

DESARROLLO DE UN HOTEL BOUTIQUE EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES



Edgardo Bassani

MEP 2011 CEMA-ITBA

Índice

1. [Introducción](#)
 - 1.1. Definición del Proyecto
 - 1.2. Justificación del proyecto
 - 1.3. Localización
 - 1.4. Viabilidad Legal y Técnica
2. [Estudio de mercado](#)
 - 2.1. Mundial
 - 2.2. Regional
 - 2.3. Nacional
 - 2.4. Competencia
3. [Análisis FODA](#)
4. [Análisis de Ingresos](#)
5. [Análisis de Costos](#)
6. [Análisis Flujo de Fondos](#)
 - 6.1. Proyección Flujo de Fondos
 - 6.2. Desarrollo de la valuación; Calculo del VAN del Proyecto
 - 6.3. Análisis de Sensibilidad
7. [Conclusiones](#)
8. [Bibliografía](#)
9. [Anexos](#)

INTRODUCCION

1.1 Definición de Proyecto

El proyecto pretende analizar la evaluación de una inversión privada. Siendo el objeto de análisis el desarrollo de un Hotel Boutique, específicamente en la zona de “Las Cañitas” del barrio de Palermo en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

El nombre elaborado para el Hotel Boutique es “La Maison Chenaut”, siendo Chenaut el boulevard en donde se proyecta la inversión.

Aunque los límites de esta zona no están exactamente marcados, puede decirse que las Cañitas está situado entre la Avenida Luis María Campos, la calle Ortega y Gasset, la Avenida Dorrego y la Avenida del Libertador, rodeando el Campo Hípico Militar y limitando con el sector llamado "La Imprenta" que se extiende a partir de la calle Benjamín Matienzo.

El proyecto considera la adquisición de un terreno y construcción de un nuevo edificio de propiedad de la firma emprendedora del proyecto.

Características de un Hotel Boutique: Son hoteles pequeños, cálidos y con trato personalizado y directo. Los huéspedes encuentran en ellos la comodidad de un hogar. En donde la calidad de 4 Estrellas está determinado por características de excelencia, diseño particular y servicio de alta calidad.

El primer Hotel de estas características es el Morgans Hotel de New York a mediados de los años 80', dando origen a una nueva modalidad de alojamientos en los cuales prima la idea de hacer sentir al huésped como si estuviera en su propia casa, rodeado de lujos y detalles de buen gusto.



El mercado objetivo está enfocado principalmente a turistas extranjeros regionales de altos ingresos y en menor medida viajeros por negocios, que no desean alojarse en hoteles convencionales.

Se caracterizan por buscar un servicio personalizado y a su medida, en un ambiente lujoso pero con un clima que los haga sentir como en su hogar

Se comercializará en forma directa a través de su sitio en web, ferias, prensa y en forma indirecta a través de operadores específicos del mercado turístico.

El proyecto tiene por **Misión;**

Ofrecer un servicio de alojamiento de alta calidad, teniendo a los huéspedes como ejes principales sobre el que se desarrolla la empresa, adecuando el servicio a las necesidades particulares de cada uno, y buscando hacer de su estadía una experiencia única

Y en su **Visión;**

Convertirse en un hotel boutique con sólido prestigio a nivel regional, ofreciendo servicios personalizados que permitan el bienestar de los huéspedes. Comprometiéndose con la mejora continua para el beneficio de los huéspedes y la empresa.

Detrás de la determinación de la Misión y la Visión, se establecen los objetivos estratégicos. Dichos objetivos tienen metas e indicadores que permiten un seguimiento de la gestión.

Una forma de ordenar dichos objetivos es considerar un Tablero de Comando o Balanced scorecard, el cual propone cuatro perspectivas o áreas desde donde identificarlos:

Las perspectivas son:

La Financiera

La del Cliente

La de los procesos Internos

La del Aprendizaje y Crecimiento

Cada una de las mismas tienen una meta e identifican un indicador de control que permite un seguimiento cuantitativo sobre cómo van evolucionando.

