

UNIVERSIDAD TECNÓLOGICA NACIONAL - FACULTAD REGIONAL CHUBUT

Flor de Lis

CASA DE CAMPO



María Belén Martini y Cristian Ezequiel Pieczonka

16/12/2011

U.T.N. FACULTAD REGIONAL CHUBUT
Asiento N° 3127
Entró 19/12/11
Asiento N°
3510

Índice

Introducción y Fundamentación.....	3
Estado de Situación.....	4
Historia.....	4
Factores geográficos.....	7
Factores demográficos y Costumbres.....	8
Marco legal.....	8
Hechos.....	11
Suposiciones.....	12
Visión, Misión y Valores.....	13
Objetivos.....	14
Descripción del producto.....	15
Análisis A.F.A. (Apto, Factible, Aceptable).....	19
Apto.....	19
Factible.....	20
Aceptable.....	21
Mercado objetivo y características del consumidor.....	31
Análisis de la Competencia.....	32
Análisis de mercado.....	34
Estrategia Comercial.....	37
Gestión de la Calidad.....	38
Conclusiones y apreciaciones personales.....	40
Anexos.....	42
Bibliografía.....	70

Proyecto Flor de Lis

1. Introducción y Fundamentación

Este proyecto surge en el marco de la Tecnicatura Superior en Gestión de Empresas Turísticas, más específicamente para su cátedra Práctica Profesional Dirigida, donde cada alumno arma el Proyecto Final de su carrera.

Durante el transcurso de la misma nos interesamos en el estudio del Turismo Rural, por eso decidimos armarlo sobre este movimiento, cada vez más en auge y que tanto nos atrae.

Es así que comenzamos a divulgarlo y a charlar con los conocidos, porque claro... teníamos que conseguir un campo para poner en práctica nuestro proyecto!

Un día hablando con Anahí Olais, una de las propietarias de la estancia Flor de Lis, nos comenta que tenía ganas de abrir su campo al Turismo.

De esta forma, surge una sociedad temporaria que beneficia a ambas partes, nosotros necesitábamos un campo para armar un proyecto y ella necesitaba un proyecto para su campo. A lo largo de un año trabajamos juntos para armar lo que van a encontrar a través de estas páginas: La Casa de Campo Flor de Lis.

2. Estado de Situación

2.1. Historia

2.1.1. Surgimiento del Turismo Rural

2.1.1.1. Unión Europea

El turismo rural surge de manera espontánea en los años cincuenta como una alternativa para recuperar las zonas rurales afectadas por la segunda guerra mundial. En esa misma década se origina en Francia una red que agrupa establecimientos rurales que ofrecen alojamiento. Más adelante se extiende hacia otros países del continente europeo.

A fines de la década del 80 el turismo rural adquiere gran relevancia como actividad extra predial y fuente de ingresos. Los programas de desarrollo vigentes comienzan a valorar los recursos naturales, su patrimonio cultural, sus paisajes y las identidades locales. Esto provocó un cambio en el enfoque de las políticas aplicadas y una reorientación de los recursos hacia el desarrollo de actividades no agrarias en el ámbito rural, como el turismo.

Además vino acompañado de una mayor valoración social de la vida rural a la par que deja de considerarse al campo solo como sostén de la producción agropecuaria y de bienes agrícolas. Estas transformaciones se reflejan en las formas de recreación y ocio de los habitantes urbanos y en la identificación de nuevos perfiles de turistas. Los habitantes de las ciudades comienzan a apreciar al mundo rural como un lugar donde encontrar tranquilidad y naturaleza, otras culturas y tradiciones.

2.1.1.2. América Latina

La ausencia de desarrollo en el ámbito rural y las condiciones de pobreza y exclusión, llevaron a replantearse la visión en torno al desarrollo rural que se aplicó durante más de dos décadas. A partir del año 2000, los gobiernos adecuaron sus políticas hacia una estrategia de desarrollo rural integrado, basado en el enfoque territorial, por lo cual se comienzan a promocionar el desarrollo y la diversificación de actividades secundarias en el sector agropecuario.

El turismo rural surge como una nueva alternativa económica, que complementa la producción, lo que permite el uso de las instalaciones ociosas de los establecimientos, así como también la inclusión de la mano de obra familiar no ocupada.

El incremento del turismo rural se origina por dos factores: la crisis que motiva a agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas y la visualización de una demanda creciente de un sector dinámico como es el turismo.

En América Latina el turismo rural se vincula a lagos, ríos, reserva y parques, al conocimiento de diversas culturas y a la existencia de restos arqueológicos. Los especialistas coinciden en que se trata de una actividad que puede generar externalidades positivas, como la protección de los recursos naturales, generación de empleos, y la creación de mercados para los

productores familiares. Cabe destacar que en los sectores más perjudicados por la globalización surge como alternativa de subsistencia, de generación de ingresos suplementarios e incluso con el objeto de evitar la desaparición de pueblos.

Se considera que el desarrollo del turismo rural, si no se realiza bajo los preceptos de sustentabilidad, respeto a las culturas y cuidado a los recursos naturales, puede perjudicar e incluso incrementar las condiciones de pobreza y deterioro de las comunidades rural.

A pesar de las distintas visiones, la realidad nos demuestra que es un fenómeno en expansión en América Latina. Ya existen diversos "paquetes" que ofrecen, no solo la posibilidad de permanecer uno o más días para descansar y disfrutar del paquete rural, sino también involucrarse con la forma de vida del productor y la familia. Además existen diversas asociaciones en toda Latinoamérica que abordan el turismo rural bajo diversas modalidades.

2.1.1.3. República Argentina

En la Argentina, el desmantelamiento de políticas sociales universalistas, las modificaciones en el marco institucional efectuadas en la década del 90 y la exacerbación de la competencia, produjeron cambios en el comportamiento de la economía del país, así como también importantes transformaciones sociales en el medio rural.

En este contexto, las nociones acerca de una nueva ruralidad, la multifuncionalidad de los espacios rurales y la importancia del empleo rural no agrícola, se han combinado con "procesos de degradación de los destinos y modalidades turísticas tradicionales" que implican la elección y promoción, desde distintos sectores, de nuevos destinos y formas de hacer turismo. Así, el turismo rural se presentó como una segunda actividad que permitiría no dejar de lado la actividad principal del campo, representando una nueva alternativa económica para el sector.

La crítica situación de una parte del sector agropecuario argentino fue lo que le dio impulso, configurándose, en algunos casos, como la única manera viable de mantener sus establecimientos.

Entre las primeras iniciativas en la Argentina, se destacan las de la región patagónica, que comenzaron principalmente como una alternativa a la reducción de ingresos que generó la caída en los precios de la lana (principal actividad productiva de la región), configurándose como complemento de las explotaciones agropecuarias, combinando la búsqueda de una mayor rentabilidad y el fortalecimiento de las unidades. En numerosos casos, los emprendimientos se han localizado sobre infraestructuras preexistentes, con acervos culturales propios de las zonas donde se llevaban a cabo. En general, se reasignan lugares en la casa para compartir (habitaciones que pasan a ser para huéspedes, se comparte la mesa, etc.), así como alguna de las actividades de la unidad productiva, es decir, que muchos productores comenzaron a volcarse al turismo rural utilizando la capacidad instalada ociosa de sus establecimientos.

A su vez, un número importante de medianos y grandes productores de diversas regiones del país adecuaron sus estancias para recibir turistas.

Puede observarse la apertura de numerosos pueblos al turismo rural como una forma de encarar la crisis que los deja sin jóvenes y en peligro de extinción.

En resumen, la oferta de turismo rural en la Argentina es muy variada y es llevada a cabo por una heterogeneidad de actores sociales, entre los que se incluyen los provenientes de sectores no agropecuarios que incursionan en esta actividad realizando una diversificación de sus actividades o reorientándolas hacia este tipo de emprendimientos que muestran un mercado en expansión.

2.1.1.4. La región (Río Negro y Chubut)

En lo que concierne a la región que nos ocupa vemos que hay diversos tipos de estancia, desde la típica estancia rural a establecimientos más complejos y modernos pero alejados de la esencia campestre. Las mismas cuentan con diversos tipos de actividades, incluso diferentes entre sí.

Si bien la mayoría de ellas cuentan con atractivos importantes entre los que podemos nombrar las costas y abundante fauna marina, no hemos encontrado ninguna que ofrezca un servicio tan personalizado como promete nuestro producto, donde el pasajero con anticipación puede diagramar su visita eligiendo desde las actividades que desea hacer hasta lo que quiere comer. También contamos con atractivos únicos y distintivos entre los que se destacan la minería y la arqueología.

Flor de Lis cuenta con una superficie total de treinta y cinco mil hectáreas. A lo largo de ellas se encuentran viejas explotaciones mineras de fluorita, mineral formado por la combinación de calcio y flúor, utilizado en la industria química y metalúrgica, entre otras. También se encuentran en zonas cercanas aguadas, vertederos naturales, picaderos y zonas donde es posible hallar restos de piezas pétreas que fueron generadas por los aborígenes al confeccionar sus armas de caza, algunas de las cuales pueden encontrarse semienterradas o sobre la misma superficie.

Los tehuelches habitaron desde el río Colorado hasta los canales magallánicos, divididos en varios grupos. Hablaban la lengua del grupo Ken, eran de vida nómada, cazadores de guanacos y avestruces. Poseían un físico desarrollado, eran altos y de pies grandes, lo cual les valió el nombre de Patagones, vocablo que da origen al nombre de nuestra región, Patagonia. Su vida estaba condicionada por un medio muy hostil: terribles vientos, inviernos muy fríos y escasez de agua, lo que les impidió cultivar la tierra.

Actualmente se dedica a la explotación de ganado ovino, de raza merino argentino, con aproximadamente cinco mil cabezas, a lo que se le debe sumar una cantidad importante de

caballos para uso en las tareas diarias, algunos vacunos y asnos, estos últimos únicos en la zona que fueron traídos por gusto personal del poblador del campo.

El establecimiento produce lana de excelente calidad con niveles de rinde y finuras que la hacen muy interesante para sus compradores europeos.

En los últimos años se realizaron experiencias de fecundación por vía laparoscópica, de animales de genética propia y semen importado de Australia, con interesantes resultados, poniendo al establecimiento en un lugar destacado en materia de mejoramiento genético. También se producen corderos para faena y animales con carnes de excelente calidad, todas muy bajas en colesterol.

2.2. Factores geográficos

Las instalaciones de la Estancia se encuentran en la Provincia de Río Negro, a 17 km de Sierra Grande sobre la Ruta Provincial N° 5 (41° 36' 31" lat. Sur / 65° 30' 03" lat. Oeste) y a unos 282 metros sobre el nivel del mar. Según los datos provisionales del último Censo Nacional, esta provincia que cuenta con más de 630 mil habitantes distribuidos en una superficie total de 165.321 Km².

La zona de localización corresponde a un paisaje de grandes formaciones de sierras de pórfido. Predominan los paisajes de serranías mezcladas con profundos bajos donde las vistas permiten distinguir claramente la Meseta del Somuncura, sus cerros más destacados son el Corona y el Puntudo, formaciones volcánicas de hasta dos mil novecientos metros sobre el nivel del mar, que distan unos cuarenta kilómetros del lugar.

La meseta de Somuncura es un Área Natural Protegida y la segunda reserva natural del país por su extensión. Ocupa una porción al sur de la provincia de Río Negro y norte de Chubut, de alrededor de 13.000 km². Es una altiplanicie basáltica, con sierras de alturas máximas de 1.900 m. s.n.m., intercalada por depresiones ocupadas por lagunas temporarias. Somuncura, en idioma araucano, significa "piedra, peñasco que suena o que habla".

El clima es extremo, pudiendo alcanzar temperaturas de hasta quince grados bajo cero en época invernal con heladas y nevadas, y de cuarenta grados centígrados en época estival con vientos que llegan a los cien kilómetros por hora.

Tanto la zona como el campo se encuentran habitados por una muy variada flora y fauna patagónica, que en el caso de la fauna se pueden nombrar el piche, los choiques y una rica variedad de pájaros. Entre los mamíferos se destaca el guanaco (*Lama Guanicoe*) y también se encuentran zorros colorados y grises, zorrinos, piches, mara e incluso una subespecie de chinchillón endémica de la meseta (*Lagidium viscacia somuncurensis*). Lamentablemente al igual

que con otros representantes de la fauna, varios de los mamíferos se encuentran en peligro de extinción.

Si bien existe una importante diversidad en la flora de la región, se destacan especies de los géneros *Larrea* (jarillas), *Prosopis* (Alpataco y Algarrobo), *Chuquiraga* (Chilladoras), *Prosopidastrum globosum* (Manca Caballo), *Mulinum spinosum* (Neneo) y *Adesmia campestris* (Mamuel Choique), asociadas a pastos xerófilos pertenecientes a los géneros *Stipa*, *Poa* y *Festuca* (Coirones), entre otras.

2.3. Factores demográficos y Costumbres

La zona donde se ubica la estancia está muy poco poblada, siendo su centro urbano más próximo la Ciudad de Sierra Grande, la cual cuenta con aproximadamente 10000 habitantes. Luego se encuentra la villa balnearia Playas Doradas que no cuenta con gran cantidad de población estable. En lo que a la Estancia se refiere, solamente viven no más de 5 peones en forma estable y de forma itinerante los propietarios de la misma.

Sabemos que es una zona con poca experiencia a lo que respecta la explotación turística, por lo cual tememos que el trato con los visitantes no sea afable, sobre todo porque la población que no acostumbra a las visitas y las conversaciones con extraños no son el fuerte de ellos.

2.4. Marco legal

Río Negro no es una provincia tan avanzada en materia de turismo como lo es Chubut, u otras provincias. Menos lo es entonces en el marco legal de esta actividad. En cuanto a turismo rural, cuentan la Ley N° 3883 de Turismo Activo que enmarca algunas áreas recreativas como lo son las cabalgatas, los trekkings, etc, pero no con una Ley de Turismo Rural como sí lo hacen algunas provincias de nuestro país.

En cuanto al alojamiento el sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos que regula esta modalidad, sin embargo resulta ineficiente para el turismo rural, ya que no hay que considerarlo en forma separada el alojamiento de las actividades, sino como el conjunto de alojamiento, gastronomía y actividades complementarias.

Para poder poner en funcionamiento la hostería primero debe habilitarse, lo cual se realiza en la ciudad de Sierra Grande, provincia de Río Negro. La Secretaría de Turismo de la Provincia es quien nos aprovisionó de todo el material legal necesario para su puesta en marcha.

El sistema de Clasificación de Alojamientos se encuentra reglamentado por las leyes N° 2603, la cual declara de interés provincial al turismo y la recreación como generadores de beneficios económicos, sociales, culturales; y N° 2828, que reglamenta el funcionamiento de los campamentos turísticos o campings en el territorio de la Provincia de Río Negro.

El decreto N° 657/03 aprueba la normativa que regula al Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos. En su anexo se encuentra dicha normativa, donde figuran los requisitos y procedimientos a cumplir. Según la clasificación de alojamiento que dicta este Decreto a Flor de Lis se lo enmarca dentro de "Albergues u Hostels u Hostales", siendo su definición "aquellos establecimientos, que ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble o conjunto de edificios con unidad de explotación, y que proveen servicio de alojamiento mínimo (habitaciones compartidas, sanitarios), reuniendo los requisitos exigidos."

En el artículo 9° de este mismo decreto se tiene la opción de elegir la especialización, que es "Agroturismo" el cual se define de la siguiente manera: "son los establecimientos especializados, ubicados en el ámbito rural, que cuenten con edificación aislada, en un entorno medioambiental especialmente armonioso. Deberán ofrecer programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y el disfrute del medio rural incluyendo la práctica de actividades propias de las explotaciones rurales, conforme la reglamentación".

Dentro de la Ordenanza 1526-CM-05 (ordenanza municipal de la Ciudad de San Carlos de Bariloche), en su Anexo VII, el Capítulo II trata sobre Alojamientos en Turismo Rural. El artículo 8° indica que no se podrán superar las 10 (diez) plazas, y las instalaciones mínimas con las que se debe contar.

