad y agua

Cuadro 30. Resumen de los costos en servicios de electricidad y agua del Ecolodge**.**

Concepto	Costos en pesos	Costos en dólares
Servicio de Electricidad	$315,356.73	**U$D 840.95**
Servicio de Agua	$118,653.11	**U$D 316.41**
Total	**$434,009.84**	**U$D 1,157.36**

En el caso de los consumos eléctricos del proyecto hotelero se cuenta con un aliado en los valores, el cual es la intención de mantener el proyecto con el cuidado del medioambiente, esto incluye el uso de energías renovables para la sustentabilidad del alojamiento.
Para lograr la sustentabilidad del servicio eléctrico se analizará el uso de paneles solares que permitan reducir el costo eléctrico en su totalidad. Si bien, los dispositivos en sí tendrán un impacto sobre los costos estructurales en las instalaciones, el objetivo es lograr eliminar el impacto del costo eléctrico.

Para poder mejorar los costos, se decidió reducir los costos en servicios de electricidad, ya que el gasto mensual era de $315,356.73 . Para esto, se optó por instalar paneles fotovoltaicos en cada cabaña con el fin de reducir dicho gasto y mejorar las prácticas sustentables.

Entendiendo que una cabaña consume 24.42 Kw hora/día, traducido a 30 días, da un total de 732.3 Kw hora/mes. **EDESA** (Empresa Distribuidora de Electricidad de Salta) tiene un valor de Kw/h de $17.03 Kw/h, por lo tanto:

1 Lodge

Consumo en KW hora por día= 24.42 Kw hora / día
24.42 kw hora/ dia X 30 días = 732.6 Kw hora / mes (gasto mensual)
732.6 KW HORA / MES x $17.03 kw/h (EDESA)= **12476 $/ mes x cabaña**

Consideraciones Previas

ESTUDIO SOLAR DEL TERRENO

Es pertinente realizar el estudio solar del lugar donde se emplaza el proyecto hotelero, puesto que las horas de sol disponible son determinantes para saber la energía con la que se trabajará aún siendo un número aproximado.

Según el estudio solar realizado con ayuda del sitio web de Sun Earth Tools[43] y, de acuerdo a la ubicación del terreno (-26.076126843183054, -65.87836344139586), el mismo tiene aproximadamente 11 hs de sol, donde la salida del sol se da a las 07:11:27 * 64.55° y el atardecer a las 17:43:27 * 295.42°.

PANELES FOTOVOLTAICOS

Para la reducción del gasto energético y el aprovechamiento de la energía solar disponible, se analiza el uso de paneles fotovoltáicos, los mismos tienen el poder de alimentación de un determinado número de W, por lo que se realizarían las compras necesarias para abastecer lo correspondiente a cada cabaña.

VIDA ÚTIL DE LOS PANELES FOTOVOLTAICOS

> La media de vida útil de los paneles es de 25 años, con un adecuado mantenimiento, pueden llegar a durar más de 30 años. Teniendo en cuenta que la potencia bajará a partir de los 20 debido al desgaste de las células. Un reciente estudio del International Centre for Settlement of Investment Disputes (ICSD) llegó a la conclusión de que la vida útil de las instalaciones solares alcanzaba los 35 años. Gracias a este informe, se puede calcular mejor los ingresos a obtener por dichas plantas.[44]

En particular, para el caso de estudio se utilizará:

- Kit Solar Completo Con 2 Paneles De 330w Inversor 3000w 10s[45]
  Valor: $1.076.199



[43] Sitio web https://www.sunearthtools.com/dp/tools/pos_sun.php
[44] Sitio web incluido en el Anexo I - Sustentabilidad
[45] Sitio web de compra incluido en el Anexo 1 - Sustentabilidad

EL KIT SOLAR INCLUYE -

• 2 Paneles de 330W policristalinos (Vida útil de 30 años).
• Medidas en milímetros (1956 x 992).
• 2 Baterías Solares de 180Ah.
• 1 Inversor / Cargador 24V a 220V – 3000W / 50A PWM (Inteligente y Onda Pura).
• Todos los cables y bornes para su conexión.
• Soportes para los paneles adaptables a cualquier superficie

Análisis de aplicación

Equipo de 660 W (2 Paneles) x 11 horas de sol = **7,26 KW** hora / día
Necesitamos cubrir la el consumo de **24,42 KW** hora / día de una cabaña
24,42 KW hora / día dividido en los 7,26 KW hora / día = **3,36 Unidades necesarias**

Necesitamos 6 paneles fotovoltaicos para cubrir (aproximadamente) el gasto de una cabaña en particular
6 Paneles x 330W → 1980W x 11 horas de sol = **21,78 KW** hora / día

El kit solar incluye 2 paneles de 330w = 660 W
Cada Kit tiene un valor de $1.076.199
Necesitamos 3 kits = **$3.288.597**

Para la evaluación final se tomó en cuenta el valor del gasto de compra dividido el gasto mensual de consumo eléctrico de la cabaña:

$3.288.597 / 12476 $/mes = 259 meses / 12 meses = 21 años

Durante 21 años no se pagaría la electricidad de esa cabaña.

Energías Sustentables

Si bien en el trabajo realizado sólo se analizó la reducción de energía eléctrica con el uso de paneles fotovoltaicos, también serán aplicados otros métodos para la reducción del agua y para la conservación de la climatización ambiental.