Las perspectivas planteadas para la empresa de este proyecto a considerar serian:

➤ ***Perspectiva Financiera (Mejora de Resultados y rentabilidad)***

Rentabilidad
Crecimiento
Optimización de costos

➤ ***Perspectiva del Cliente (Aumento de la satisfacción del cliente)***

Nuevos huéspedes
Retención de los huéspedes
Satisfacción de los huéspedes

➤ ***Perspectiva de los procesos internos (Mejora de procesos)***

Innovación para satisfacer las demandas
Eficiencia en la planificación

➤ ***Perspectiva del aprendizaje y crecimiento (Aumento de capacidad/Motivación)***

Satisfacción de los empleados
Retención de los empleados

Los indicadores (KPI, Key Performance Indicators) preliminares típicamente usados en un emprendimiento hotelero para la medición son:

<i>Perspectiva</i>	<i>Objetivo</i>	<i>KPI</i>	<i>Formula</i>	<i>Unidad</i>	<i>Frecuencia</i>
Financiera	Rentabilidad	Relación beneficio	Beneficio/capitales propios	%	Semestral
Financiera	Crecimiento	Crecimiento ingresos	$\frac{\text{Ingresos actual} - \text{ingresos periodo anterior}}{\text{ingresos igual periodo anterior}}$	%	Semestral
Financiera	Opt. Costos	% Costos totales	$\frac{\text{Costos totales}}{\text{Ingresos totales}}$	%	Semestral
Clientes	Nuevos huéspedes	Incremento de huéspedes	$\frac{\text{Ventas nuevos huéspedes}}{\text{ventas totales}} * 100$	%	Trimestral
Clientes	Retención	Tasa de retención	$\frac{\text{Ventas de huéspedes frecuentes}}{\text{ventas totales}} * 100$	%	Trimestral
Clientes	Satisfacción	Satisfacción	Encuesta	Índice	mensual
Procesos	Innovación	% Innovaciones	$\frac{\text{Innovaciones implementadas}}{\text{Innovaciones posibles}}$	%	Anual
Procesos	Eficiencia	% Desvío respecto a planificación	$\frac{\text{Realizado}}{\text{Planificado}}$	%	Mensual
Aprendizaje	Satisfacción Empleados	Satisfacción	Encuesta	Índice	Semestral
Aprendizaje	Retención	Retención	Cambio de Puestos	Índice	Anual

1.2 Justificación del Proyecto

El proyecto busca aprovechar las oportunidades que generan la gran afluencia de extranjeros, principalmente del mercado brasilero de elevado poder adquisitivo.

Junto con los potenciales turistas que posee la ciudad de Buenos Aires como centro de atracción cultural, gastronómica, artística, comercial y arquitectónica de Latinoamérica.

Según información del Anuario Estadístico de turismo 2011 para el sector turístico, 2011 fue el año en el que se asentó la recuperación que ya se había evidenciado en 2010.

De esta manera, y pese a las múltiples crisis que tuvieron lugar en el año 2011 -tales como la profundización de la crisis económica internacional y los importantes cambios políticos en el Medio Oriente y el Norte de África-, el turismo internacional creció un 4,6%, alcanzando las 983 millones de llegadas de turistas internacionales.

En Argentina, los ingresos por turismo ascendieron a 5.208 millones de dólares en 2011, frente a los 4.816 millones de 2010, lo cual significó un crecimiento del 8,1% a valores corrientes.

Según Hernan Lombardi, Presidente del Ente de Turismo de la Ciudad de Bs. As. y Ministro de cultura Porteño “Hay una imagen muy potente de la Ciudad como capital cultural. Este posicionamiento junto a una agenda anual cultural y de eventos impacta favorablemente en la desestacionalización de la demanda”.

El mercado de turismo y su recepción por los servicios de Hotelería presentan oportunidades únicas en nuestro país.

Hay una tendencia y posicionamiento de Buenos Aires y de las atracciones turísticas de Argentina que generan espacios únicos respecto a otros países.

1.3 Localización y escala

Los factores considerados para la localización de proyecto son:

➤ **Posición**



Se considera que la zona de Las Cañitas, siendo esta una denominación informal, es una posición estratégica para el desarrollo de un hotel boutique por las características propias del barrio.

Aunque los límites de esta zona no están exactamente marcados, puede decirse que Las Cañitas está situado entre la Avenida Luis María Campos, la calle Ortega y Gasset, la Avenida Dorrego y la Avenida del Libertador, rodeando el Campo Hípico Militar y limitando con el sector llamado "La Imprenta" que se extiende a partir de la calle Benjamín Matienzo, perteneciendo al barrio de Palermo.