A la hora de la Clasificación, enmarca como "Albergue Rural", el mismo dice lo siguiente: "Se entiende por servicio de alojamiento en albergue rural, aquel que comprende, como mínimo, el uso de una cama, que estará instalada en habitaciones o dormitorios compartidos con otros pasajeros que podrán pertenecer o no al mismo grupo; las comodidades y servicios serán:

- a) Alojamiento en habitación, ambiente destinado al alojamiento de hasta seis (6) personas, o pabellón, ambiente destinado al alojamiento de hasta diez (10) personas.
- b) Baño común: ambiente sanitario, de uso común, con una disponibilidad mínima de un (1) lavabo o bachea, un (1) inodoro y una (1) ducha o bañera cada seis camas instaladas.
- c) Se facilitará el uso de cocinas, vajillas y menaje; a modo complementario se podrá ofrecer el servicio de desayuno y comidas.
- d) Taquilla o locker con llave de seguridad, a razón de una (1) por cada plaza de alojamiento en las habitaciones.
- e) Los alojamientos estarán a disposición de los usuarios, en condiciones adecuadas de conservación y limpieza.
- f) La limpieza de las habitaciones y cuartos de baño se realizará diariamente y correrá a cargo del explotador.

g) El servicio de toallas y ropa de cama se cambiará con la entrada de nuevos clientes y podrá utilizarse por un plazo máximo de cuatro (4) días. Se podrá plantear una política de ahorro de agua (que deberá exhibirse en la habitación) y entonces, con el expreso consentimiento del huésped, se podrá establecer otra frecuencia de mudado de ropa blanca.”

En nuestra opinión no estamos de acuerdo con esta clasificación debido que las habitaciones de la Casa de Campo son privadas, pero los baños sí son compartidos. Los huéspedes podrán utilizar la cocina, pero se les brindará el servicio de pensión completa. Pero hasta tanto no se tenga un baño por habitación, es la clasificación que le corresponde.

Dentro de esta ordenanza en el capítulo IV sobre Disposiciones Generales hace referencia a ítems a tener en cuenta que no están comprendidos en la Ley N° 2828.

La documentación a presentar para la habilitación es regulada por el artículo N° 12 de la Resolución N° 228/05.

Ver Anexo I

2.5. Hechos

El casco de la Estancia cuenta con los servicios de agua corriente de red y energía eléctrica de línea. La calefacción se desarrolla por estufas a leña en los salones de uso común, y estufas a gas envasado en habitaciones y baños.

En cuanto a su infraestructura, se encuentra dividido en cinco habitaciones, 3 matrimoniales y una triple, una de las matrimoniales cuenta con una bañera antigua, apta para su uso en la habitación, y un cuarto de servicio preparado para el Guía acompañante. Lo cual genera un total de 10 plazas para alojar a los huéspedes.

Cuenta con dos confortables baños con abundante agua caliente las 24 hs., Los mismos son de uso compartido para todas las habitaciones.

La sala de estar y el comedor son dos amplios ambientes, con una hermosa vista al campo, ideal para disfrutar de las comidas que brinda Flor de Lis. La sala de estar posee sillones muy confortables reunidos ante un hogar, la cual se enciende todos los días para crear un ambiente cálido sobre todo en las noches frías. Tanto la sala como el comedor disponen de mesas y sillas para poder comer, disfrutando el amanecer o el atardecer a través de las ventanas.

En lo que hace a la gastronomía se podrán saborear comidas caseras, realizadas en cocinas ecológicas, cordero patagónico al asador o en otras formas, panes caseros cocinados en hornos de leña, platos con animales silvestres como martinetas, liebres o guanacos, como así también cerdo procesado en el lugar o jamón de oveja, únicos por su sabor y textura.

Tan abundantes como destacables serán los desayunos donde la degustación de dulces caseros, tortas y panes de campo hacen la delicia de los visitantes.

El Establecimiento cuenta con una hodega donde se podrán degustar vinos de reconocida calidad predominando los patagónicos.

La propietaria posee dos vehículos que estarán a disposición para el traslado hasta el casco de la estancia, y para las excursiones dentro de la misma cuenta con una camioneta 4x4 que ayudará en todas las situaciones. Para las excursiones en bicicleta posee seis todo terreno, y cuatro caballos mansos para las cabalgatas.

En síntesis nos encontramos en un rincón de esta Patagonia que por su amplitud y aridez no privará al visitante de momentos inolvidables a aire libre con paisajes amplios, cielos azules y una sensación de pureza en el ambiente que les llenará de vida.

2.6. Suposiciones

Al encarar este tipo de proyectos se espera que todo salga como está planeado sin imprevistos ni fallas. Sin embargo hay que tener previstas opciones en caso que no se cumplan los objetivos.

El principal factor que puede llegar a afectar hoy en día y que no se puede negar es el inconveniente de la ceniza volcánica, proveniente de la reciente erupción del Volcán Puyehue. No solo ha devastado los campos, y matado al ganado, sino que también hay que tener en cuenta que una nueva erupción puede afectar las actividades al aire libre. En ese caso, se tendrán actividades opcionales para hacer adentro, siempre hay unos mates con torta fritas que acompañados de una buena charla, unos juegos de mesa o simplemente un buen libro, siempre vienen bien. Y no solo en caso de ceniza, en la Patagonia nunca faltan los vientos agotadores, y muy cada tanto las inesperadas, pero tan adoradas, lluvias.

Con respecto a los inconvenientes que puede producir la ceniza, hay que tener en cuenta el hecho que los pasajeros tengan esperado llegar por avión y los mismos se suspendan. En este caso se ofrecerá al pasajero correrle la estadía sin cobrar gastos por cancelaciones y buscarlo al aeropuerto o terminal más cercanos al cual puedan llegar.

En el caso que los vehículos fallen, se recurrirá a contratar algún vehículo extra, para eso se dispone de algo de dinero de reserva, no solo para contratar uno sino también para reparar el averiado.

Otra cuestión que no puede llegar a salir como se espera, es que no se cumpla con la ocupación esperada. No siempre, y sobre todo al comienzo, se cumplen con todas las expectativas. En ese caso, se tiene prevista una acción de marketing para atraer al turismo local, o sea, a los residentes de las provincias de Río Negro y del Chubut. Para esto, hemos diseñado una tarifa diferencial para poder tentarlos.

3. Visión, Misión y Valores

Visión

Ser el establecimiento de turismo rural más reconocido en cuanto a su calidad en servicio y la particularidad de sus atractivos únicos y distintivos en las provincias de Río Negro y Chubut. Buscando la plena satisfacción de sus clientes tanto internos como externos, sus empleados y la comunidad en la que actúa.

Misión

Flor de Lis es una empresa familiar e independiente que integra el turismo rural con la producción de lana ovina, ofreciendo un servicio de alta calidad y calidez para turistas cada vez más exigentes que buscan descanso y tranquilidad en contacto con la naturaleza.

Nos distingue una gran variedad de atractivos naturales, las actividades relacionadas al mismo, la intimidad del lugar y la cordialidad del trato.

Valores

Nuestros valores son:

- *Turismo responsable*, considera la sustentabilidad de los recursos naturales, el impacto sobre los valores culturales y los efectos sobre la economía de la población local. Y busca también la eficiencia energética, la no generación de contaminación y residuos, el trabajo digno, accesibilidad para personas con capacidades diferentes e información para el consumidor.
- *Sustentabilidad y sostenibilidad*, basándonos en el hecho que el día de mañana la hostería se pueda auto mantener económicamente y manteniendo un equilibrio entre la sociedad que la rodea y la propia actividad, así como el respeto por el medio ambiente a fin de garantizar beneficios perdurables en el tiempo para generaciones presentes sin comprometer las capacidades de disfrute de las generaciones futuras.
- *Calidad*, hablamos de calidad bajo el concepto de mejora continua, superarnos constantemente basándonos en las apreciaciones personales y de terceros (clientes, proveedores, comunidad, etc.), y también concentrarnos en no solo satisfacer las necesidades del cliente sino superar las expectativas.
- *Transmisión de costumbres*, se trata no solo de transmitir las típicas costumbres de campo, sino las de conservación y preservación del medio ambiente, el respeto y cuidado por el mismo.

4. Objetivos

a. Objetivos principales

- Satisfacer las necesidades de los pasajeros y superar sus expectativas, brindando un servicio de calidad, personalizado y actualizado, con personal responsable y capacitado.
- Posicionar a Flor de Lis en el mercado del turismo rural como un producto distintivo.
- Captar el segmento de mercado categoría ABC1, refiriéndose esto a altos y medios ejecutivos, extranjeros de clase alta y profesionales independientes.

b. Objetivos secundarios

- Valorización de los recursos naturales concientizando al personal, a los clientes, los proveedores y la comunidad que nos rodea sobre la importancia de los mismos y su preservación.
- Trabajar con un grupo humano calificado ya sea dentro en la estancia, así como también las agencias con las que la Casa de Campo interactúe, creando un verdadero equipo de trabajo.

5. Descripción del producto

Flor de Lis ofrece un servicio integral de hospedaje, gastronomía casera, actividades de carácter rural y recreativo dentro de un escenario natural e histórico.

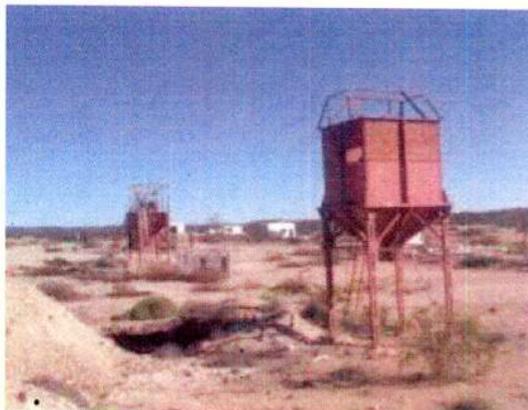
Dicho establecimiento abrirá sus puertas al turismo rural del 15 de Agosto al 15 de Diciembre, la cual es la época más cálida y donde se puede apreciar el campo en su máximo esplendor.

Su distinguida gastronomía consiste en ofrecer productos autóctonos adaptados a los gustos y peticiones de nuestros visitantes, dando la opción a que conozcan en detalle la elaboración de nuestras comidas típicas en sabores no tan convencionales.

Las actividades que acompañan la estadía son las siguientes:

“EXPLORANDO LA MINERIA”

Salida en 4x4 desde el casco de la estancia para retomar la Ruta Provincial N° 5 para acceder hasta la central de la minera. En el camino se encuentran varias labores abandonadas, pero no tan grandes como el que se visita. Luego de aproximadamente 5 minutos de recorrer el paisaje patagónico se llega a la entrada de la mina. Se pasa la tranquera y lo primero que se encuentra son labores de piedra laja al costado del camino. Al poco tiempo se comienzan a visualizar las casas abandonadas, que eran usadas por los mineros que vivían en la zona. La mina es de extracción de Fluorita, mineral cuyas propiedades aprenderán en el recorrido, verán cómo se trabajaba, las labores abandonadas y el mineral en bruto, y se exhibirá como queda trabajado para joyería fina.



Duración: 2hs aproximadamente.

Nivel de dificultad: BAJA

Esta actividad requiere del acompañamiento de una persona responsable del establecimiento, se realiza en grupos de no más de 5 personas. En caso de menores deberán ir acompañados por sus padres.

"CAMINANDO LA PATAGONIA"

Senderismo.

Salida desde el casco de la estancia, se camina en forma recta hacia el salitral pudiendo apreciar la flora y fauna de la zona.

La actividad se puede realizar tanto a la mañana como a la tarde. Los mejores horarios siempre son a la mañana temprano o bien al atardecer, ideal para los amantes de las fotos!

En el camino no se podrán privar de probar el tomillo, el piquillín o el molle, oler las jarillas, y apreciar de las hermosas flores que brindan las plantas autóctonas.

Una vez que se llega al salitral en caso que este esté firme se puede caminar sobre él o bien se bordeará el mismo para apreciarlo desde distintos ángulos.

La caminata en sí no dura más de una hora, luego se hace una parada para descansar, tomar fotos y tomar unos mates o alguna bebida fría, una vez descansados se emprende el regreso.

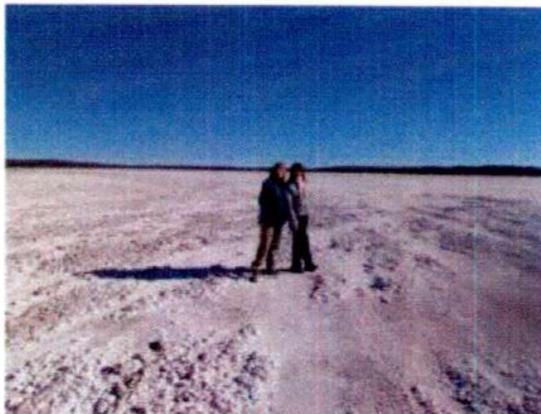
Nivel de dificultad: BAJO.

Esta actividad se puede realizar en forma individual o grupal, pero siempre acompañados por un Guía.

"RODANDO LA PATAGONIA"

Mountain Bike.

Se puede recorrer el mismo sendero utilizado en el Senderismo o bien salir a recorrer la ruta, para los aventureros pueden llegar hasta el campo próximo y recorrer sus instalaciones.



La duración y recorrido es a opción de los pasajeros. Se pueden combinar con tramos en camioneta para aproximarlos hacia donde se quiera visitar. Es muy interesante ir en camioneta hasta la entrada a la mina y recorrer el resto en bicicleta. Al tener tanto

por recorrer los caminos y dificultades lo elige el propio pasajero.

Esta actividad requiere del acompañamiento de un responsable del establecimiento, y la misma se puede realizar en forma individual o en grupos de no más de 4 personas.

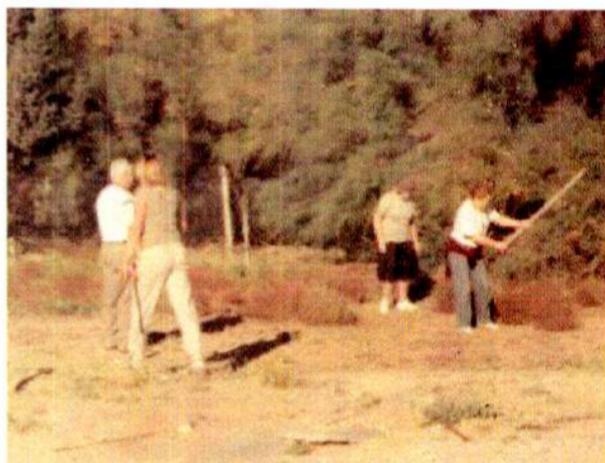
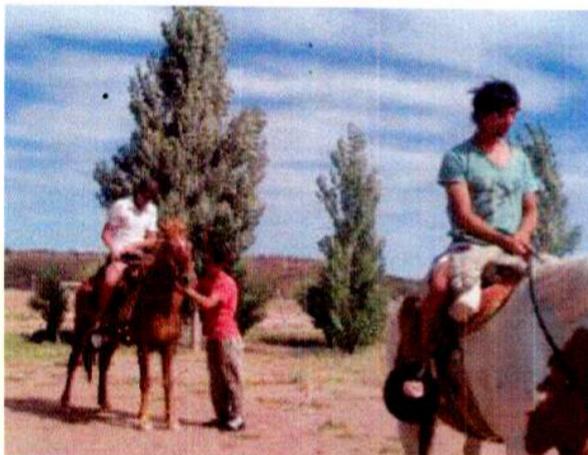
"CABALGANDO LA PATAGONIA"

Recorrido corto: Salida desde la caballeriza, nos dirigiremos hacia "Los Álamos", un lugar de ensueño rodeado de álamos que hacen del lugar un espacio único para el descanso y el relax. Se puede realizar una parada allí y compartir una ronda de mates con torta fritas.

El tiempo es ilimitado, y se puede coordinar para realizarlo al atardecer.