Métodos asociados al agua

- Kit de reconversión para mochila
- Recolección de agua de lluvia
- Reductores en canillas y ducha

Métodos asociados a la electricidad

- Iluminación con luces led

- Apliques de vidrio en techos para la iluminación
- Regular la temperatura a la que está trabajando el termotanque

Métodos aplicados en la construcción

- Uso de materiales para resolver aislación y conservar las temperaturas;
- Uso de muro trombe en la pared que apunta al norte para una mejor aislación térmica;

TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES

Cuadro 31. Aquí se incluye la inversión inicial amortizada, la dotación y el plan de marketing expresado en dólares, calculado mensualmente y anualmente.

Costos Fijos	Costo en dolares mensuales	Costo en dolares anuales
Terreno	**U$D 2,000.00**	**U$D 24,000.00**
Infraestructura	**U$D 8,928.75**	**U$D 107,145.00**
Mobiliario	**U$D 1,568.08**	**U$D 18,817.00**
Equipamiento	**U$D 1,343.25**	**U$D 16,119.00**
Equipos Grandes	**U$D 985.12**	**U$D 11,821.49**
Dotación	**U$D 22,990.61**	**U$D 275,887.31**
Plan marketing	**U$D 2,500.00**	**U$D 30,000.00**
TOTAL	**U$D 40,315.82**	**U$D 483,789.80**

Precio de venta lodges

Para poder establecer el precio de venta de los Lodges, se relevaron las tarifas de la competencia directa con el objetivo de tener un precio competitivo. A continuación, se detalla en el cuadro la tarifa en temporada alta y baja para cada tipo de unidad habitacional, y el precio promedio ponderado para cada temporada.

Cuadro 32. Detalle del precio por noche de los Lodge en Temporada alta, precio promedio ponderado y costo variable unitario.

PRECIO TEMPORADA ALTA							
Tipo de Lodge	**Dimensiones en m2**	**Cantidad**	**Plazas**	**Total de Plazas**	**Tarifas en dólares por noche en cada base**	**Tarifas en dólares x persona**	**TOTAL**
Lodge base doble	54	10	2	20	U$D 310.00	U$D 155.00	U$D 3,100.00
Lodge base cuádruple	67	10	4	40	U$D 380.00	U$D 95.00	U$D 3,800.00
Lodge ATP	60	5	2	10	U$D 310.00	U$D 155.00	U$D 1,550.00
Totales		**25**		**70**			U$D **8,450.00**
PRECIO PROMEDIO PONDERADO							U$D **338.00**
COSTO VARIABLE UNITARIO							U$D **50.70**

Cuadro 33. Detalle del precio por noche de los Lodge en Temporada baja, precio promedio ponderado y costo variable unitario.

PRECIO TEMPORADA BAJA							
Tipo de Lodge	**Dimensiones en m2**	**Cantidad**	**Plazas**	**Total de Plazas**	**Tarifas en dólares por noche en cada base**	**Tarifas en dólares x persona**	**TOTAL**
Lodge base doble	54	10	2	20	U$D 280.00	U$D 140.00	U$D 2,800.00
Lodge base cuádruple	67	10	4	40	U$D 340.00	U$D 85.00	U$D 3,400.00
Lodge ATP	60	5	2	10	U$D 280.00	U$D 140.00	U$D 1,400.00
Totales		**25**		**70**			U$D **7,600.00**
PRECIO PROMEDIO PONDERADO							U$D **304.00**
COSTO VARIABLE UNITARIO							U$D **45.60**

PRECIO PROMEDIO ANUAL	**$321.00**
COSTO VARIABLE UNITARIO	**$48.15**

Como resultado, el Precio Promedio Anual es de U$D 321.

Costo de las habitaciones

Para poder establecer el costo variable de las habitaciones, se calcula el **15% del precio de venta**. Se detalla a continuación para la temporada alta y la temporada baja.

Cuadro 34. Costo variable de las cabañas en temporada baja y temporada alta

Temporada alta	Base doble	Base cuádruple	ATP
Precio	U$D 310	U$D 380	U$D 310
Costo variable unitario	U$D 47	U$D 57	U$D 47
Temporada baja	**Base doble**	**Base cuádruple**	**ATP**
Precio	U$D 280	U$D 340	U$D 280
Costo variable unitario	U$D 42	U$D 51	U$D 42

Costo variable unitario promedio total: U$D 48

Ingresos por ventas

Para la estimación del ingreso de ventas, se tomó la Tasa Neta de Ocupación Hotelera del 2019, puesto que luego de ese año no se obtuvieron valores sobre la TNO, por lo tanto, es el único dato certero, el cual fue de un 55%. Debido a que el alojamiento es nuevo en el mercado, a modo realista, se tomará para el primer año un 35% de tasa de ocupación, buscando llegar al tercer año al 55%, y al décimo año, lograr un 95% de ocupación, sabiendo también que el mismo varía mes a mes y no será constante.

Entendiendo que la temporada alta en Cafayate equivale a 120 días al año (se tomó enero, febrero, parte de marzo y abril, y julio), y la temporada baja 245 días, se calcularán los ingresos para cada una dependiendo del tipo de cabaña, tanto al 95% , al 55%, como al 35%.