Recorrido largo: Salida desde la caballeriza, optaremos por dirigirnos hacia el otro puesto de la estancia, distante a 10 kilómetros. Este recorrido se realiza por la mañana, y en destino los estaremos aguardando con un rico asado hecho por los propios "paisanos".

En estas cabalgatas, la dificultad es MEDIA/BAJA, dependiendo de la experiencia del pasajero en montar caballos.



"UN DÍA TÍPICO EN EL CAMPO"

En dicha actividad se les hará conocer todas las actividades relacionadas a la vida cotidiana del campo.

Como están visitando un campo en funcionamiento hay distintos tipos de actividades con las que se van a encontrar y poder sumar. A veces como protagonistas, a veces solo como observadores.

No faltarán los días de señalada, esquila, las reuniones de peones donde siempre se disfruta un buen cordero. Y cotidianamente habrá que alimentar a los animales del lugar (patos, gallinas, gansos, perros, caballos, etc.).

Esta actividad es meramente didáctica e interactiva, sin riesgo físico, donde el pasajero podrá estar en contacto con los animales, es netamente recomendable para los niños!

Aquí no existe límite de tiempo ni mucho menos nivel de dificultad.

La misma se puede ir intercalando en la estadía junto con las otras actividades.

“AVISTAJE DE ESTRELLAS”

Salida al atardecer hacia un pequeño cerro ubicado detrás del salitral (tranquilamente se puede combinar con las caminatas). Allí se sirve una picada y al ir oscureciendo se puede observar estando al aire libre el maravilloso espectáculo que nos brinda un cielo totalmente estrellado. El equipamiento es mínimo ya que, además de la comida y la bebida, se les entregarán frazadas o mantas para cubrirse en caso de que lo requieran. En caso que no quieran ir caminando o en bici se los puede acercar en camioneta.

El único limitante que tenemos es que el cielo no se encuentre perfectamente despejado.

“FOTOGRAFIANDO LA PATAGONIA”

Zafarí fotográfico

Se combina con cualquiera de las otras actividades, pero se les da el tiempo a los amantes de la fotografía de poder quedarse con la mejor toma. Se los orienta por un especialista de la estancia en cuanto a especies de flora y fauna, y se los guiará a los mejores puntos panorámicos que solo nosotros conocemos y compartiremos con usted.

“RUTA DE LA LANA”

Se trata de demostrar el ciclo de la lana desde la crianza de la oveja (alimentación, cuidados, etc.), la esquila y el producto terminado. Si bien en el campo solo se llega hasta el punto de la esquila la idea es facilitar a los visitantes demostraciones de lana ya lavada y peinada así como también la misma hilada a mano y tejida artesanalmente. Se puede complementar con demostraciones de otros usos que se le puede dar a la misma. Este campo es completamente dedicado a la producción lanera,



siendo esta misma de excelente calidad y procurando siempre mantener la pureza de su raza.

6. Análisis A.F.A. (Apto, Factible, Aceptable)

6.1. Apto

6.1.1. Es afín y sirve? Es oportuno? Es íntegro?

Respondiendo a las 3 preguntas que nos planteamos, podemos decir que el Proyecto es afín porque el objetivo principal es que el cliente disfrute de lo que el Producto promete (descubrir y disfrutar de la tranquilidad del campo, conocer la vida de estancia, realizar actividades al aire libre en contacto con la naturaleza, en fin, "desenchufarse" de la rutina agobiante de la ciudad).

Todo esto también es oportuno porque la estancia estará abierta al turista en una época donde es viable poder hacer todas las actividades, ya sea debido al buen clima y a la temporalidad de dichas actividades (por ejemplo, la esquila de ovejas).

Por último, podemos decir que este Proyecto es íntegro porque garantiza la seguridad del turista en cuanto a traslados y comodidades, con lo cual el cliente no deberá preocuparse por nada, solo deberá poner sus 5 sentidos en relajarse y disfrutar.

6.2. Factible

6.2.1. Recursos necesarios?

Se cuenta con los recursos necesarios para el emprendimiento y con una inversión inicial mínima para este tipo de proyectos. La estancia tiene la estructura lista para empezar a funcionar, un capital inicial que permite pasar los primeros meses sin apuros económicos.

En cuanto al personal se trabajará no solo con los dueños de la estancia sino con las mujeres de los peones, quienes ayudan con la cocina, y la limpieza, los más jóvenes que ayudarán en los asados y las cabalgatas y un guía de turismo que brindará información técnica y será de fundamental importancia en caso de contar con turismo extranjero que no sea de habla hispana.

6.2.2. La tecnología actual me lo permite?

No es demasiada la tecnología necesaria para llevar a cabo este tipo de proyectos, pero si es fundamental para el área de comercialización. Hoy en día internet ayuda mucho no solo con una página web sino con las centrales de reserva que permiten llegar a potenciales clientes de forma más directa. Las redes sociales cumplen un rol súper importante hoy en día que permite no solo captar nuevos clientes sino mantener un vínculo con aquellos clientes que ya pasaron por las instalaciones y pueden recomendar a otros turistas.

6.2.3. Cuánto consumo de lo que dispongo?

De lo que se dispone en cuanto a material (casco de estancia, vehículos, etc.), es aprovechado al cien por cien. Sin embargo hablando del espacio al aire libre, sería ínfimo lo que se utiliza, pero sería lo más atractivo, las salinas, la mina, los picaderos, los troncos, y todo aquello que puede sorprender una y otra vez al huésped.

Por todo lo analizado anteriormente podemos decir que este proyecto es **FACTIBLE**.

6.3. Aceptable

6.3.1. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas)

Es una herramienta que nos permite realizar un análisis interno (que busca las fuerzas y debilidades del Proyecto) y externo (que busca oportunidades y amenazas del entorno). De este modo, podremos encajar nuestras capacidades con las oportunidades creadas por el entorno y emprender acciones para minimizar las amenazas que procedan del mismo y las debilidades propias.

Debilidades

- No se cuenta con personal bilingüe, por lo tanto se contratará mensualmente un guía de turismo bilingüe que ayude, no solo con la problemática del idioma, sino también ampliando la información técnica brindada al pasajero.
- Abierto al Turismo por un período muy corto, sin embargo es el período de mayor afluencia de turismo y de más aprovechamiento de los atractivos. Por este motivo no se debe afrontar la temporada baja manteniendo en funcionamiento la hostería innecesariamente.
- Las habitaciones no poseen baños privados, pero para la próxima temporada está proyectado realizar la modificación, no solo para brindar más confort a los pasajeros sino para poder subir de categoría.

Fortalezas:

- El Proyecto está orientado hacia el Turismo Alternativo. La Casa de Campo brinda una atención muy personalizada, con grupos sumamente reducidos.
- Las instalaciones, vehículos y materiales necesarios son propiedad de los dueños, por lo cual no solo se abaratan costos sino que se brindará un servicio de excelente calidad.
- Posibilidad de establecer alianzas estratégicas con agencias de turismo y estancias de la zona, lo cual permite, por un lado captar más clientes, y por otro suplir las carencias de atractivos creando uniones con quien los tenga. De esta forma se logra lidiar con la gran cantidad de competencia.
- Gran cantidad de atractivos naturales e históricos dentro del predio de la Familia, lo cual hace al producto más atractivo y competitivo.
- Ubicación geográfica del campo, ya que se encuentra próximo al Área Protegida Meseta de Somuncura, lugar que está comenzando a tomar mucho renombre y publicidad, lo cual da un impulso geográfico como estancia de paso.

Amenazas:

- Gran cantidad de estancias en la Comarca VIRCH-Valdés y alrededores, por lo cual la idea es potenciar más los atractivos y con las alianzas tratar de atraer aquel que busca una atención más personalizada y mayor tranquilidad.
- Muchas opciones de turismo en la zona, con atractivos más desarrollados, para esto se aprovecharán las alianzas con otros establecimientos.

Oportunidades:

- Fuertes atractivos naturales en los alrededores, situación que ayuda a potenciar al establecimiento combatiendo la competencia.
- El turismo rural se encuentra en pleno crecimiento, por lo cual también hay incentivo estatal con programas tales como el PRONATUR que brindan asistencia y asesoramiento al productor.
- Gran afluencia de turismo extranjero a la zona. Esto es beneficioso ya que el producto está orientado principalmente al turismo extranjero.
- Pocas, y casi nulas, barreras legales para su implementación y desarrollo.
- Bajos costos de habilitación, pago de impuestos y servicios.

6.3.2. Matriz BCG (Boston Consulting Group)

La matriz BCG, también conocida como la matriz de crecimiento o participación, es un método gráfico desarrollado en la década de 1970 por *The Boston Consulting Group*, al que debe su nombre, y que se utiliza para llevar a cabo un análisis de la cartera de negocios, así como la posición de un negocio o un producto dentro del mercado.

Su finalidad es ayudar a decidir enfoques para distintos negocios o Unidades Estratégicas de Negocio (UEN), es decir, entre empresas o áreas sobre todo en aquellas donde debemos: invertir, retirar la inversión o incluso abandonar.

Esta matriz está compuesta por un eje vertical que define el crecimiento en el mercado y uno horizontal que define la cuota de mercado o la posición que tiene el negocio en el mercado.

		PARTICIPACIÓN RELATIVA DE MERCADO	
		ALTA	BAJA
CRECIMIENTO DEL MERCADO	ALTA	 ESTRELLA	 INCÓGNITO
	BAJA	 VACA	 PERRO

De la interacción entre ambas variables surgen cuatro estados en los que se puede encontrar el producto o negocio:

Negocios Estrellas

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado con una alta tasa de crecimiento del mismo. Son negocios generadores de rentabilidad pero que requieren constantes inversiones lo que hace que tengan un flujo de fondos nulo o negativo generalmente. Son productos que se encuentran en la cúspide su ciclo de vida.

Negocios Vacas

Son aquellos negocios que tienen una alta participación en el mercado, pero el mercado tiene una baja tasa de crecimiento. Son productos que se encuentran en la meseta de su ciclo de vida. En este estado, los negocios son generadores de ingresos, lo que implica una importante rentabilidad y con bajas inversiones.

Negocios Signos de Interrogación

Estos negocios tienen una baja participación en el mercado y el mercado a su vez tiene una alta tasa de crecimiento. Son negocios que no se conoce exactamente qué pasará con ellos. Requieren de constantes inversiones, las cuales se desconoce si serán rentables o no. En este estadio, los negocios se encuentran en la base del ciclo.

Negocios Perros

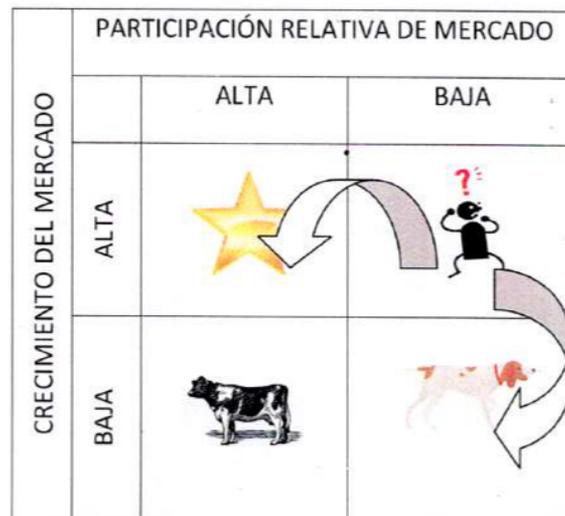
Se combina una baja participación del mercado por parte de la empresa, con un mercado estancado o pleno decrecimiento. Son productos en su última etapa del ciclo de vida generalmente. En algunos casos puede ser rentable participar en este estado.

	RENTABILIDAD	INVERSIÓN
PROD. ESTRELLA 	ALTA	ALTA
PROD. VACA 	ALTA	BAJA
PROD. INTERROGANTE 	NULA, NEGATIVA	MUY ALTA
PROD. PERRO 	BAJA, NEGATIVA	DESINVERTIR

Teniendo en cuenta esta teoría, podemos afirmar que el producto "Flor de Lis" posicionará como "interrogante", ya que participará en un mercado con alto crecimiento, lo cual requiere una constante inversión, pero sin asegurarse el liderazgo, ya que es un producto nuevo que competirá con otros que ya llevan varios años como líderes.

De todos modos, el objetivo certero es que pronto se convierta en un producto "estrella", ya que cuenta con todos los requerimientos para convertirse en líder de mercado y así obtener grandes utilidades.

Igualmente debemos tener en cuenta la opción no deseada y negativa que es que se posicione como un producto "perro", en ese caso lamentablemente el camino a tomar es hacerse a un lado y salir del mercado para no seguir perdiendo dinero innecesariamente.



Los motivos por los cuales el producto pueda convertirse en un producto "perro" serían:

- no tener una buena campaña publicitaria.
- no tener presencia en agencias tanto mayorista como minoristas locales.
- factores adversos e inevitables (ceniza volcánica que impida la llegada de pasajeros, inestabilidad económica) que nos puedan afectar más que a la competencia por no estar inserta en el mercado y no contar con trayectoria.

Por lo cual se deben concentrar todas las fuerzas para evitar que esto suceda.

6.3.3. Presupuesto

Un presupuesto es un cálculo adelantado de los gastos e ingresos de una actividad económica. Además de conocer los costos de la actividad nos ayuda a poder establecer el precio del servicio a prestar.

En este caso, realizamos un presupuesto inicial, lo cual nos brinda una idea de la inversión que se debe hacer en un principio, y luego los costos globales que vamos a tener por cada pasajero a cual le brindemos el servicio para saber cuánto cobrar el mismo.

Presupuesto inicial	\$ 50.000,00
Detalle:	Colchones, blancos, bicicletas, acondicionamiento del establecimiento y del vehículo, vajilla.
Costos Fijos por Pasajero	\$ 152,40
Detalle:	Patente, gas, nafta, mantenimiento, publicidad, telefonía, internet, seguros, cable canal, empleados, limpieza, amortizaciones.
Costos Variables por Pasajero	\$ 140,00
Detalle:	Limpieza, alimentos y bebidas, nafta.
Costo por pasajero:	\$ 292,40

Teniendo en cuenta los costos y los precios de venta al público de la competencia decidimos fijar un precio de venta al público extranjero de USD 150 los adultos y USD 112 los menores de 12 años, menores de 5 años no abonar. Establecimos estos precios ya que encontramos que los competidores más cercanos en cuanto a servicio están cobrando lo mismo o más pero nosotros consideramos que el producto a ofrecer es mucho más personalizado y completo en cuanto a atractivo.

Si bien el turismo objetivo es el extranjero, elaboramos una tarifa más atractiva para turistas residentes de nuestro País. La misma sería de \$510 para los adultos y \$380 para menores de 12 años, menores de 5 no abonar.

Exclusivamente para turistas residentes de las provincias de Chubut y Río Negro fijamos un precio por plan familiar de \$1600 para una familia tipo (2 adultos + 2 menores de 12 años).

En todos los casos cuando la venta sea por agencia de viajes, la misma recibirá una comisión del 15%.

6.3.4. Punto de Equilibrio

Esto nos permitirá saber con cuantos pasajeros al mes se pueden cubrir los costos.

Punto de Equilibrio = $\frac{\text{Costos Fijos}}$

$\frac{\text{Precio de venta} - \text{Costo Variable Unitario}}$

PE= $\frac{\$22403}{$

$\frac{\$570^* - \$140}{$

PE = 52.1 pasajeros

Lo cual quiere decir que con 52 pasajeros al mes, se cubren los costos fijos.

*Se sacó un promedio entre el precio de venta publico nacional y extranjero.

6.3.5. Flujo de Caja

Para poder realizar un mejor análisis del producto debemos realizar un flujo de caja, es decir saber cuánto dinero va a ingresar estimativamente de forma mensual.

Para realizar el mismo nos hemos basado en los informes estadísticos de la Secretaría de Turismo de Puerto Madryn, donde nos brindan un porcentaje de ocupación hotelera y un porcentaje de turistas nacionales y extranjeros.