Cálculo de ingresos de los Lodge en temporada baja

PRECIO TEMPORADA BAJA			
Tipo de Lodge	**Precio**	**Cantidad de Lodges**	**Ingreso Total x día**
Cabañas base doble	U$D 280.00	10	U$D 2,800.00
Cabañas base cuádruple	U$D 340.00	10	U$D 3,400.00
Cabañas ATP	U$D 280.00	5	U$D 1,400.00
Ingreso total por dia temporada baja			U$D 7,600.00
x 245 días			U$D 1,862,000.00

Cálculo de ingresos de los Lodge en temporada alta

PRECIO TEMPORADA ALTA			
Tipo de Lodge	**Precio**	**Cantidad de Lodges**	**Ingreso Total x día**
Cabañas base doble	U$D 310.00	10	U$D 3,100.00
Cabañas base cuádruple	U$D 380.00	10	U$D3,800.00
Cabañas ATP	U$D 310.00	5	U$D 1,550.00
Ingreso total por dia temporada alta			U$D 8,450.00
x 120 dias			U$D 2,070,250.00

Total de ingresos del Ecolodge según la Tasa de Ocupación Hotelera

Temporada	**Cantidad de días**	**Tarifa Total**	**Ingreso Total**
Temporada Baja	120	U$D 8,450.00	U$D 1,014,000.00
Temporada Alta	245	U$D 7,600.00	U$D 1,862,000.00
Total anual			**U$D 2,876,000.00**
Ocupación al 95%			**U$D 2,732,200.00**
Ocupación al 55%			**U$D 1,581,800.00**
Ocupación al 35%			**U$D 1,006,600.00**

Analizando el cuadro anterior, y entendiendo que el ingreso total calculado es anual, por lo tanto, con una Tasa de Ocupación del 35%, se estima un ingreso anual de U$D 1,006,600.00 para el primer año.

Restaurante, Bar y Bodega

Para el caso de los ingresos por el Restaurante, bar y bodega, se subalquilarán a U$5.000, esto incluye las instalaciones, equipamiento y mobiliario.

Ingresos	**Ingreso mensual**	**Ingreso Anual**
Restaurante + bar	U$D 5,000.00	U$D 60,000.00
Bodega	U$D 5,000.00	U$D 60,000.00
Total Ingresos	**U$D 10,000.00**	**U$D 120,000.00**

Por lo tanto, se estima un ingreso mensual de **U$D 10.000,** y anualmente un ingreso de **U$D 120.000**.

Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se tomaron en cuenta los siguientes datos:

- Total de costos fijos mensuales
- Precio variable unitario
- Costo Variable unitario

Fórmula para calcular el punto de equilibrio

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)				
Total Costos Fijos	**Precio Variable Unitario ANUAL**	**Costo Variable Unitario (15%)**	**TOTAL Hab/mes**	**Tasa de Ocupación**
U$D 40,315.82	U$D 321.00	U$D 48.15	147.8	19.7
PUNTO DE EQUILIBRIO (PESOS)				
Total Costos Fijos	**Precio Variable Unitario**	**Costo Variable Unitario (15%)**	**TOTAL U$D/mes**	
U$D 40,315.82	1	0.85	U$D 268,772.11	

Teniendo un Costo Fijo Total Mensual de **U$D 40,315.82**, un Precio Variable Unitario de **U$D 321** y el Costo Variable Unitario de un **15%** del mismo, debido a los elementos de la categoría del alojamiento, es decir **U$D 48,15,** se obtiene como resultado un total de **148 habitaciones por mes** para lograr el punto de equilibrio. Esto significa qué se debe lograr vender esa cantidad de unidades para cubrir costos fijos y variables.

Para calcular la Tasa de Ocupación se multiplicaron los 25 lodges por 30 días, obteniendo un total de **750 habitaciones por mes**. Dado que el punto de equilibrio es de 148 habitaciones por mes, la tasa de ocupación necesaria para alcanzar el punto de equilibrio es de un **19.7%**.

CANTIDAD DE HAB. MENSUALES= 25 HAB X 30 DIAS/MES = 750 HAB/MES

TASA DE OCUPACIÓN = 148 Hab/mes / 750 Hab/mes = 19.7%

Tasa Neta de Ocupación de Cafayate= 55%

Evaluación de rentabilidad

En esta etapa "se estimará cómo se recupera la inversión, y además se evaluará el atractivo que tendrá el proyecto en términos de rentabilidad" (González, R. & Perini, M.M., 2014, p. 231).

Flujo de Fondos

González, R. y Perini, M.M. (2014) definen el flujo de fondos como aquel que:

> Permite comenzar a visualizar de qué manera el proyecto generará los beneficios necesarios para recuperar la inversión. Constituye una proyección de las utilidades en la vida del proyecto, y puede entenderse en principio, simplemente como los flujos de dinero que generará el proyecto (p. 232).

Para realizar el Flujo de Fondos o Cash Flow, se realizó una proyección a 10 años tomando en cuenta los siguientes datos:

- Inversión Inicial
- Capital de Trabajo
- Ingresos Lodge anual
- Ingresos alquileres anual
- Costos Fijos anuales
- Costos Variables anuales
- Impuestos: Como responsable inscripto, en AFIP se deben pagar los siguientes impuestos: Impuesto a la Ganancia del 35% e Impuesto a los Ingresos Brutos de un 5% anuales, e IVA, pero este último no se tomará para realizar el Flujo de Fondos.
- Nivel de Ocupación: variable principal de la que se realizaron las estimaciones
- Variación nivel de ocupación: se calculó el nivel de variación del nivel de ocupación año a año.