Hemos tomado los últimos tres años para tomarlos como los próximos tres años de nuestro emprendimiento.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
	-50000		
JUL	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
AGO	\$ 16.645	\$ 17.925	\$ 17.675
SEP	\$ 43.895	\$ 37.785	\$ 30.665
OCT	\$ 55.365	\$ 60.330	\$ 57.020
NOV	\$ 41.795	\$ 45.250	\$ 42.315
DIC	\$ 23.880	\$ 23.110	\$ 20.665
ENE	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
FEB	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
MAR	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
ABR	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
MAY	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
JUN	-\$ 9.335	-\$ 9.335	-\$ 9.335
	\$ 66.240	\$ 119.060	\$ 149.673

6.3.6. TIR (Tasa interna de retorno) y VAN (Valor actual neto)

La TIR se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con la tasa de interés. Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la de interés, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

	AÑO 1		
	-50000	Tasa de Interés	17%
JUL	-\$ 9.335		
AGO	\$ 16.645	TIR	32%
SEP	\$ 43.895		
OCT	\$ 55.365		
NOV	\$ 41.795		
DIC	\$ 23.880		
ENE	-\$ 9.335		
FEB	-\$ 9.335		
MAR	-\$ 9.335		
ABR	-\$ 9.335		
MAY	-\$ 9.335		
JUN	-\$ 9.335		
	\$ 66.240		

El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

	AÑO 1		
	-50000	Tasa de Interés	17%
JUL	-\$ 9.335		
AGO	\$ 16.645	VAN	\$ 126.446
SEP	\$ 43.895		
OCT	\$ 55.365		
NOV	\$ 41.795		
DIC	\$ 23.880		
ENE	-\$ 9.335		
FEB	-\$ 9.335		
MAR	-\$ 9.335		
ABR	-\$ 9.335		
MAY	-\$ 9.335		
JUN	-\$ 9.335		
	\$ 66.240		

Teniendo en cuenta estos resultados podemos decir que el Proyecto es viable y además rentable, ya que la TIR supera a la tasa de interés y el VAN da positivo.

6.3.7. Análisis Costos vs. Beneficios

El análisis Costos/Beneficio es el proceso de colocar cifras monetarias a los diferentes costos y beneficios de una actividad. Se debe utilizar para comparar los costos y beneficios de diferentes decisiones, pero no se puede utilizar por si solo para tomar una decisión, debe ir acompañado de otras herramientas.

Para llevarlo a cabo se deben determinar los costos relacionados a cada factor y sumarlos, lo mismo se debe hacer con los beneficios. Luego poner los costos y beneficios totales en una relación donde los beneficios son el numerador y los costos el denominador.

Costos		Beneficios	
Inversión inicial de acondicionamiento de la infraestructuras	*\$ 50.000	Ingresos por Actividad Turística en tres años	\$ 334.973
Gestión del Proyecto	\$ 25.000		
Gastos iniciales de comercialización	\$ 5.000		
Deterioro de infraestructura y vehículos en tres años	\$ 60.000		
Acondicionamiento de los senderos	\$ 3.000		
Costos Totales	\$ 143.000	Beneficios Totales	\$ 334.973

$$\frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}} = \frac{\$ 334.973}{\$ 143.000} = \$ 2,34$$

Esto quiere decir que por cada peso (\$1) invertido se ganarán dos pesos con treinta y cuatro centavos (\$2,34) en tres años. Por lo tanto nos parece una buena alternativa afrontar esta decisión.

De este mismo análisis podemos sacar el beneficio remanente que nos queda, el mismo lo sacamos haciendo los Beneficios - Costos. Lo cual nos da un Beneficio de \$ \$ 191.973, a lo largo de tres años de trabajo.

Luego de estos análisis podemos concluir que el producto es ACEPTABLE ya que a pesar de todo lo que tengamos que enfrentar va a dar un fruto económico, y verdadero beneficio que se irá incrementando con el tiempo.

7. Mercado objetivo y características del consumidor

El producto está orientado tanto a turistas Nacionales y Extranjeros, como a residentes de las Ciudades de Puerto Madryn, Trelew, Comodoro Rivadavia y principales centros emisores de la Provincia de Río Negro, que buscan acercarse a la naturaleza y actividades rurales, así como también descansar y encontrar tranquilidad. Incluyendo personas solas o parejas, de 45 años en adelante, que busquen descanso en un ambiente completamente distendido y natural. Del mismo modo familias con niños que quieran disfrutar de la naturaleza y estar contacto con los animales.

Se apunta al grupo ABC1, con esto nos referimos a las tres categorías socioeconómicas más altas de un País. Siendo categoría A, los más adinerados de un país, categoría B es la clase alta de un País tales como dueños de empresas grandes y medianas; y la categoría C1 es la clase media alta. Se los agrupa ya que por separado representan un porcentaje muy bajo de la población, y de esta forma se refiere a la clase alta de un País.

8. Análisis de la Competencia

Analizando nuestro entorno hemos detectado competidores con similares características en lo que refiere al servicio en sí.

ESTANCIA	UBICACIÓN	ALOJAMIENTO	GASTRONOMÍA	ACTIVIDAD RURAL ACTIVA	CARACTERÍSTICAS DISTINTIVAS
Bahía Bustamante	Bahía Bustamante – Chubut	Sí	Sí	Sí	Complejidad de Organización Actividades Náuticas Abundante fauna Bosque Petrificado
Yuquiche	Ing. Jacobacci - Río Negro	Sí	Sí	Sí	Troncos Petrificados Tours en coordinación con La Trochita
Don Pedro	Los Menucos - Río Negro	Sí	Sí	Sí	Rapel Windcar
Meseta Infinita	Meseta de Somuncura - Río Negro	Sí	Sí	Sí	Agrupación de establecimientos Expediciones por la Meseta de Somuncura
Rincón Chico	Península Valdés – Chubut	Sí	Sí	Sí	Bird Watching Actividad Científica Abundante fauna marina y terrestre
La Elvira	Península Valdés – Chubut	Sí	Sí	Sí	Abundante fauna marina Amplio galpón para eventos
El Alfa	Pilcaniyeu - Río Negro	Sí	Sí	Sí	
San Guillermo	Puerto Madryn – Chubut	Sí	Sí	Sí	Bird Watching Amplio salón para eventos
Establecimiento San Andrés	Viedma - Río Negro	Sí	Sí	Sí	Amplio galpón para eventos Proximidad al Río Negro Solarium
Cona Niyeu	Cona Niyeu - Río Negro	Sí	Sí	No	Excursiones por la Meseta de Somuncura
El Deseado	El Doradillo – Chubut	Sí	Sí	No	Abundante fauna marina
Los Mimbres	Gaiman – Chubut	Sí	Sí	No	Apicultura Salón y jardín apto para eventos Proximidad al Río Chubut
La Ernestina	Península Valdés – Chubut	Sí	Sí	No	Avistamiento de Orcas Acceso a Faro Histórico

Faro Punta Delgada	Península Valdés – Chubut	Sí	Sí	No	Abundante fauna marina Acceso a Faro Histórico
Huerquen	Pilcaniyeu - Río Negro	Sí	Sí	No	Pesca en el Río Pichileufú
La Providencia	Puerto Madryn – Chubut	Sí	Sí	No	Acceso a la costa Pesca deportiva
El Pedral	Puerto Madryn – Chubut	Sí	Sí	No	Acceso a la costa Diversas actividades náuticas Abundante fauna marina
Campo Las Bardas	Trelew – Chubut	Sí	Sí	No	Amplio galpón para eventos
La Casona del Río	Trelew – Chubut	Sí	Sí	No	Proximidad al Río Chubut
San Lorenzo	Península Valdés – Chubut	No	Sí	Sí	Pinguinera Propia Centro de Interpretación
Bordes de Patagonia	Puerto Madryn – Chubut	No	No	Sí	Acceso a Faro Histórico Amplio galpón para eventos

Nota: se tomaron en cuenta los establecimientos en similares condiciones al producto "Flor de Lis", ya sean tanto por su ubicación como por sus servicios.

De todos los establecimientos analizados solo se toman los primeros 9 como competencia directa ya que ellos ofrecen pernocte, gastronomía casera y actividades de carácter rural. Los demás entrarían como competencia indirecta

De estos mismos encontramos tres que tienen fauna marina dentro de su predio, por lo cual aparece una fuerte competencia aquí, ya que ellos ofrecen diferentes atractivos. Luego encontramos que los otros son bastantes similares, pero con diferentes actividades. Podemos decir que Meseta Infinita es una compleja agrupación de estancias que logran brindar un producto mucho más completo, donde no solo muestran la tradición de quien vive en el campo sino también la meseta de Somuncura en todo su esplendor, pero es un turismo tal vez mucho más aventurero ya que muestra lo difícil que es vivir en la Meseta. Sin embargo, podría funcionar perfectamente como estancia de paso por los largos caminos a recorrer.

Además encontramos a San Guillermo como otro fuerte competidor, pero a pesar de su larga trayectoria, "Flor de Lis" ofrece no solo un servicio completamente íntimo y personalizado sino también atractivos novedosos como lo son la mina abandonada y los troncos petrificados.

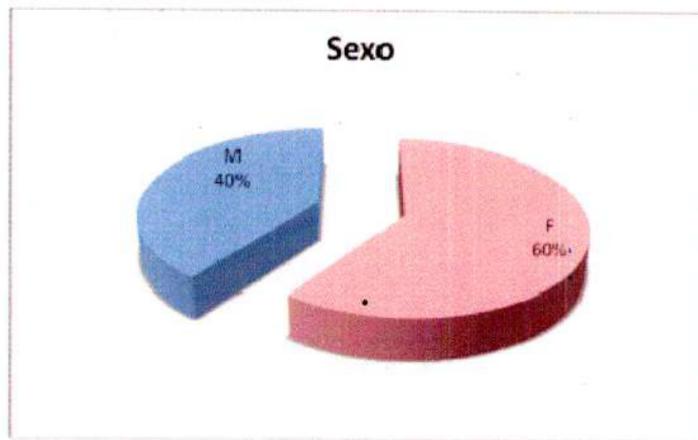
Sabemos que no va a ser fácil penetrar en el mercado para llegar a ser líderes, pero a pesar de esto apostamos a que "Flor de Lis" sea un establecimiento con atractivos distintivos, proponiéndose la calidez en atención y calidad del servicio como principal cualidad.

9. Análisis de mercado

Para el análisis del mercado se optó por realizar encuestas. Las mismas han sido encuestas mixtas realizadas vía mail y algunas presenciales. Se realizaron a público en general por envío masivo. La cantidad de encuestas realizadas fueron 85 en total.

A continuación un resumen de lo analizado:

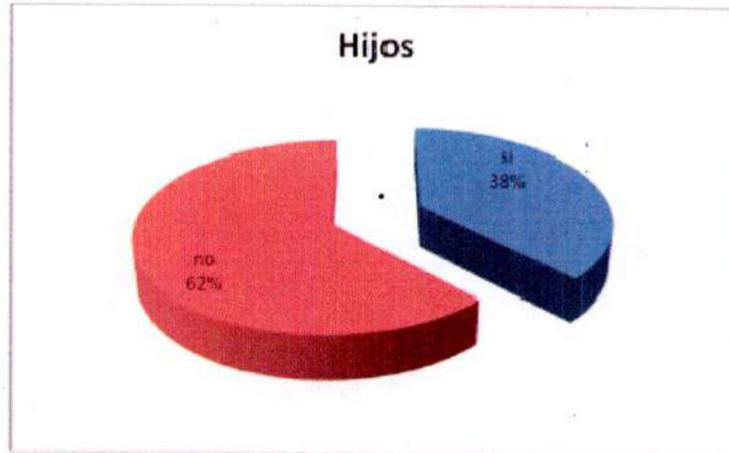
El 60 % de los encuestados fueron Mujeres, el 40% restante Hombres.



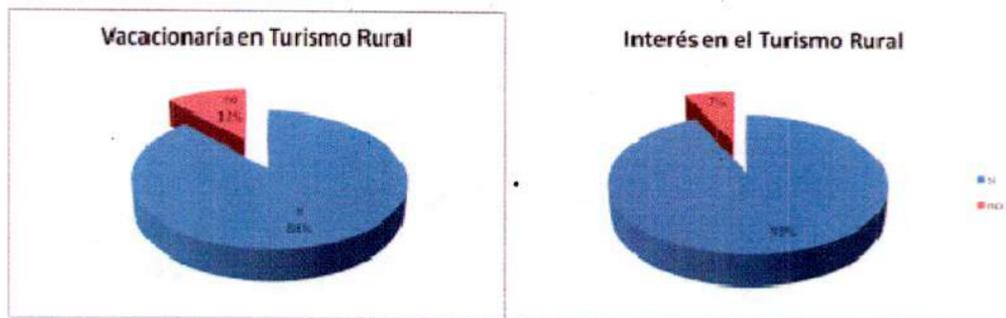
El 32% de los encuestados tenía entre 18 y 25 años, un 31% entre 26 y 35 años, otro 18% de los encuestados tenía entre 36 y 45 años, mientras que el 19% restante tenía más de 46 años.



El 62% de los encuestados declaró no tener hijos, mientras que el 38% restante sí los tiene.



El 93% de los encuestados se encuentra interesado en el turismo rural, de estos el 88% lo elegiría para pasar sus vacaciones.

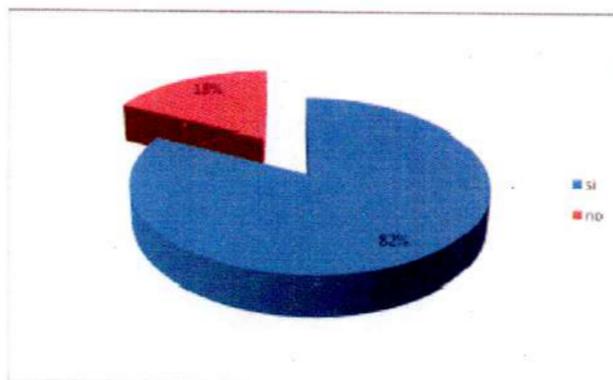


Debido que nuestro mercado objetivo es personas mayores de 45 años hemos optado por analizar solo a ese grupo de personas, de este análisis obtuvimos los siguientes resultados.

De este grupo de encuestados encontramos que el 94% tiene hijos.



Y que el 82% optaría por el Turismo Rural para vacacionar.



Dentro las actividades o atractivos de referencia los elegidos por este público han sido la Gastronomía, la Ruta de la Lana y disfrutar de un Día de Campo, respectivamente.

Luego de realizar estas encuestas nos sorprendimos con la aceptación que tiene el producto.

Nos encontramos que hay un grupo etéreo que no era nuestro objetivo que se puede encontrar interesado en nuestro producto.

Para realizar esta encuesta fijamos un precio estimativo basado en los de la competencia, descubrimos que ha sido muy aceptado, salvo en aquellas personas que quisieran disfrutar de esta actividad en familia, o que proceden de provincias del norte del país.

De esta forma, proponemos realizar un tarifario para extranjeros y nacionales, e incluir planes familiares o por estadía prolongada.

Encontramos que la estadía media elegida por los encuestados es de dos noches.

Ver anexo II.

10. Estrategia Comercial

El proyecto "Flor de Lis" nació como consecuencia y no como causa. Con esto queremos decir que nació como consecuencia de la implementación ya existente de la Estancia en la recepción de manera informal de turistas.

Por tanto, tenemos algunos canales de venta ya establecidos, y son de dos maneras: por un lado, un canal de venta directo, donde la empresa se encarga personalmente de organizar la logística en el arribo del huésped (recogerlo en el aeropuerto o en algún punto de la ciudad de Puerto Madryn o ciudad aledaña) y en la reservación del alojamiento (contacto directo, sin intermediarios). Y por otro lado, existe un canal de venta indirecto, donde dos Agencias de Viajes, como Arrieros Patagónicos y Buen Puerto, son las encargadas de organizar y vender el Producto a los potenciales clientes nacionales y extranjeros, siendo la idea extender este canal indirecto a muchas más agencias e intermediarios.

En este último aspecto tenemos pensado ofrecer el producto "Flor de Lis" a agencia receptoras, las cuales se encargan de ofrecer distintos tipos de productos al pasajero que viene a conocer nuestro País. Trataremos de seleccionar aquellas que ofrecen productos más personalizados, o directamente a aquellas que dedican un espacio al Turismo Rural propiamente dicho. Con este tipo de agencias cubriremos sobre todo la porción de mercado del turista extranjero.

También ampliaremos nuestra oferta a aquellas agencias de Puerto Madryn, Trelew, Comodoro Rivadavia, Viedma y demás ciudades grandes de la región. La idea es elegir aquellas empresas que trabajen seria y distinguidamente, con el fin de captar no solo al turista que anda de paso sino al residente que desea distenderse por unos días.

Con respecto a la Publicidad, Flor de Lis será promocionada mediante folletería, que se encontrará a disposición en las Agencias de Viajes antes mencionadas, en las Secretarías de Turismo de la región y en las Terminales y Aeropuertos de las ciudades con mayor tránsito de pasajeros y cantidad de población de la zona. También se dejarán en hoteles que se encuentren orientados al mismo segmento que nuestro producto por si algún pasajero desea extender su estadía en la Estancia.

Además, se utilizarán las redes sociales como Facebook y Twitter para poder tener un contacto más cercano con los clientes. Publicitaremos en fechas específicas en los diarios de llegada masiva de la provincia de Río Negro y Chubut, y publicitaremos selectivamente en Google Adwords y portales turísticos de internet.

11. Gestión de la Calidad

Actualmente son muy valorados y muy importantes los Sistemas de Gestión de la Calidad, hay desde los más complejos hasta algunos más sencillos de aplicar. Nos pareció fundamental empezar a aplicar la cultura de la calidad desde el inicio de este emprendimiento.

El Ministerio de Turismo de la Nación en el marco del lanzamiento de la Ley Nacional de Turismo elabora el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016. Todo esto enmarca el Sistema Argentino de Calidad Turística.

Dentro de este último encontramos un Manual sobre Nuevas Modalidades de Alojamiento dirigido a aquellos emprendedores que quieren iniciarse y también a quienes ya tienen su pequeña actividad hotelera en funcionamiento.

Es un manual que brinda muchas herramientas para llevar adelante de una manera profesional estos pequeños emprendimientos. Nos parece que nos encontramos en el momento óptimo para tomar en cuenta al menos algunos de sus ítems para un mejor funcionamiento de La Casa de Campo Flor de Lis y así poder garantizar un mejor servicio a los futuros clientes.

A continuación vamos a desarrollar los tres ítems más importantes que hemos tomado:

I. RESERVAS

- Las reservas únicamente serán tomadas por mail o fax. En caso de hacerlas telefónicamente siempre se pedirá una confirmación por escrito. Esto se hace con el fin de lograr un antecedente y evitar malos entendidos.
- Los datos a tomar para realizar una reserva son:
 - Apellido y Nombre
 - Fecha de Ingreso
 - Fecha de Egreso
 - Horario de Llegada
 - Vía por la cual llega
 - Teléfono de contacto
 - Cuenta de Correo Electrónico
- Tomados los datos debemos confirmar que tipo de habitación desea y si tiene alguna limitación en su alimentación así como también sus preferencias sobre la misma.
- Luego se le explica al pasajero las políticas de cancelación acordando con él una fecha y modo para hacer el depósito que confirmará la reserva.
- Una vez realizado el depósito se le enviará por correo electrónico o fax el voucher con los datos específicos de la reserva y formas de contacto.

II. QUEJAS Y RECLAMOS

Los pasos a seguir en caso de recibir una queja o reclamo son los siguientes:

- Aislar a la persona para que no moleste a otros huéspedes.
- Se debe escuchar al pasajero de forma serena y con atención, manteniendo contacto visual con el mismo y con una expresión corporal abierta y relajada. Se debe demostrar que se está interesado en lo que le pasó al mismo.
- Hablarle suavemente, evitar responderle hostil o defensivamente. Jamás se debe insultar al huésped.
- No se debe buscar un culpable, sino una solución y ante todo pedir disculpas.
- Ofrecer una recompensa extra al huésped por el inconveniente que ha tenido.

III. HOUSEKEEPING

Las tareas de mantenimiento y limpieza se deben desarrollar bajo las siguientes reglas:

- La limpieza jamás debe interferir entre los huéspedes. Se debe mantener silencio absoluto en las áreas de uso común.
- Siempre se debe ver y oler a limpio en todos los espacios. No usar perfumes fuertes que puedan llegar a ser molestos o interferir con otros aromas.
- La limpieza se hará mientras los pasajeros estén realizando otras actividades fuera de la casa.
- Debe haber un responsable que chequee la limpieza realizada para evitar inconvenientes.
- El mantenimiento del jardín y casa deberá seguir las mismas normas.
- El mantenimiento general de la casa preferentemente se hará cuando no haya huéspedes en el lugar.

Ver Anexo III.

12. Conclusiones y apreciaciones personales

Hace casi un año comenzamos los contactos con Anahí Olais, propietaria de la Estancia donde se encuentra la Casa de Campo Flor de Lis. La idea era ayudarnos mutuamente a cubrir las necesidades e intereses que cada uno tenía. Es decir, nosotros podíamos interesarle ya que nuestro proyecto le serviría para organizar y gestionar el servicio de alojamiento que ya brindaba, y a su vez ella nos podría facilitar información para nosotros poder realizar el Proyecto para la Carrera.

Al investigar, nos encontramos con un estado de situación favorable, ya que muchas de las actividades estaban en funcionamiento y la logística del alojamiento y la gastronomía estaban encaminadas, solo faltaba darle el toque técnico. Planteamos una Visión, una Misión y los Objetivos, que nos guiaron durante todo el desarrollo del Proyecto. Hicimos un relevamiento de los recursos naturales, históricos y culturales que poseen para así poder armar la guía de actividades que acompañan la estadía. Pudimos delimitar el mercado objetivo, hacer un análisis del mismo y de la competencia, y de esta forma poder diagramar una estrategia comercial. Además, ahondamos un poco en los costos que tienen y que pueden llegar a tener para poder establecer un precio de venta. Para eso, aplicamos al Proyecto todas las herramientas que nos brindó la carrera, necesarias para poder “profesionalizar” el servicio de la Casa de Campo. Utilizamos diferentes métodos para poder medir el potencial del Producto y proyectar su valor.

Por último, creemos que es fundamental no quedarse solo con esto, sino seguir progresando, por lo cual no solo les dejamos este proyecto sino también ideas para seguir creciendo. Sería importante en un futuro hablar de ampliaciones, de poner baños en las habitaciones, y lograr cambiar de categoría. Si se sigue trabajando en calidad turística nos parece bueno que cuando el Producto Flor de Lis tome carrera y se asiente en el Mercado, pueda ser certificado para garantizar un servicio de calidad y, por qué no, obtener prestigio sobre todo a nivel internacional. De todos modos, es suficiente por el momento utilizar algún manual de buenas prácticas para familiarizarse con la “cultura de la calidad”.

Luego de todo lo trabajado, podemos decir que este proyecto es APTO y FACTIBLE por que cumple con el fin planteado desde un principio, lograr suplir las necesidades del campo y de los turistas que buscan tranquilidad, porque tiene todas las herramientas para hacerlo, ya que posee muchos recursos naturales, históricos y culturales únicos en la zona y que están al alcance del pasajero. Además cuenta con un grupo humano genuino, con el aliciente de que la propietaria está en todo momento acompañando a los pasajeros. Aquí el lema “atendido por sus propios dueños” estará bien representado. Y por último podemos decir que ACEPTABLE por que cumple financiera y económicamente con el objetivo deseado, es decir, obtener ganancias y ser una fuente más de ingresos para los propietarios.

Luego de tanto tiempo de trabajo nos llevamos una sensación de satisfacción, porque sentimos que realmente va a ser de utilidad nuestro proyecto. Hemos aprendido muchísimo sobre

la realidad de la vida de campo, el respeto por la naturaleza y quienes conviven con ella a diario, además de lo fundamental que es cuidarla. Pero sobre todo creemos que comprendimos el verdadero valor de la sustentabilidad y sostenibilidad. Entendimos el objetivo de esto, que si hoy hacemos algo, es importantísimo que el día de mañana las generaciones siguientes puedan disfrutarlo y continuarlo.

Creemos que este Proyecto ha sido el broche de oro de nuestras carreras, pudiendo descubrir que más allá de que este trabajo se lleve a cabo o no, en un futuro podemos hacer uso de todas las herramientas aprendidas a lo largo de la misma para próximos emprendimientos, que enriquecerán cada vez más nuestra vida profesional. Hoy nos sentimos realizados con nuestro proyecto y con nuestros estudios, hemos crecido como profesionales y por sobre todo, como personas.

"(...) nadie llega a ningún lugar eficientemente si no sabe dónde va".

Antonio Torrejón

"Viajar no es solo preocuparse por los grandes hoteles y las comodidades, es además tener la fabulosa oportunidad de acercarse a las costumbres, a las tradiciones y de admirar los paisajes"

Francisco Mundo

13. Anexos

Anexo I

LEY Nº 3883

Aprobada en 1ª Vuelta: 30/09/2004 - B.Inf. 36/2004

Sancionada: 21/10/2004

Promulgada: 10/11/2004 - Decreto: 1278/2004

Boletín Oficial: 29/11/2004 - Número: 4258

LA LEGISLATURA DE LA PROVINCIA DE RIO NEGRO SANCIONA CON FUERZA DE L E Y

Artículo 1º.- Declárase de interés provincial al Turismo Activo como alternativa del desarrollo turístico sostenible y sustentable, así como todas las acciones que se implementen con el fin de promover su crecimiento y su adecuado ordenamiento y control.

Artículo 2º.- A los efectos de esta ley se entiende por:

1. Turismo Activo a aquellas actividades que, además de tener en común el motivo del viaje, se asocian al uso "activo" del tiempo libre. El "turismo activo" agrupa todas las formas de turismo en las que los turistas se integran en sus paseos y visitas en actividades y vivencias. Estas actividades turísticas sustentables, respetuosas del medio natural, social y con los valores de la comunidad, permiten a su vez disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde estos últimos tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

El turismo activo es una forma de hacer turismo que incluye modalidades como el ecoturismo y turismo aventura.

1.1 **Turismo Aventura** a la actividad turística recreacional en la que se utiliza el entorno natural para producir determinadas emociones y sensaciones de descubrimiento, exploración, riesgo controlado o conquista de lo inexplorado y que implica cierto esfuerzo físico.

A los fines de la presente, con carácter enunciativo, se considerarán las siguientes actividades para la modalidad de Turismo Aventura:

a. Montañismo (escalada, rappel, tirolesa): Ascenso y descenso en elevaciones orográficas utilizando técnicas especiales.

- b. Travesías en 4x4/overlanding: Recorridos en vehículos especialmente equipados para adaptarse a las características del terreno y visitar sitios de difícil acceso.
- c. Rafting/floating: Es el descenso en cursos de agua con embarcaciones neumáticas arrastradas por la corriente, controlada y dirigida por los navegantes.
- d. Canotaje: Navegación en embarcaciones ligeras para uno o más tripulantes propulsada por remos.
- e. Buceo/submarinismo: Inmersión en un ambiente acuático que consiste en mantenerse y desplazarse conteniendo la respiración o con un equipo de aire comprimido.
- f. Mountain bike/cicloturismo: Recorrido en bicicleta por caminos o senderos rústicos, salvando obstáculos naturales con determinado esfuerzo físico.
- g. Esquí de travesía o nórdico: Recorridos a pie por áreas nevadas de variado relieve con equipos de esquí y elementos especiales que facilitan el desplazamiento.
- h. Bungee-jumping: Salto al vacío donde el participante está sujeto por una cuerda elástica, que en su otro extremo está anclada a una estructura sólida.
- i. Actividades aeronáuticas (paracaídas, parasailing, aladelta, parapente, globos): Vuelo deportivo o de esparcimiento con utilización de equipos especiales para despegar, permanecer y desplazarse en el aire.
- j. Otras actividades: Cualquier otra actividad no contemplada en los incisos anteriores que por destreza, exigencia física o equipamiento involucrado sea de similitud a las antes definidas y que a juicio de la autoridad de aplicación sea tratada, regulada y autorizada previamente como para ser inserta dentro del turismo aventura.

1.2 **Ecoturismo** a la actividad turística recreacional en la que la motivación y objetivo mismo del viaje o desplazamiento es la observación, contemplación, interpretación, estudio e investigación de áreas o zonas naturales y/ o culturales que se caracterizan por el bajo impacto del hombre sobre el medio.

A los fines de la presente se considerarán, con carácter enunciativo, las siguientes actividades para la modalidad de Ecoturismo:

- a. Safari fotográfico: Consiste en tomar imágenes fotográficas/filmaciones de las manifestaciones de la naturaleza produciendo el mínimo impacto ambiental.
- b. Trekking: Traslados a pie por distintos tipos de terrenos y paisajes con el objeto de superar las dificultades del camino y admirar la flora, la fauna y las manifestaciones culturales.
- c. Campamentismo: Se basa en la interrelación de las personas entre sí y con el medio geográfico y cultural a través de actividades realizadas al aire libre, con fines educativos y formativos.
- d. Cabalgatas: Traslados a lomo de caballo o mula con duración variable y recorriendo ambientes naturales.
- e. Visitas científico-culturales: Contemplación y/o el estudio sistemático de los recursos etnográficos, arqueológicos, paleontológicos y/o geológicos.
- f. Observación de aves, flora y fauna: Reconocer la diversidad biológica natural de una zona por motivos de ocio, investigación o didácticos.
- g. Otras actividades: Cualquier otra actividad no contemplada en los incisos anteriores que por la motivación sea de similitud a las antes definidas y que a juicio de la autoridad de aplicación sea tratada, regulada y previamente autorizada como para ser inserta dentro del ecoturismo.

2. Prestadores y/u Operadores de Turismo Activo y por lo tanto sujetos de la presente, todas aquellas personas físicas o jurídicas habilitadas que operen actividades turísticas activas, según lo definido en los artículos precedentes, que interactúan con el medio geográfico y cultural, poniendo especial énfasis en la conservación del medio ambiente.

2.1 Prestador de Turismo Activo a aquellas personas físicas o jurídicas que oferten servicios con personal idóneo e infraestructura acorde en forma directa. No podrá ofrecer ningún tipo de servicio no prestado directamente por él.

2.2 Operador de Turismo Activo a las Empresas de Viajes y Turismo y Agencias de Viajes encuadradas en la ley nacional nº 18.829 o a aquella que la reemplazara.

3. Turista Activo a aquella persona que se desplaza de su lugar de residencia habitual en su tiempo libre, motivado para la realización de las actividades definidas en el texto de la presente ley.

Artículo 3º.- Créase el Registro de Prestadores y/u Operadores de Turismo Activo, que será responsabilidad de la Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia de Río Negro.

Artículo 4º.- Los Prestadores y/u Operadores de Turismo Activo deberán inscribirse en el Registro Provincial de Prestadores y/u Operadores de Turismo Activo y solicitar su homologación dentro de las actividades establecidas en la presente.