Inversión inicial

Inversión Inicial	Costo en dólares
Terreno	**U$D 960,000.00**
Infraestructura	**U$D 4,285,800.00**
Mobiliario	**U$D 94,085.00**
Equipamiento	**U$D 80,595.00**
Equipos Grandes	**U$D 118,214.93**
Subtotal	**U$D 5,538,694.93**
Imprevistos 3%	**U$D 166,160.85**
TOTAL	**U$D 5,704,855.77**

En el caso del terreno, la inmobiliaria permite financiarlo a 3 años, pagando por adelantado un 50%, es decir, **U$D 480.000**, y se pagará **U$D 160.000** por 3 años.

Fuente de financiación: Inversores.

Capital de trabajo

El Capital de Trabajo se calculó tomando los **Costos Anuales Totales de U$D 483,789.80** dividido en 365 días, lo que da como resultado un **Costo Diario de U$D 1,325**. A su vez se calculó que la estadía promedio es de 4 días, más 15 días de desfasaje que se recibe el dinero de los huéspedes, en total 19 días. Luego el Costo Diario se multiplicó por el total de días, lo que da como resultado **U$D 25,183.57 de Capital de Trabajo.**

Ingresos Anuales Lodges y Alquileres de Restaurante y Bodega

- Lodges: **U$D 1.006.600,00**
- Alquileres**: U$D 120.000**

Costos Fijos y Costos Variables Anuales

- Costos Fijos Anuales: **U$D 483,789.80**
- Costos Variables año 1: **U$D 25.000**

FLUJO DE FONDOS

Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
nivel de ocupacion	0%	35	45	60	69	75	79	83	85	90	95
Variacion nivel de ocupacion			1,285714286	1,333333333	1,15	1,086956522	1,053333333	1,050632911	1,024096386	1,058823529	1,055555556
INGRESOS											
ingresos por Lodges		1.006.600,00	1.294.200,00	1.725.600,00	1.984.440,00	2.157.000,00	2.272.040,00	2.387.080,00	2.444.600,00	2.588.400,00	2.732.200,00
ingresos por alquileres		120.000,00	154.285,71	205.714,29	236.571,43	257.142,86	270.857,14	284.571,43	291.428,57	308.571,43	325.714,29
Subotal Ingresos		1.126.600,00	1.448.485,71	1.931.314,29	2.221.011,43	2.414.142,86	2.542.897,14	2.671.651,43	2.736.028,57	2.896.971,43	3.057.914,29
COSTOS											
total costos fijos		483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80	483.789,80
total costos variables		25.000,00	32.142,86	42.857,14	49.285,71	53.571,43	56.428,57	59.285,71	60.714,29	64.285,71	67.857,14
subtotal Costos		508.789,80	515.932,66	526.646,94	533.075,51	537.361,23	540.218,37	543.075,51	544.504,09	548.075,51	551.646,94
Total de ingreso		617.810,20	932.553,06	1.404.667,34	1.687.935,91	1.876.781,63	2.002.678,77	2.128.575,91	2.191.524,49	2.348.895,91	2.506.267,34
IMPUESTOS											
ILGG(35%)		216.233,57	326.393,57	491.633,57	590.777,57	656.873,57	700.937,57	745.001,57	767.033,57	822.113,57	877.193,57
ILBB(5%)		21.623,36	32.639,36	49.163,36	59.077,76	65.687,36	70.093,76	74.500,16	76.703,36	82.211,36	87.719,36
Inversión Inicial	-5.704.855,77										
Inversión Capital Trabajo	-25.183,57										
Valor desecho											
TOTAL FLUJO DE FONDOS	-5.730.039,34	379.953,27	573.520,13	863.870,42	1.038.080,59	1.154.220,70	1.231.647,44	1.309.074,19	1.347.787,56	1.444.570,99	1.541.354,42
PERIODO DE RECUPERO	-5.730.039,34	-5.350.086,07	-4.776.565,94	-3.912.695,52	-2.874.614,93	-1.720.394,23	-488.746,79	820.327,40	2.168.114,96	3.612.685,95	5.154.040,36
VAN	$ 722.192,86										
TIR	11%										
PRI	6,87										

El proyecto es rentable porque el VAN es positivo (U$D 722.192,86) y la TIR supera la tasa de corte (11%)

El período de recupero o payback de la Inversión Inicial es de 7 años aproximadamente.

TASA DE CORTE	9,00%
Total Fujo de Fondos a 10 años	$ 6.427.048,63
Inversion inicial	-5.704.855,77
VAN	$ 722.192,86

1	379.953,27
2	953.473,40
3	1.817.343,82
4	2.855.424,41
5	4.009.645,11
6	5.241.292,55
7	6.550.366,74

Fuente: Elaboración propia con colaboración de Pietrantueno Claudio (Profesor de la Universidad Abierta Interamericana, Facultad de Ciencias Económicas) y Alfonso Ezequiel (Contador egresado de la Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Ciencias Económicas).