Artículo 5º.- Son requisitos para la obtención de la habilitación correspondiente los siguientes:

- a. Datos personales completos, razón social o nombre de fantasía del prestador u operador del servicio. En caso de personas jurídicas, listado actualizado de los integrantes del Directorio o Gerencia y constancia actualizada de su inscripción en el Registro Público de Comercio.
- b. Domicilio comercial y legal y un domicilio especial expresamente constituido dentro del territorio de la Provincia de Río Negro.
- c. Copia de la habilitación municipal y/o comercial de acuerdo a las normas que rijan en el medio y certificación de libre deuda de dicho tributo.
- d. Detalle de la/s actividad/es a homologar, servicios que prestará, grado de riesgo, cantidad máxima de pasajeros por salida.
- e. Detalle del escenario en el que operará, indicando: localización específica y planigráfica del contorno donde se desarrollarán las actividades, diagramación interna del/los circuito/s, temporada/s y/o período/s de explotación, duración de cada evento y todo otro dato de interés que contribuya a individualizar la actividad para su homologación.
- f. Detalle de la logística de abastecimiento, de evacuación de personas en caso de accidentes o prevención ante la inminencia de los mismos y de primeros auxilios. Sistema de intercomunicaciones y/o de pedidos de auxilio normales y/o alternativos ante las emergencias. Detalle de equipos, vehículos y medios materiales y humanos que posee para el desarrollo de las actividades. Presentar sus correspondientes habilitaciones propias de la actividad.
- g. Poseer seguro de responsabilidad civil respecto a terceros y usuarios, cuantificado por el riesgo que la actividad implique.
- h. Nómina con apellido, nombre, número de documento y certificado de antecedentes expedido por la Policía de la Provincia de Río Negro, del personal idóneo habilitado para cada una de las actividades declaradas. La misma deberá actualizarse anualmente.

- i. Acreditar mediante certificados, título o matrícula de idoneidad para la prestación de las actividades. En el caso de habilitaciones para las cuales no existe título formal, los postulantes deberán poseer idoneidad acorde a la actividad a desarrollar.
- j. Garantía y/o certificación técnica de fábrica y/o de calidad de los materiales, equipos y medios detallados en el inciso f, para ser utilizados en un medio geográfico específicamente determinado, expedida por organismos, asociaciones o entes afines y/o profesionales competentes de la actividad.
- k. Permiso del titular y/o propietario de la tierra en el caso de espacios privados o autorización del ente u organización que corresponda en el caso de espacios públicos. Cuando los itinerarios atraviesen jurisdicciones distintas los organismos involucrados determinarán la reglamentación a aplicar.
- l. Declaración Jurada de Impacto Ambiental aprobada por la autoridad ambiental provincial.
- m. Fotocopia del formulario de inscripción en AFIP-DGI y DGR Río Negro y libre deuda de estas obligaciones fiscales.
- n. Para los operadores de turismo activo se exigirá la habilitación de agente de viaje correspondiente.

Artículo 6º.- La constancia de inscripción del Registro de Prestadores y/u Operadores de Turismo Activo será emitida por la autoridad de aplicación. Tendrá una vigencia de un año aniversario. Vencido ese término la habilitación quedará automáticamente sin efecto sin notificación ni acto administrativo alguno.

Artículo 7º.- Los prestadores y operadores de turismo activo deberán abonar un arancel de inscripción determinado por la autoridad de aplicación.

Artículo 8º.- La renovación de la habilitación tendrá un costo equivalente al sesenta por ciento (60%) del arancel normal de inscripción vigente a ese momento, siempre y cuando se presenten todos los requisitos dentro de los seis (6) meses de su vencimiento.

Artículo 9º.- La autoridad de aplicación expedirá una credencial identificatoria de la actividad y prestador del servicio.

Artículo 10.- A los efectos de la fiscalización técnica, la autoridad de aplicación podrá valerse de dictámenes técnicos profesionales o idóneos en la materia y/o de organizaciones de probada solvencia dentro de la actividad en cuestión.

Artículo 11.- Sin perjuicio de lo expresado en el artículo anterior, la autoridad de aplicación tendrá las facultades fiscalizadoras propias que le concede la ley 2603.

Artículo 12.- La vinculación entre prestadores u operadores de Turismo y el Turista Activo se encuadra en la figura de “Contrato de Servicios Turísticos”, en el que los deberes de indemnidad y seguridad del Turista Activo constituyen su principal característica. A estos fines se entiende por Turista Activo no sólo la persona individual sino los grupos que integran contingentes de todo tipo.

Artículo 13.- El Prestador u Operador asume los deberes de indemnidad y seguridad del Turista Activo desde la etapa precontractual, con la debida y completa información que debe brindar y hasta el total cumplimiento de todas sus obligaciones ya sea por sí o a través de terceros.

Artículo 14.- El Prestador u Operador deberá ejercer una vigilancia activa sobre el Turista Activo, asegurando que no sufra daño alguno por la actuación de otros prestadores por el hecho de las cosas y, en general, por una defectuosa organización del servicio.

Artículo 15.- El incumplimiento de los deberes y obligaciones contemplados en la presente se ajustará al siguiente régimen de sanciones:

1. Apercibimiento.
2. Multa
3. Suspensión de la actividad.
4. Clausura.

a. La sanción de multa es susceptible de ser aplicada singularmente o en forma accesorio a cualquiera de las demás.

b. Las multas, siempre a criterio de la autoridad de aplicación para el caso, podrán caratularse como leves, graves y gravísimas. Dentro de las leves se sancionará con un mínimo de 1 a 10 unidades; dentro de las graves de 11 a 50 unidades y dentro de las gravísimas de 51 hasta el infinito.

c. A la “unidad” de las multas se le adjudica un valor igual al arancel de inscripción vigente a la fecha de aplicación.

d. Las sanciones se aplicarán tomándose en cuenta la entidad de la falta y la reincidencia de las mismas, si existieren, a solo criterio de la autoridad de aplicación. No es imperativo seguir la escala creciente que contempla el artículo 12 de la presente.

- e. Quienes ejerzan la actividad sin la correspondiente habilitación, serán pasibles de la clausura sin más trámite.
- f. La autoridad de aplicación podrá requerir el auxilio de la fuerza pública de considerarlo necesario.
- g. Como normas de procedimiento se aplicarán las que rijan para la autoridad de aplicación y la Ley de Procedimiento Administrativo, vigentes al momento y concordantes para el caso.

Artículo 16.- Será autoridad de aplicación de la presente ley la Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia de Río Negro, quien queda facultada para instrumentar y operativizar la presente y para dictar las reglamentaciones de cada una de las actividades expresadas en el artículo 2º.

Artículo 17.- Derógase, a partir de la sanción de la presente, la ley nº 2754 de Turismo Ecológico.

Artículo 18.- Comuníquese al Poder Ejecutivo y archívese.

Decreto 657/03 Categorización hotelera

DECRETO Nº 657/03
VIEDMA, 24 de Junio de 2003.-

ANEXO DECRETO Nº657/03.-

SISTEMA DE CLASIFICACIÓN DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

CAPITULO I: Objeto y Alcance

ARTICULO 1º.- Esta Norma regula el Sistema de Clasificación de los alojamientos turísticos de la Provincia de Río Negro determinando los requisitos y procedimientos que deberán cumplir tales establecimientos.-

ARTICULO 2º.- Están sujetos a la presente Norma todos los establecimientos emplazados en territorio rionegrino, dedicados a ofrecer en forma habitual el servicio de alojamiento, mediante precio por un período no inferior al de una pernoctación, siempre que las personas no constituyan su domicilio en ellos .-

CAPITULO II: De las Facultades y obligaciones de la Secretaría de Estado de Turismo Provincial

ARTICULO 3º.- La Secretaría de Estado de Turismo de la Provincia , en lo sucesivo la Secretaría , será el Organismo de Aplicación de la presente Norma .-

ARTICULO 4º.- Como tal, l a Secretaría co ncederá las autorizaciones para el ejercicio de la actividad de alojamiento turístico, conforme la clasificación (tipo y categoría) indispensable para su homologación. Asimismo estará facultada para autorizar el uso de las definiciones propias de la

información complementaria (modalidad y especialización). La clasificación de los establecimientos se fijará basándose en las exigencias y requisitos contenidos en la presente norma y su Reglamentación.-

ARTICULO 5º.- Créase la Comisión Mixta de Revisión de Clasificación y Categorización, en adelante la Comisión , con las siguiente composición y funciones:

1. Estará compuesta por tres representantes del sector privado, miembros de la Federación Empresaria Hotelera y Gastronómica de la República Argentina , y tres de la Secretaría. El Presidente y el Secretario deberán ser elegidos entre los representantes del sector público. En las votaciones en caso de empate, el Presidente tendrá doble voto.-

2. Las funciones de la Comisión Mixta serán:

a. Proponer modificaciones a los requisitos establecidos para la clasificación, categorización, especialización y modalidades;

b. Proponer las medidas que estime conveniente para mejorar los estándares de calidad de la actividad;

c. Considerar solicitudes fundadas de eximición en el cumplimiento de algunos de los requisitos.-

CAPITULO III: De la Clasificación

ARTICULO 6º.- Los establecimientos a que se refiere la presente norma, deberán inscribirse en el Registro Provincial de Alojamientos Turísticos, debiendo solicitar ante la Secretaría su homologación en el Tipo y Categoría correspondientes.-

ARTICULO 7º.- Únicamente los establecimientos homologados como "Alojamientos Turísticos podrán operar y figurar como tales, gozando de eventuales franquicias impositivas, créditos y regímenes promocionales establecidos o por establecerse.-

ARTICULO 8º.- Todos los establecimientos de alojamiento turístico responderán a la clasificación básica y obligatoria por tipos y categorías.-

1. Se entiende por Tipo al conjunto de características distintivas de la infraestructura y de los servicios que presta un establecimiento. Los establecimientos de alojamiento se clasificarán en los siguientes grupos:

a. Tipo 1: H (Hoteles): Son aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento y otros servicios complementarios según su categoría y ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble o un conjunto de edificios con unidad de explotación, reuniendo los requisitos exigidos.-

b. Tipo 2: AH (Apart hoteles): Son aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento y otros servicios complementarios según su categoría y ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble o un conjunto de edificios con unidad de explotación, y que además incorporan a cada unidad alojativa las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos, reuniendo los requisitos exigidos.-

c. Tipo 3: B&B (Bed & Breakfast o Residencial u Hospedaje): Son aquellos establecimientos, que ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble o un conjunto de edificios con unidad de explotación, y que proveen los servicios de alojamiento y desayuno, reuniendo los requisitos exigidos.-

d. Tipo 4: A (Albergues u Hostels u Hostales): Son aquellos establecimientos, que ocupan la totalidad o parte independizada de un inmueble o un conjunto de edificios con unidad de explotación, y que proveen el servicio de alojamiento mínimo (habitaciones compartidas, sanitarios), reuniendo los requisitos exigidos.-

e. Tipo 5: CAT o DAT (Casas o Departamentos de alquiler turístico): Se consideran casas o departamentos de alquiler turístico: los inmuebles, cualquiera sea su configuración y característica, cuyo uso se ceda mediante precio, para habitación ocasional de personas no residentes en la localidad, y que no se encuentren incluidos en la ley de alquileres Nº 23.091; y que, además, no estén comprendidos en los tipos uno (1) a cuatro (4) del presente artículo, reuniendo los requisitos exigidos.-

f. Tipo 6: C (Camping): Son aquellos establecimientos, que se desarrollan en un predio en el cual se identifican parcelas para la instalación de carpas, casas rodantes y/ o autoportantes, reuniendo los requisitos exigidos.-

Se considerará Complejo sólo a los establecimientos en los que concurren características de más de un Tipo, debiéndose cumplir las características de cada uno de ellos en forma parcial.-

2. La categoría es la escala jerárquica para identificar la complejidad de la infraestructura y de los servicios disponibles en los establecimientos. Para su identificación se utilizarán las estrellas, en un máximo de cinco (5) hasta mínimo de una (1). Los distintos grupos se diferenciarán de acuerdo a las siguientes categorías:

a. Tipo 1: H (Hoteles): Cinco (5*), Cuatro (4*), Tres (3*), Dos (2*) y una (1*) estrellas.-

b. Tipo 2: AH (Apart hoteles): Cinco (5*), Cuatro (4*), Tres (3*), Dos (2*) y una (1*) estrellas.-

La autoridad de aplicación podrá reglamentar la categorización de los Tipos 3: B&B (Bed & Breakfast o Residencial u Hospedaje), Tipo 4: A (Albergues o Hostels o Hostales), 5 CAT o DAT (Casas o Departamentos de alquiler turístico) y Tipo 6: C (Camping). Para estos Tipos la autoridad de aplicación establecerá la simbología identificatoria de la categoría.-

ARTICULO 9º.- La Especialización y la Modalidad constituyen un criterio complementario de identificación del establecimiento de carácter voluntario y de interés para el usuario. Su utilización deberá ser autorizada por La Secretaría.-

1. Se entiende por especialización la capacidad demostrada por un establecimiento de disponer de infraestructuras y de servicios suficientes para atender con profesionalidad determinadas demandas. Deberán asimismo acreditar que los servicios ofertados son prestados, por sí o por terceros, por profesionales acreditados por instituciones o entidades de reconocida solvencia, conforme lo determine la reglamentación. Los servicios, de alojamiento y los programas de actividades correspondientes, constituirán una única oferta global.

A este fin se consignan los siguiente segmentos de especialización con sus respectivas definiciones:

a. Congresos y Convenciones: son los establecimientos especializados en prestar servicios para la realización de reuniones de índole profesional, cultural o social, contando para ello con espacio suficiente y distinto con respecto de las áreas generales del establecimiento. Contarán con

áreas autónomas para la organización de los eventos y distribución del material, además de las facilidades específicas tales como salón de congresos, salas de comisiones, servicios de logística, entre otros que fijará la reglamentación.-

b. Deportes: son los establecimientos especializados en la práctica de deportes, contando para ello con instalaciones específicas, un programa de actividades especializado y el personal profesional adecuado, entre otros que fijará la reglamentación. Podrá utilizarse la denominación específica en el deporte en cual se especializa.-

c. Naturaleza: son los establecimientos especializados en la prestación de servicios a los turistas cuya motivación principal es descubrir y conocer el marco natural o paisajístico. Deberán estar ubicados en el ámbito natural, en edificación aislada, disponiendo de un entorno medioambiental especialmente armonioso y ofrecer programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y disfrute del medio natural, conforme la reglamentación.-

d. Ecológico: son los establecimientos especializados en la prestación de servicios a turistas cuya motivación principal sea descubrir y conocer de una manera científica el marco natural o paisajístico. A través de la implementación de metodologías busca interpretar, investigar y comprender uno o varios aspectos de la naturaleza, conforme la reglamentación.-

f. Agroturismo: son los establecimientos especializados, ubicados en el ámbito rural, que cuenten con edificación aislada, en un entorno medioambiental especialmente armonioso. Deberán ofrecer programas de actividades recreativas relacionadas con el conocimiento y disfrute del medio rural incluyendo la práctica de actividades propias de las explotaciones rurales, conforme la reglamentación.-

g. Salud o Spa: son los establecimientos especializados que cuenten con instalaciones, servicios y personal calificado para ofrecer programas y tratamientos relacionados con la estética y la salud en general, avalados por la Secretaría de Salud, conforme la reglamentación.-

h. Termal: son los establecimientos especializados que cuenten con las instalaciones, los servicios y el personal calificado para el aprovechamiento de una fuente o centro de aguas termales, de recursos hidroterápicos, talasoterápicos o similares, conforme la reglamentación.-

i. Casino: son los establecimientos que cuenten dentro del establecimiento con instalaciones, servicios y personal para el desarrollo de las actividades de casinos, sujeto a la legislación vigente y conforme la reglamentación.-

j. Resort: son los establecimientos que ofrezcan servicios de recreación, deportes, salud, convenciones, comercios, entretenimiento, alimentos y bebidas, con un sistema de comercialización "todo incluido" en la tarifa y conforme la reglamentación.-