ANÁLISIS DE FLUJO DE FONDOS

- **Inversión Inicial**: -5.704.855,77
- **Capital de Trabajo**: -25.183,57
- **Ingresos Lodge anual:** 1.006.600,00
- **Ingresos alquileres anual**: 120.000,00
- **Costos Fijos anuales:** 483,789.80
- **Costos Variables anuales**: 25.000 año 1
- **Impuestos:** Impuesto a la Ganancia del 35% e Impuesto a los Ingresos Brutos de un 5% anuales.
- **Nivel de Ocupación:** variable principal a partir de la cual se realizaron las estimaciones.
- **Variación nivel de ocupación:** se calculó el nivel de variación del nivel de ocupación año a año.

En el año 0 se encuentra la Inversión Inicial en negativo y el Capital de Trabajo en negativo.

Los ingresos tanto por lodge como por alquileres se ubican en el año 1, y se van a ir incrementando en base al porcentaje de variación del nivel de ocupación año a año. Los costos fijos son iguales para todos los años, mientras que con los costos variables se calculó el aumento con el mismo criterio que los ingresos. Es decir, se actualizan año a año según cómo fue variando el nivel de ocupación.

Se restó el total de los ingresos contra los egresos, luego se le descontaron los impuestos, dando un total en relación a cada año. Debajo se especificó el flujo de caja total teniendo en cuenta la inversión inicial para mostrar el periodo de recupero de dicha inversión.

Se calculó el VAN con una tasa de corte del 9% (el flujo de fondos se realiza en dólares), TIR y PRI. Los resultados fueron los siguientes:

- **VAN positivo: U$D 722.192,86**
- **TIR con un 11% siendo mayor a la tasa de corte.**
- **PRI: el periodo de repercusiones o payback de la inversión inicial es de 7 años aproximadamente.**

Como resultado del análisis de Flujo de Fondos, se puede ver que el proyecto es rentable, dando como resultado un VAN positivo y la TIR superior a la tasa de corte.

CONCLUSIÓN FINAL

La Usina fue una idea que comenzó a pensarse desde el inicio de la carrera, con la intención de combinar la sustentabilidad y la sostenibilidad, la conexión con la naturaleza y la hotelería. El objetivo fue crear un espacio en el que los huéspedes no solo encontrarán un alojamiento de lujo con un servicio completo, sino también generar experiencias inolvidables, enriquecedoras e inmersivas en un entorno natural.

Se optó por la Región Norte de Argentina y en particular Cafayate debido a sus atractivos turísticos y su creciente auge en el turismo vitivinícola, siendo el segundo destino enoturístico del país con mayor concentración de bodegas. Dicho fenómeno está ligado de manera directa al ecoturismo, ambos apuntan al desarrollo sustentable y la preservación tanto natural como cultural, y responden a las necesidades de la demanda actual. Buscando ir un paso más lejos, surge la idea de la arquitectura biomimética, transformando a La Usina en un atractivo en sí, con el fin de resaltar la diversidad natural de la localidad e innovar en cuestiones arquitectónicas.

Durante el desarrollo del proyecto se presentaron grandes desafíos, como, por ejemplo, el adaptarse a las normativas legales y regulatorias, dado que las mismas varían según cada Provincia y Municipio de Argentina. Fue primordial realizar un análisis exhaustivo de Cafayate sobre la oferta y la demanda con el propósito de adaptar el proyecto a las necesidades y preferencias del segmento.

Si bien se pudo observar la existencia una amplia variedad de oferta hotelera en Cafayate, pocos son los alojamientos que ofrecen servicios completos de alta categoría y agregados de valor en relación a la sustentabilidad. En contraposición, La Usina le brindará a los futuros huéspedes un espacio de conexión real con la naturaleza, junto con restauración, bodega con productos de calidad y una amplia variedad de actividades recreativas, en el predio y por fuera del mismo, diseñadas para cada segmento del mercado, de modo tal que el cliente tenga todo al alcance de su mano, en un entorno que le brinde comodidad y tranquilidad.

Con respecto al análisis de la demanda, se emplearon tanto fuentes primarias; en este caso se utilizaron encuestas, y fuentes secundarias; tales como informes estadísticos brindados por los entes gubernamentales de Salta a través de sus páginas web oficiales, para poder realizar un informe completo y detallado. A medida que fue desarrollándose el estudio de mercado, se obtuvo un resultado enriquecedor durante el análisis de datos de las encuestas realizadas, pero con limitaciones que provienen de la escasa información estadística que brindan dichos entes.

No obstante, se logró adquirir habilidades en análisis de datos estadísticos, en el diseño del proyecto y la formulación de estrategias de marketing para lograr los objetivos propuestos. Realizar un estudio de prefactibilidad económica detallado fue vital para evaluar si el trabajo en cuestión era viable. Esto permitió no solo ampliar y enriquecer el conocimiento en general,

sino también aprender a resolver los desafíos que puedan presentarse durante el proceso de desarrollo de un proyecto hotelero.

Para finalizar, se cumplió con el objetivo principal del trabajo, logrando demostrar como resultado la viabilidad del proyecto tanto económica como sustentablemente. Luego del análisis del Flujo de Fondos, se obtuvo que el Ecolodge es viable con un VAN positivo de U$D 722.192,86, un TIR con un 11% siendo mayor a la tasa de corte, y el PRI de la inversión inicial es de 7 años aproximadamente.

BIBLIOGRAFÍA

Boullón, R., (1990). *Planificación de Espacios Turísticos*. Editorial Trillas, México D.F.

Burkart, A.J & Medlik, S.,(1981). *Tourism: Past, Present and Future.*. Heineman, Londres.

Calvente, M., (2007). *El concepto moderno de sustentabilidad.* UAIS Sustentabilidad, Universidad Abierta Interamericana

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S.,(1993).*Tourism: Principles and Practice*. Pitman Publishing, Londres.

González, R. & Perini, M.M. (2014). *Formulación y Evaluación de Proyectos. Pautas para microemprendimientos.* 2da Edición.

Mathieson, A. & Wall, G., (1982).*Tourism: Economic, Physical and Social Impacts.*Longman, London.

Sampieri Hernández, R. (2014). *Metodología de la investigación.* 6ta Edición

Sancho, A. (1994). *Introducción al Turismo.* s.l.Organización Mundial del Turismo (OMT)

ANTECEDENTES

Altieri, R.A. (2023). *Anteproyecto Apart Hotel en Bodega Familiar Schroeder, Neuquén.* Universidad Abierta Interamericana.

Bitler, E.M. (2014). *Evaluación de un Anteproyecto para un Eco-Hotel en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.* Universidad Abierta Interamericana.

Bozzano, L.J. (2009). *Estudio de mercado y anteproyecto para la construcción de un Apart Hotel en la Localidad de Cariló.* Universidad Abierta Interamericana.

Caudullo, A.A. (2022). *Anteproyecto Posada Sustentable en Tilcara.* Universidad Abierta Interamericana.

PÁGINAS WEB

Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. *Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos* https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/01-18_-directrices-accesibilidad-alojamientos-turisticos.pdf

Ministerio de Turismo & Ministerio de Energía y Minería. *Cómo ser una Organización Turística Sustentable. Guia para alojamientos, restaurantes y agencias de viaje.* *https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/mintur-minem-como_ser_una_organizacion_turistica_sustentable.pdf*

UNWTO Tourism Definitions | *Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT*. (2019). *UNWTO*. https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284420858#:~:text=El%20ecoturismo%20es%20un%20tipo,fomentar%20el%20bienestar%20de%20la

Turismo en Argentina. *Turismo ecológico en Argentina.* www.turismo-en-argentina.com/turismo-ecologico-en-argentina/

Anexo I

Información legislativa consultada

Ley Nacional de Hotelería y su Decreto 1818/76
https://www.bahia.gob.ar/subidos/turismo/legislacion/Ley-Nacional-de-Hoteleria-y-decreto-reglamentario.pdf

DECRETO 1818/76
ART.17.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea homologado en la clase hotel, categoría cinco estrellas, además de los indicados en el art. 6, los siguientes: (...)

Ley 25.997. Ley Nacional de Turismo
http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/100000-104999/102724/texact.htm

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

Ley 17.752. Hoteles de Turismo Internacional
https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-17752-232558/texto

Ley provincial N° 7045
http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/ley-provincial-7045-turismo.pdf
Capítulo I
(...) Art. 2º.- A los fines de la presente Ley, se entiende por Turismo al conjunto de las actividades, espacios, bienes y servicios originados por el desplazamiento temporal, voluntario y sin fines de lucro, de personas fuera del lugar de residencia habitual, invirtiendo recursos no provenientes del lugar visitado. (...)
Capítulo II
(...) Art. 5º.- La presente Ley se aplicará a todas las actividades vinculadas al Turismo y a personas físicas o jurídicas que la desarrollen, ya sea que presenten, intermedien o reciban servicios turísticos, incluyendo dichos recursos dentro de la jurisdicción provincial. (...)
Capítulo IV - Áreas promovidas
(...) Art. 11.- Será responsabilidad del Poder Ejecutivo Provincial definir las áreas y rutas de desarrollo y promoción turística, (área de promoción intermedia y área de promoción normal), previo estudio específico coherente con la política provincial de desarrollo turístico. Para la construcción, equipamiento y comercialización de hoteles y salas de convenciones, se considerará área de alta promoción en todo el ámbito de la Provincia. (...)

Ley Provincial N.º 5155
https://www.diputadosalta.gob.ar/digesto_leyes/965/download_file