2. Son modalidades conforme la ubicación, características de los servicios prestados y morfología del diseño arquitectónico las siguientes:

a. Motel: Aquel establecimiento, correspondiente a los tipos H o HA, que se encuentren ubicado sobre rutas o caminos o en su adyacencia a una distancia no mayor de un (1) kilómetro. Cada unidad contará con entrada independiente desde el exterior y con un (1) estacionamiento adjunto.-

b. Hostería: Aquel establecimiento, correspondiente al tipo H, que posea una superficie parqueada por lo menos igual a la superficie construida y reúna además, características de diseño arquitectónico regional y uso de materiales, adecuadas a la zona de emplazamiento, conforme lo disponga la reglamentación.-

c. Cabañas: Aquel establecimiento, correspondiente al Tipo HA, que posea una superficie parqueada mínima equivalente a una vez y media (1,5) la superficie construida. Las unidades deberán emplazarse en forma aislada o formando conjunto con otras hasta un máximo de dos (2). Reunirá además, características de diseño arquitectónico adecuadas a la zona de emplazamiento regional y uso de materiales, adecuadas a la zona de emplazamiento, conforme lo disponga la reglamentación.-

d. Bungalows: Aquel establecimiento, correspondiente al Tipo HA, cuyas unidades se desarrollen formando conjunto, con una configuración predominantemente horizontal y se emplacen sobre una superficie parqueada, conforme lo disponga la reglamentación.-

ARTICULO 10º.- La clasificación otorgada será válida por un período no superior a tres años ni inferior a uno a contar desde la fecha de su otorgamiento y será considerada como única, oficial y de obligatoria exhibición en los elementos físicos de relación entre el establecimiento y el cliente.-

ARTICULO 11º.- Todos los establecimientos comprendidos en esta norma, exhibirán en el exterior una placa normalizada por la Secretaría , donde constarán el tipo y la categoría del establecimiento.-

ARTICULO 12º.- Efectos de la clasificación, los solicitantes presentarán a la Secretaría la solicitud de habilitación turística, con la documentación establecida en la reglamentación y si correspondiere, la solicitud de modalidad y especialización.-

ARTICULO 13º.- Las casas, departamentos, villas, chalet o similares que se destinen al uso turístico, pueden explotarse directamente por quien tenga legalmente su disposición, ya sea como unidades individuales, como grupo de unidades aisladas o como conjunto. La tramitación de la habilitación turística correspondiente deberá ser realizada por los mencionados precedentemente o por empresas autorizadas por los mismos, quienes previamente deberán inscribirse en el Registro de Empresas Explotadoras de Casas y Departamentos Turísticos, quienes serán considerados responsables del cumplimiento de las prescripciones contenidas en la presente Norma y su reglamentación.-

ARTICULO 14º.- Se deja expresamente establecido que los establecimientos sólo podrán utilizar denominaciones de fantasía que incluyan los tipos y categorías especificados en el Artículo 8 de la presente norma o las especialidades y modalidades especificadas en el Artículo 9 cuando se correspondan con la clasificación y autorización oportunamente otorgada por la Secretaría.-

ARTICULO 15º.- Los establecimientos existentes a la fecha y que obtengan una Certificación de Calidad de acuerdo a la normativa ISO 9001-2000, de un organismo autorizado para ello, podrán solicitar como factor de compensación de deficiencias dimensionales hasta un 20% del puntaje requerido por la reglamentación para cada categoría.-

ARTICULO 16º.- Los establecimientos existentes al momento de la promulgación de la presente normativa, podrán solicitar a la Secretaría el mantenimiento de los parámetros dimensionales de la normativa con la que fueron oportunamente habilitados, cuando la nueva regulación establezca un aumento de las exigencias.-

ARTICULO 17º.- Los establecimientos existentes, deberán adecuarse a la presente normativa en el plazo máximo de tres (3) años, a contar de la vigencia de la presente Norma.-

CAPITULO IV: Disposiciones generales

ARTICULO 18º.- Los establecimientos están obligados a verificar y registrar debidamente la identidad de los pasajeros en un Libro de Registro de Pasajeros foliado, y a suministrar a la Secretaría los datos que le sean requeridos.-

ARTICULO 19º.- La estadía en un establecimiento de un grupo constituido por personas menores de dieciocho (18) años, deberá ser acompañada durante toda su duración por una persona mayor de edad cada veinte (20) menores o número inferior. El mayor de edad deberá ser padre, tutor o encargado de uno de los menores o docente y deberá asumir la responsabilidad por cada uno de los integrantes del grupo. En caso contrario, y siempre que esta circunstancia se encuentre fehacientemente acreditada, el propietario o responsable del establecimiento podrá negar el ingreso del grupo a su establecimiento, sin responsabilidad alguna de su parte. En caso que el propietario o responsable del establecimiento aceptare el ingreso de pasajeros que no cumplieren con este requisito el mismo se hará responsable de los actos y/ u omisiones de los integrantes del grupo.-

ARTICULO 20º.- El precio del alojamiento podrá exigirse en el momento de ingreso del pasajero será discriminado por persona y día, según la capacidad de la unidad de alojamiento turístico ocupada.-

ARTICULO 21º.- La publicidad, oferta y explotación de los establecimientos deberán ser veraces y objetivas. Deberá proporcionarse al cliente información suficiente y clara sobre las características, condiciones de uso y prestaciones de los servicios contratados, siendo de aplicación las normas vigentes sobre publicidad y defensa del consumidor. Las características, condiciones y prestaciones que figuren en las ofertas o en la publicidad realizada serán exigibles por el usuario aunque no figuren expresamente en el contrato celebrado.-

ARTICULO 22º.- El establecimiento deberá especificar el horario comercial de entrada y salida de clientes, las tarifas de alojamiento habituales y ofertas promocionales y el costo de los servicios adicionales o no comprendidos en la tarifa de alojamiento mediante exhibición de dicha información en recepción.-

ARTICULO 23º.- Todas las unidades de alojamiento deberán estar identificadas mediante un número que figurará al exterior de la puerta de entrada. Cuando las unidades estén situadas en más de una planta la primera cifra del número que las identifique indicará la planta y las restantes el número de orden de la unidad. Si se hallaran situadas en más de un bloque, a la citada cifra se antepondrá una letra o número que identificará el bloque.-

ARTICULO 24º.- En todas las habitaciones figurará material impreso con al menos la siguiente información: servicios gratuitos, precios de servicios complementarios ofrecidos en el

establecimiento, tarifas de teléfono y cualquier otro servicio de comunicación, cartas de menús con precios, lavandería, limpieza en seco y planchado.-

ARTICULO 25º.- Los pasajeros serán responsables del correcto uso de las instalaciones y equipamiento puesto a su disposición y deberán responder por la pérdida o el deterioro que les sea imputable. Todo ello no será obstáculo para el ejercicio de los derechos y acciones civiles y penales que pudieran corresponder.-

ARTICULO 26º.- Los establecimientos instrumentarán un sistema de reclamos que permitan satisfacer y subsanar en forma inmediata los requerimientos de los usuarios por los daños causados a ellos.-

ARTICULO 27º.- Los establecimientos deberán acreditar, previo a la habilitación turística, el cumplimiento de las normas dictadas por los órganos competentes en las siguientes materias: construcción y edificación, instalaciones y funcionamiento de maquinaria, provisión de agua, tratamiento de efluentes cloacales, disposición de residuos sólidos, conservación de espacios verdes, seguridad, incendios y toda otra normativa ambiental y de seguridad e higiene vigente.-

ARTICULO 28º.- El titular del establecimiento está obligado a comunicar a la Secretaría toda modificación que se produzca en cuanto a su titularidad y condiciones de clasificación, categorización, especialización y modalidad, conforme lo que disponga la reglamentación.-

ARTICULO 29º.- El titular del establecimiento está obligado a comunicar a la Secretaría su período de funcionamiento. Todo cierre dentro de dicho período deberá ser comunicado a la Secretaría dentro del plazo de quince días subsiguientes de haberse producido, indicando causa y duración. Cuando éste exceda los nueve (9) meses, ello producirá la caducidad de la habilitación, debiendo el titular solicitar nueva habilitación en caso de reapertura, conforme lo que disponga la reglamentación.-

CAPITULO V: Facultades de contralor

ARTICULO 30º.- La Secretaría podrá fiscalizar e inspeccionar los establecimientos en cualquier momento de la vigencia de la habilitación sin notificación previa o motivación, con el sólo límite del respeto debido a la privacidad de la clientela.-

ARTICULO 31º.- Las infracciones a la normativa serán objeto de sanciones administrativas, previa sustanciación del procedimiento conforme la legislación vigente, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden que fueran concurrentes.-

ARTICULO 32º.- Las infracciones mencionadas darán lugar a la aplicación de las siguientes sanciones, según la gravedad, concurrencia y reiteración de las mismas, cuando correspondiera de acuerdo a la reglamentación; así: apercibimiento, multa, clausura, no aplicación de la compensación de certificación de calidad, disminución de categoría, suspensión e inhabilitación sin perjuicio de la aplicación de más de una de ellas a la vez conforme la gravedad del caso a criterio del organismo de contralor.-

ARTICULO 33º.- El presente capítulo se aplicará tanto a los establecimientos habilitados, como a aquellos que no se encuentren legalmente habilitados, pero que alojen turistas y aunque no lo hagan con carácter habitual.-

CAPITULO VI: Disposiciones complementarias

ARTICULO 34º.- La Secretaría dictará la reglamentación respectiva en un plazo máximo de ciento veinte (120) días contados a partir de la promulgación del presente.-

ARTICULO 35º.- Para dar curso a cualquier trámite de los establecimientos, las oficinas públicas deberán exigir la acreditación de la correspondiente inscripción en el Registro de Alojamientos Turísticos.-

ARTICULO 36º.- Las normas establecidas en el Capítulo III regirán a partir de la publicación de la respectiva reglamentación.-

ARTICULO 37º.- Deróganse los Decretos N° 204/80, 650/82, 586/85 y 1892/89; 283/82; 2896/88; 466/85 y toda otra norma que se oponga al presente.-

ORDENANZA 1526-CM-05

ANEXO VII

Capítulo II: Alojamientos en Turismo Rural

ARTICULO 7º. Cuando se trate de establecimientos de alojamiento turístico en la especialización rural o agro turismo (definidas en el Anexo VI Capítulo V Art.28º de la presente Ordenanza) ubicados dentro del mismo predio donde se da la actividad rural o agroturística, y que no superen las diez (10) plazas –excluyendo las comodidades para uso exclusivo de los propietarios– se podrá ofrecer alojamiento, en alguna de estas tipologías especiales:

- a) Casas rurales.
- b) Albergues rurales; o
- c) Campamentos rurales.

Estos establecimientos deberán funcionar con cierta continuidad, fijando y comunicando al organismo de aplicación su período de funcionamiento y los cambios en los servicios ofrecidos.

En estos alojamientos especiales existirá, a disposición de los clientes:

a) Lista de precios del alojamiento y de todos los servicios que se presten, bajo lo establecido en la presente Ordenanza sobre el particular.

b) Libro de quejas o reclamos, acorde a lo establecido en esta Ordenanza.

Contarán, como mínimo, de las siguientes instalaciones:

- a) Zonas comunes de comedor y de esparcimiento.
- b) Agua fría y caliente mezclable en cocina, lavadero y cuartos de baño.
- c) Puntos y tomas de luz en todas zonas de uso común.
- d) Calefacción en cuartos de baño y zonas de uso común en aquellos lugares donde se registren temperaturas medias inferiores a 18º durante alguno de los meses de funcionamiento.

e) Mobiliario, enseres, menaje y vajilla en buen estado de conservación y utilización.

Las casas rurales y los albergues rurales, contarán además con:

a) Calefacción en habitaciones en aquellos lugares donde se registren temperaturas medias inferiores a 18º durante alguno de los meses de funcionamiento.

b) Puntos y tomas de luz en todas las habitaciones.

c) Todas las habitaciones tendrán ventilación e iluminación al exterior.

ARTICULO 8º. Se entiende por servicio de alojamiento en casas rurales, aquel que comprende, como mínimo, el uso de habitación y baño privado. Las comodidades y servicios serán:

- a) Habitación: de hasta seis (6) plazas;
- b) Baño privado: ambiente sanitario, de uso exclusivo de una habitación o departamento con una disponibilidad mínima de un (1) lavabo o bacha, un (1) inodoro y una (1) ducha o bañera.
- c) Pensión completa: aquel servicio que integra alojamiento, desayuno, almuerzo y cena, incluidos en la tarifa. El servicio de comida (almuerzo y cena) podrá reducirse a media pensión cuando los establecimientos se ubiquen a una distancia no mayor a tres (3) km del radio urbano.
- d) Los alojamientos estarán a disposición de los usuarios, en condiciones adecuadas de conservación y limpieza.
- e) La limpieza de las habitaciones y cuartos de baño se realizará diariamente y correrá a cargo del establecimiento.
- f) El servicio de toallas y ropa de cama se cambiará con la entrada de nuevos clientes y podrá utilizarse por un plazo máximo de tres (3) días. Se podrá plantear una política de ahorro de agua (que deberá exhibirse en la habitación) y entonces, con el expreso consentimiento del huésped, se podrá establecer otra frecuencia de mudado de ropa blanca.
- g) El propietario del alojamiento prestará el servicio de lavado y planchado de ropa, o bien se facilitarán los medios necesarios para su realización por los clientes.

ARTICULO 9º. Se entiende por servicio de alojamiento en albergue rural, aquel que comprende, como mínimo, el uso de una cama, que estará instalada en habitaciones o dormitorios compartidos con otros pasajeros que podrán pertenecer o no al mismo grupo; las comodidades y servicios serán:

- a) Alojamiento en habitación, ambiente destinado al alojamiento de hasta seis (6) personas, o pabellón, ambiente destinado al alojamiento de hasta diez (10) personas.
- b) Baño común: ambiente sanitario, de uso común, con una disponibilidad mínima de un (1) lavabo o bacha, un (1) inodoro y una (1) ducha o bañera cada seis camas instaladas.
- c) Se facilitará el uso de cocinas, vajillas y menaje; a modo complementario se podrá ofrecer el servicio de desayuno y comidas.
- d) Taquilla o locker con llave de seguridad, a razón de una (1) por cada plaza de alojamiento en las habitaciones.
- e) Los alojamientos estarán a disposición de los usuarios, en condiciones adecuadas de conservación y limpieza.
- f) La limpieza de las habitaciones y cuartos de baño se realizará diariamente y correrá a cargo del explotador.
- g) El servicio de toallas y ropa de cama se cambiará con la entrada de nuevos clientes y podrá utilizarse por un plazo máximo de cuatro (4) días. Se podrá plantear una política de ahorro de agua (que deberá exhibirse en la habitación) y entonces, con el expreso consentimiento del huésped, se podrá establecer otra frecuencia de mudado de ropa blanca.

h) Unidad de alojamiento: superficie destinada a albergar a cada grupo acampante y que comprende: un área para instalar su carpa, remolque o elemento similar habitable, más aquella destinada al estacionamiento de su automotor. Estará dotada de:

1) Un (1) recipiente para residuos, con tapa y de material que permita su correcta limpieza, como mínimo, por cada dos (2) unidades de alojamiento, como máximo.

2) Un (1) fogón con parrilla por cada una de las unidades de alojamiento, realizado en material incombustible y cuya disposición preverá la protección de los vientos dominantes; éstos podrán agruparse, como máximo, de a dos (2).

b) Baño común: ambiente sanitario, de uso común, con una disponibilidad mínima de un (1) lavabo o bache, un (1) inodoro y una (1) ducha o bañera cada seis camas instaladas.

c) Se podrá facilitar la utilización de otras dependencias, como el cuarto de estar, comedor, cocina, etc.

d) Se podrá ofrecer el servicio de desayuno o comidas.

ARTICULO 10º. Se entiende por servicio de alojamiento en campamento rural o camping rural, aquel que comprende el uso de la unidad de alojamiento apta para emplazar una carpa, casa rodante o motor home; las comodidades y servicios serán:

a) Unidad de alojamiento: superficie destinada a albergar a cada grupo acampante y que comprende: un área para instalar su carpa, remolque o elemento similar habitable, más aquella destinada al estacionamiento de su automotor. Estará dotada de:

1) Un (1) recipiente para residuos, con tapa y de material que permita su correcta limpieza, como mínimo, por cada dos (2) unidades de alojamiento, como máximo.