Capítulo III. De las Habilitaciones y Registros

Art. 35.- Los establecimientos comprendidos en la presente Reglamentación no podrán funcionar dentro del ámbito provincial, si no se hallan debidamente habilitados y registrados en el Registro Provincial de Alojamiento Turístico y en el Registro Hotelero Nacional.
Art. 36.- Los interesados en obtener la habilitación de su establecimiento deberán solicitar por escrito la inspección correspondiente.
Art. 37.- Toda solicitud de habilitación de un establecimiento de alojamiento turístico, a ser presentada ante la Dirección Provincial de Turismo, deberá instrumentarse mediante declaración jurada y estará acompañada de la siguiente documentación:
a) Nombre del propietario o razón social y su domicilio real y legal; si es sociedad, carácter de la misma, copia legalizada del contrato social y contratos de arrendamiento o explotación si fueran inquilinos o concesionarios.
b) Acompañar juegos de planos del edificio/s, aprobados por la autoridad competente. En caso de no poseer los mismos, este requisito será suplido mediante inspección por parte de personal técnico del Organismo Provincial de Turismo.
c) Adjuntar, por lo menos, tres fotografías del establecimiento (habitaciones, fachadas, sala de estar, comedor, etc.).
Art. 38.- Una vez cumplimentados los requisitos para la habilitación que por la presente reglamentación se determinen, la Dirección Provincial de Turismo procederá a inscribirlos en el Libro de Registro que a tal efecto se habilitará.
Art. 39.- La habilitación de los establecimientos y el otorgamiento del respectivo número de inscripción en el Libro de Registro, será establecido por la Dirección Provincial de Turismo mediante disposición, que será comunicada a los interesados, enviándose copia de la misma a la Dirección General de Rentas.
Art. 40.- Toda modificación que se introduzca en el edificio o en los servicios de los establecimientos habilitados, deberá ser comunicado por escrito dentro de los diez días mediante pieza certificada a la Dirección Provincial de Turismo, remitiendo copia de los planos e informe de las mejoras introducidas en los servicios que puedan variar su categoría. En ambos casos solicitará la inspección para habilitación y reclasificación, si así correspondiera.
Art. 41.- En caso que los interesados exploten sus establecimientos en temporada, deberán notificar antes de los diez días la apertura y/o cierre a la Dirección Provincial de Turismo, para su control y posterior habilitación. Tendrán que cumplir este requisito todos los establecimientos que cierren por cualquier motivo.
Art. 42.- Los responsables de los establecimientos deberán comunicar al organismo de aplicación con quince días hábiles de antelación el cierre definitivo del establecimiento, transferencia, venta o cesión del mismo.

Decreto N.º 1125. Clasificación y Categorización de Alojamientos Turísticos.
http://turismo.salta.gov.ar/images/uploads/decreto-1125-clasificacion-categorizacion-alojamientos-turisticos-salta.pdf

DECRETO N.º 1125
(...)
2.- DE LA CLASIFICACIÓN ARTÍCULO
4º.- Los establecimientos hoteleros se clasificarán dentro de las categorías siguientes, en atención a la calidad de las comodidades y servicios que prestan al usuario:
a) Hoteles de 5, 4, 3, 2 y 1 estrellas
b) Moteles de 3, 2 y 1 estrellas
c) Hosterías de 3, 2 y 1 estrellas
d) Cabañas de 3, 2 y 1 estrellas
e) Residenciales de A y B
f) Apart- hotel

3.- DE LAS DEFINICIONES
ARTÍCULO 5º.- A los efectos de la presente Reglamentación, se entiende por:
a) Hotel: Aquellos establecimientos con capacidad mínima de veinte (20) plazas en diez (10) habitaciones, en los cuales se presta al turista el servicio de alojamiento, sin perjuicio de los demás que para cada categoría se indiquen. (...)

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

5.- DE LAS CLASIFICACIONES
ARTÍCULO 17.- Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea homologado en la clase Hotel, categoría cinco estrellas, equivalentes a la denominada “internacional” o “de lujo” mencionada en el artículo 10, inciso a) de la Ley nº 18.828, además de los indicados en el artículo 9º, los siguientes:

1) Tener una capacidad mínima de 200 plazas en 100 habitaciones.
2) Todas las habitaciones deberán tener baño privado.
3) El 80% de las habitaciones deberán tener vista al exterior. (...)
8) Tener locales destinados a recepción y portería con una superficie mínima de 50 m2 en conjunto más 0,20 m2 por plaza a partir de las 120 plazas.
9) Tener sala de estar con una superficie mínima de 60 m2 más 0,20 m2 por plaza a partir de las 100 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo.
10) Tener salón comedor- desayunador cuya superficie mínima será de 100 m2 más 1 m2 por cada 3 plazas a partir de las 200 plazas.
11) Tener salón comedor auxiliar para comidas ligeras, niños y acompañantes. (...)

17) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 30% del total de las habitaciones y podrá estar integrado al edificio o ubicado en sus adyacencias, hasta 150 m medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento. Contará con servicio de vigilancia y de transporte del vehículo desde el hotel a la cochera durante las 24 horas. (...)
20) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños por sistemas centrales o descentralizados por planta o grupo de habitaciones, cuando en el lugar donde se encuentre situado el establecimiento se registren temperaturas medias inferiores a 18º C durante algunos de los meses de funcionamiento del mismo.
21) Tener refrigeración en todos los ambientes por sistemas centrales o descentralizados cuando en el lugar donde se encuentre situado el establecimiento se registren temperaturas superiores a 22º C durante alguno de los meses de funcionamiento de los mismos.
22) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, con música ambiental y televisión en los lugares donde la misma exista y servicio telefónico interno que además permita la comunicación con el exterior a través de un conmutador, siempre que dicho servicio sea provisto por el organismo pertinente. (...)
27) Tener personal bilingüe para la atención de la recepción y el salón comedor, debiendo como mínimo en cada turno de trabajo, encontrarse personal que hable inglés y otro idioma extranjero.

Decreto N° 4764 de la modificación del Decreto N° 1125. Incorporación de la categoría Hotel Boutique.
https://visitsalta.ar/page/normativa-y-leyes
ARTÍCULO N° 2: INCORPORAR COMO NUEVA CATEGORÍA EL HOTEL BOUTIQUE, el cual deberá brindar al turista el servicio de alojamiento con prestaciones equivalentes o superiores al de un hotel cuatro estrellas debiendo para ser homologado reunir además de los requisitos generales, los siguientes requisitos:

1) Tener una capacidad mínima de 12 plazas en 6 habitaciones, con un máximo de 50 plazas en 25 habitaciones.-

2) Todas las habitaciones deberán tener baño privado.

3) La superficie mínima de las habitaciones será de 12 m2

4) La superficie mínima de los baños será de 3,20 m2

5) Los baños privados de las habitaciones y suites están equipadas con:

a) Lavabo

b) Bidet

c) Bañera con ducha (Estos artefactos serán independientes y contarán con servicio permanente de agua fría y caliente mezclables)

d) Inodoro

e) Espejo iluminado

f) Toallero

g) Tomacorriente

h) Estanterías.

i) Secador de cabello.

j) Amenities: bolsas higiénicas, gorras para cabellos, pañuelos de papel, shampoo y gel de baño, entre otros.

6) Tener locales destinados a recepción que se encuentren debidamente equipados e identificados.-

7) Tener sala de estar con una superficie mínima de 25 m2. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicio sanitario para el público.

8) Tener salón comedor-desayunador, cuya superficie mínima sea de 1 m2 por plaza. El desayunador puede estar ubicado dentro de la sala de estar cuando las dimensiones de la misma permitan el funcionamiento de ambos.-

9) Tener servicio telefónico en las habitaciones.

10) Contar con entrada de pasajeros independiente de la de servicios. Los establecimientos que cuenten con más de dos pisos, deberán contar con ascensores con capacidad para cuatro personas como mínimo, sujetándose a las condiciones de seguridad exigidas en las disposiciones vigentes en la materia. No se contará planta baja.

11) Tener un “office” por planta cuando la misma cuente con una cantidad superior a diez habitaciones, dotada de:

a) Comunicación interna

b) Mesada con pileta

c) Espacio para artículos de limpieza

12) Las habitaciones estarán equipadas, como mínimo, con los siguientes muebles, enseres e instalaciones:

• Cama individual o doble. Las dimensiones mínimas serán de 0,90 m x 1,90 m para las individuales y 1,60 m x 1,90 m para las dobles, con colchón de alta gama.-

• Una mesa de luz con superficie de mesada de 0,40 cm x 0,40 cm por plaza.

• Un sillón, butaca o silla por habitación y una mesita de escritorio.

• Un porta - maletas.

• Un armario de no menos de 0,55m de profundidad y 0,90 m de ancho.

• Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.

• Todo el personal afectado a la atención de pasajeros estará uniformado e identificado.

• Televisor 21" como mínimo.-

• Servicio telefónico con salida al exterior.

• Tener cofres de seguridad en las habitaciones con combinación electrónica opcional llave, que tengan las siguientes dimensiones: para mueble 37 cm. de ancho x 21 cm. de alto x 42 cm. de profundidad, para empotrar: 40 cm. de ancho x 50 cm. de alto x 19 cm. de profundidad.-

13) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 30% del total de las habitaciones, y podrá estar integrado al edificio o ubicado en sus adyacencias, hasta 150 m medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.

14) Tener calefacción y refrigeración en todos los ambientes, con sistemas centrales o descentralizados no portátiles.

15) Ofrecer al público además del servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio, bar diurno y room service.

16) Wi – fi.

17) Brindar servicios de lavandería.

18) Tener personal bilingüe para la atención de la recepción y del salón comedor en todos los turnos.

19) Contar con personal de recepción uno por turno y un personal de apoyo a recepción.

20) Tener servicio de mucama permanente desde las 07:00 a 23:00 horas.

Resolución N° 292/17 . *Lodge y Petit Hotel.* Gobierno de Mendoza:
https://www.mendoza.gov.ar/turismo/wp-content/uploads/sites/20/2018/08/RESOL-292-17-MODIFICACI%C3%93N-ALOJAMIENTOS-TUR%C3%8DSTICOS.pdf

Art. 3.1.5.2: se considera Lodge al establecimiento que brinda servicio de alojamiento, ubicado en zonas que proporcionan a sus huéspedes una mayor cercanía o contacto con la naturaleza, complementado con actividades turísticas recreativas, propias del emplazamiento del mismo, ofrecidas por prestadores debidamente autorizados por el organismo competente y supervisados por la administración del complejo.

Art. 3.1.5.3: Conformación y morfología. "Construido con… materiales naturales locales y/o revestimientos naturales representativos o típicos del lugar de su localización y con mínimo impacto ambiental buscando mimetizarse con su entorno. Comprometido con la cultura local. y que ofrece al huésped servicios e infraestructura acordes a la temática del mismo.

Ley 25.643. SISTEMA DE PROTECCIÓN INTEGRAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
https://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/75000-79999/77719/norma.htm?fbclid=IwAR24WPfqToMuOr7jA77kBsevbEy3ecp7w7cUeQS2W9JLbXar4HXWecTDvlM

UTHGRA. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social.
http://www.uthgra.org.ar/wp-content/uploads/2016/08/ConvFEHGRA.pdf

UTHGRA-FEHGRA. Acuerdo Salarial
https://contadoresenred.com/wp-content/uploads/2023/05/Acuerdo-UTHGRA-FEHGRA-2023-2024.pdf

UTHGRA. Acuerdo Salarial 2023-2024
http://www.uthgra.org.ar/wp-content/uploads/2023/05/PLANILLA-ACUERDO-2023-2024.pdf

Anexo II

Invernadero y Plantas