2) Un (1) fogón con parrilla por cada una de las unidades de alojamiento, realizado en material incombustible y cuya disposición preverá la protección de los vientos dominantes; éstos podrán agruparse, como máximo, de a dos (2).

b) Baño común: ambiente sanitario, de uso común, con una disponibilidad mínima de un (1) lavabo o bache, un (1) inodoro y una (1) ducha o bañera cada seis camas instaladas.

c) Se podrá facilitar la utilización de otras dependencias, como el cuarto de estar, comedor, cocina, etc.

d) Se podrá ofrecer el servicio de desayuno o comida.

RÍO NEGRO
RESOLUCIÓN 228/2005 - Secretaría de Turismo
TURISMO

Sistema de Clasificación de Alojamientos Turísticos. Reglamentación

Art. 12.- A los fines de la clasificación y reclasificación de los alojamientos turísticos de los tipos 1, 2, 3, 4 y 6 comprendidos en la presente reglamentación, los propietarios o responsables de los mismos deberán presentar ante la autoridad de aplicación la siguiente documentación en

original, copia o fotocopia legalizada conforme disposición que, con carácter de declaración jurada, contendrá como mínimo:

1) Solicitud de habilitación, clasificación e inscripción en el Registro Provincial de Alojamientos, conforme modelo normalizado que instrumentará la autoridad de aplicación y que contendrá como mínimo: Nombre de fantasía del establecimiento, ubicación indicando domicilio, teléfono para contacto, así como modalidad y/o especialización, si correspondiera.

2) Documento que acredite la identidad de la persona física titular del establecimiento o, si es sociedad, carácter de la misma, acta constitutiva y poder a favor del firmante que acredite su capacidad de representar a la sociedad, cuando corresponda, deberán estar sellados de ley.

3) Documento que acredite el domicilio real y legal del titular del establecimiento.

4) Título que acredite la disponibilidad del inmueble, para su dedicación como establecimiento de alojamiento turístico por parte del solicitante, es decir, título de propiedad si fuera propietario, contrato de locación si fueren inquilinos, contrato de explotación si fueren concesionarios, u otro documento que pudiere corresponder. Cualquiera de estos testimonios deberán contar con sellados de ley.

5) Listado completo de las unidades alojativas, con indicación de sus características, superficies respectivas y capacidad por unidad y total.

6) Documentación que acredite el cumplimiento de las normas dictadas por los órganos competentes, tanto para la instalación, funcionamiento y mantenimiento, en las siguientes materias, cuando correspondiere:

a) Construcción y edificación (plano aprobado o visado por municipio y final de obra. En el caso de aquellos establecimientos que al momento de su construcción no formaban parte de un ejido municipal podrá presentar otra documentación técnica a entera satisfacción de la autoridad de aplicación);

b) Instalaciones y funcionamiento de maquinarias, tales como ascensores, calefacción, refrigeración;

c) Provisión de agua, tratamiento de efluentes cloacales y disposición de residuos sólidos;

d) Tratamiento y conservación de espacios verdes u otros espacios exteriores;

e) Sistema contra incendio;

f) Y toda otra normativa ambiental y de seguridad e higiene vigente al momento de la tramitación;

g) Plano con silueta de equipamiento e instalaciones;

7) Fotografías del establecimiento (de los espacios exteriores y de los espacios interiores debidamente identificados: Una representativa de cada tipología de las unidades de alojamiento, sanitarios, sala de estar, comedor, etc.), cuya cantidad será determinada por la autoridad de aplicación en función de la complejidad del mismo pero cuyo número no podrá ser inferior a cinco (5).

8) Habilitación comercial o constancia de habilitación comercial en trámite, donde se indique claramente que cumple con todos los requisitos municipales por lo que será habilitado, cualquiera de ellas expedida por la municipalidad del lugar o por la autoridad competente.

9) Seguro de responsabilidad civil (de personas alojadas y sus bienes), contra incendio y todo aquél que exijan otras reglamentaciones vigentes.

10) Medidas de prevención y protección contra emergencias: Sin perjuicio del cumplimiento de las demás exigencias que se hallen impuestas o lo sean en el futuro por las autoridades competentes, los establecimientos turísticos deberán acreditar, mediante presentación de planos señalizando la localización cuando corresponda, el haber dispuesto:

a) Alumbrado de emergencia.

b) Señalización luminosa y fácilmente visible de las vías de evacuación (salida - exit). Indicación en las puertas que no deban ser utilizadas en la evacuación (no hay salida - no exit).

c) Indicación del número máximo de personas admisibles en las salas de uso común, situada a la entrada de las mismas.

d) Instrucciones en dos (2) idiomas para los clientes en la puerta de la habitación o su proximidad.

e) Plano de cada planta del establecimiento en el que figure la situación de las escaleras, pasillos, salidas, itinerarios de evacuación, situación de los medios de transmisión y dispositivos de extinción, situado en lugar accesible para consulta urgente, así como plano reducido de información al cliente fijado en la puerta de la habitación o su proximidad.

f) Dispositivos de alarma acústica audibles en la totalidad del establecimiento, que puedan ser accionados desde recepción y desde todas las plantas. La instalación debe ser blindada y resistente al fuego.

g) Paneles indicando la prohibición de fumar en lugares donde ello constituya peligro de incendio.

h) Botiquín de primeros auxilios y proveer información del centro médico más próximo o del servicio médico en el establecimiento.

11) Cuestionario de auto evaluación.

12) Con carácter voluntario, cualesquiera otros documentos que apoyen la propuesta de clasificación del establecimiento en el tipo, categoría, modalidad y/o especialidad.

La autoridad de aplicación aprobará los formularios e instructivos para la solicitud de la habilitación.

Cuando los establecimientos cumplimenten la presentación de la documentación de los incs. 1), 2), 3), 4), 5), 6.a), 6.c), 7), 8) y 9) de dicho artículo, la autoridad de aplicación deberá emitir un certificado de habilitación en trámite en un plazo máximo de cinco (5) días. Dicho certificado otorga derecho a operar sin clasificación ni categorización por el plazo máximo de tres (3) meses contados a partir de la fecha de emisión del certificado de habilitación en trámite, prorrogables por la administración, y es documento válido para la realización de trámites ante organismos oficiales. La autoridad de aplicación podrá realizar un relevamiento del establecimiento por sí o por terceros, previo a la emisión del certificado. Si se realizaran observaciones en ese relevamiento la autoridad de aplicación podrá negar la emisión de ese certificado.

Para los establecimientos existentes y cumplimentada la presentación de toda la documentación requerida en este artículo en los incs. 1) a 9), la autoridad de aplicación resolverá la habilitación en un plazo máximo de tres (3) meses. No cumplida la presentación de toda la documentación necesaria, el certificado de habilitación en trámite caducará y el establecimiento será pasible de clausura.

Cuando, por razones de fuerza mayor, transcurra el citado plazo máximo sin haber dictado acto administrativo, la autoridad de aplicación deberá emitir una habilitación provisoria, con clasificación y sin categorización.

Para los establecimientos nuevos y cumplimentada la presentación de toda la documentación requerida en este artículo, la autoridad de aplicación resolverá la habilitación en un plazo máximo de tres (3) meses. Cuando, por razones de fuerza mayor, transcurra el citado plazo máximo sin haber dictado acto administrativo, la autoridad de aplicación deberá emitir una habilitación provisoria, con clasificación y sin categorización.

Para los establecimientos nuevos y con carácter previo al comienzo de la construcción de un establecimiento, y ya superada la etapa de visado previo ante la autoridad municipal competente, el propietario deberá remitir a la autoridad de aplicación copia del mencionado proyecto junto con una memoria en la que, con precisión y detalle, se refiera la situación geográfica del mismo, los requisitos técnicos generales y específicos que dispondrá el establecimiento, tipo de explotación y particularidades de instalaciones y servicios, para que el organismo competente indique tipo, categoría y, si correspondiera, especialización y modalidad. La autoridad de aplicación evaluará dicha documentación por aplicación del sistema de puntaje y emitirá un informe técnico que especificará las observaciones realizadas al proyecto, si correspondieran, para encuadrarse en la clase y categoría pretendida. Esta evaluación tendrá carácter exclusivamente indicativo y sólo se mantendrá si se acredita que la construcción, instalaciones y prestación de servicios se ajusta a lo especificado en la documentación y memoria del establecimiento presentadas oportunamente.



Flor de Lis
Casa de Campo

Belén Martini
Cristian Pieczonka



UTN - FRCh
T.S.G.E.T.

Cuando existan convenios de delegación de la categorización, la autoridad de aplicación podrá adecuar los procedimientos a los requerimientos de su localidad.

Anexo II

Encuesta Flor de Lis

La Casa de Campo Flor de Lis, es un establecimiento dedicado al turismo rural, ubicado a 17 Km de la Ciudad de Sierra Grande en la Provincia de Rio Negro.

Cuenta con servicio de hospedaje, actividades de carácter rural, una mina abandonada para su visita y diversidad de actividades recreativas.

Estamos interesados en conocer su opinión, esta información nos servirá para conocer el grado de interés de nuestro producto en el mercado, para ellos solicitamos su colaboración para responder la siguiente encuesta.

- 1 Lugar de Procedencia: _____
- 2 Sexo
Masculino Femenino
- 3 Edad
Entre 18 y 25
Entre 26 y 35
Entre 36 y 45
Entre 46 y 55
Más de 56
- 4 ¿Tiene hijos?
Sí No
(pase a la pregunta 5)
- 5 ¿Qué edad(es) tiene(n)? _____
- 6 Usted, ¿A qué se dedica?
Estudiante Profesional
Empleado Independiente
Desempleado Otro ¿Cuál? _____
- 7 ¿Se encuentra interesado en el Turismo Rural?
Sí No
(pase a la pregunta 9)

8 ¿Por qué no le interesa esta actividad?

Muchas gracias por contestar!!

9 ¿Elegiría el Turismo Rural para disfrutar de sus vacaciones?

Sí No
(pase a la
pregunta 11)

10 ¿Por qué no lo elegiría?

Muchas gracias por contestar!!

11 ¿Cuántas noches le gustaría pasar?

Ninguna 2
1 3 ó más

12 ¿Con quién compartiría su estadía?

Solo Amigo/s Otro ¿Quién? _____
En pareja Familia

11 Enumere del 1 al 8 (siendo 1 el más importante) qué aspectos le atraen más.

Día de campo tradicional	<input type="checkbox"/>
Cabalgatas	<input type="checkbox"/>
Mountain bike	<input type="checkbox"/>
Trekking	<input type="checkbox"/>
Ruta de la Lana	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>
Avistaje de Fauna Terrestre	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

12 ¿Vendrían en vehículo particular?

Sí

No

13 ¿Le gustaría combinarlo con otro atractivo turístico?

Sí

No

(Pase a pregunta
15)

14 ¿Con qué otro producto le gustaría combinarlo?

15 Teniendo en cuenta que el servicio incluye dos días de actividades con una noche de alojamiento, pensión completa con bebidas incluidas, siendo los valores los que se muestran a continuación ¿le parece adecuado?

Single u\$d 280 Doble u\$d 300 Triple u\$d 340

Sí

No

Muchas Gracias por Contestar!!!



Flor de Lis
Casa de Campo

Belén Martini
Cristian Pieczonka



UTN - FRCh
T.S.G.E.T.



Flor de Lis
Casa de Campo

Belén Martini
Cristian Pieczonka



UTN - FRCh
T.S.G.E.T.



Flor de Lis
Casa de Campo

Belén Martini
Cristian Pieczonka



UTN - FRCh
T.S.G.E.T.

Anexo III

NUEVAS MODALIDADES DE ALOJAMIENTO

3



Argentina



ARGENTINA
Secretaría de Turismo

Reservas

El sistema de reservas es la sangre que alimenta la ocupación de su establecimiento. Usted y todo el personal deberán llevar un control riguroso y estricto de las mismas.

¡Recuerde! Un alto porcentaje de ventas se pierden por no contestar los mails o las solicitudes de información con rapidez. Las reservas se realizan básicamente por teléfono, mail, o fax. Informe a sus potenciales pasajeros sobre las características de su establecimiento, tarifas, servicios, y responda a todas sus consultas de forma clara y precisa.

Una vez que el pasajero ha decidido alojarse en su establecimiento, el paso siguiente es tomar sus datos e informarle que para garantizar la reserva deberá depositar una seña que oscila entre el 30% y el 50 % del total de la estadía, se establece un vencimiento y finalizado el mismo la reserva caerá automáticamente.

Una noche como garantía sólo se recomienda en estadías cortas, no es conveniente en reservas por varios días.

El pago puede hacerse por depósito bancario o garantizarlo con tarjeta de crédito.

Housekeeping

¿Qué es Housekeeping?

La traducción sería organización, limpieza y manejo de la casa.

A diferencia de los hoteles medianos o grandes, en los pequeños alojamientos en general una persona es la responsable del housekeeping que cumple el rol del Ama de llaves o housekeeper.

Debe ocuparse de las tareas de limpieza de pisos –que son las habitaciones del hotel- pasillos, áreas comunes, organizar horarios para hacer las habitaciones y baños, cambiar sábanas y toallas, revisar que todo esté en perfecto orden, actualizar y reponer el stock de amenities, artículos de limpieza y blancos.

Jamás la limpieza debe interferir con los huéspedes. Debe mantener silencio completo en los pasillos, evitar conversaciones en voz alta y risas, ruido de aspiradoras, golpes de puertas, etc.

Todo debe verse limpio y oler a limpio, que no es igual que a perfumes fuertes.

Es importante que se siga un proceso de estandarización en el desempeño de las tareas, a través de un manual de procedimientos, asista a capacitaciones específicas para este área del hotel.

La persona a cargo de este sector mantendrá un contacto permanente con la recepción a fin de poder planificar y priorizar las tareas con tiempo, ingresos y salidas, late check out, estimar

blancos, artículos de limpieza y tiempos del que se dispone. Para esto se utiliza un reporte o informe.

Recuerde: establezca prioridades de limpieza de acuerdo a la ocupación.

Tratamiento de las reclamaciones

Las quejas y reclamaciones constituyen el trago amargo en cualquier negocio, pero tómelo como algo positivo que le ayudará a mejorar y a fidelizar clientes si logra realizar un tratamiento correcto de las mismas.

Capacite a todo el personal para saber como deben proceder en caso de que exista algún reclamo.

Si bien es cierto que no siempre se puede dar solución a todos los problemas del huésped, debemos demostrarle que somos profesionales y que hicimos todo lo posible para darle una solución.

Pasos a seguir ante una reclamación o queja:

- Escuche con atención y sereno.
- Mantenga contacto visual y ponga atención.
- El pecho debe estar abierto, nunca los brazos cruzados, puede poner las manos atrás para no gesticular demasiado.
- Haga sentir a su huésped que usted está interesado en lo que a él le pasó.
- Aísle a la persona para no molestar a otros huéspedes.
- Evite respuestas hostiles o defensivas.
- Háblele en un tono suave.
- Concéntrese en el problema, no en las personas.
- Pase lo que pase, nunca insulte a su huésped.
- No busque un culpable.
- Busque una solución y pida disculpas.
- Indique al huésped cómo se puede resolver la situación.
- Ofrezca alternativas -una cena gratis, cambio de habitación, una sesión de masajes en el SPA, una botella de vino o una cesta con frutas.

14. Bibliografía

<http://www.reddeturismoresponsable.org>

Tesaurus Turístico – Antonio Torrejón.

Manual del Turismo Sostenible – Mónica Pérez de las Heras – Ediciones Mundi Prensa – 2004.

Calidad Turística – Roberto Bullon – Ediciones Turísticas – 2003.

Marketing para Turismo 3° edición – Philip Kotler/John Bowen/James Markens – Editorial Pearson.

<http://www.misionvisionvalores.com/>

Legislatura de Río Negro - <http://www.legisrn.gov.ar/>

Sistema Argentino de Calidad Turística - <http://2016.turismo.gov.ar/>

Turismo rural en Argentina: concepto, situación y perspectivas - Ma. Florencia Román, Mariana Ciccolella – IICA - 2009