En los últimos años "Las Cañitas" ha venido experimentando una explosión de construcción de edificios de alta categoría y grandes torres.

El barrio de "Las Cañitas" siempre se caracterizó por ser muy tranquilo, por el hecho de estar arrinconado por diagonales (Luis María Campos) y por estar pegado al Club de Polo de Palermo, esto cambió a partir de mediados de la década del '90, años en los que comenzaron a instalarse muchos restaurantes, pubs y discotecas.

En la zona actualmente están situados restaurantes y locales nocturnos, existiendo en este "barrio no oficial" un gran movimiento nocturno siendo la zona especialmente cara, existiendo edificios muy modernos de alto estándar.

De día la zona es muy tranquila con poco tráfico de vehículos por la organización que tienen las calles del barrio. De noche el barrio se transforma debido a la cantidad de pubs, restaurantes y discotecas que se han instalado en los últimos años, provocando una elevada circulación de personas y vehículos.

Existen aproximadamente unos 30 negocios, entre los restaurantes, pubs (o bares) y discotecas. El mismo es un alto número por la concentración de sus ubicaciones.

La mayoría de los restaurantes se ubican sobre la calle Báez, y en menor medida sobre la Avenida Olleros, Arce, Arguibel y Ortega y Gasset

Dentro de "Las Cañitas" se encuentra un centro comercial llamado El Solar de la abadía ubicado en la intersección de la Avenida Luis María Campos y Maure, frente a la Abadía de San Benito y a pocas cuadras del Hospital Militar Central.

El mismo fue inaugurado en septiembre de 1995 y construido reciclando una antigua fábrica de hielo.

➤ **Accesos**

Los accesos considerados son el automotor, peatonal, junto con el subte siendo la estación más cercana “Ministro Carranza de la línea D” y el sistema de autotransporte público.

Las Avenidas cercanas permiten un rápido acceso al barrio. Principalmente la Avenida del Libertador y Luis Maria Campos.



➤ **Relaciones con generadores de demanda**

La ubicación en “las Cañitas”, es fuertemente traccionado por:

- La oferta gastronómica
- Eventos en el Campo Argentino de Polo y el Hipódromo Argentino
- Parques y lagos de Palermo
- Paseo del Rosedal y Planetario de Palermo
- Centros comerciales





➤ Superficie

El desarrollo del Hotel se realizara sobre un terreno de 280 m² (7 x 40 metros).

Se proyectan 1.060 metros cuadrados cubiertos, distribuidos en 4 plantas

Medidas y cantidad de habitaciones y salones:

- 10 Habitaciones Superiores de 30 m²
- 12 Habitaciones Standard de 25 m²
- 1 Salón de usos múltiples de 90 m²
- 1 Bar de 30 m²
- Espacios Comunes y áreas operativas

1.4 Viabilidad Legal y Técnica

El desarrollo debe dar cumplimiento de las normas establecidas en la Ordenanza 36.136/80 (Ver Anexo).

Respecto a la habilitación del Inmueble los requisitos para obtenerla son:

- Presentación del Título de propiedad del inmueble o contrato de locación
- Ultimo comprobante de pago de aportes previsionales y de Ingresos Brutos
- El inmueble en cuestión debe estar localizado dentro de la zonificación establecida por el código de planeamiento urbano de la ciudad
- Los planos presentados deben reflejar las obras realizadas

La Agencia Gubernamental de Control es el ente autárquico de la Ciudad de Buenos Aires que desde 2008 concentra el ejercicio del poder de policía en lo referente a las condiciones de habilitación, seguridad e higiene de establecimientos privados, las obras civiles de arquitectura y el control de salubridad de alimentos.

Dicha Agencia establece para los Hoteles los siguientes requisitos:

El hotel debe poseer una chapa mural consignando rubro y titularidad.

Las habitaciones no deben tener más de 6 alojados cada una y tienen que tener una numeración correlativa.

Los ascensores deben tener libro de registro de inspección.

Debe tener plano de condiciones contra incendio aprobado por la Dirección General de Fiscalización de Obras y Catastro y plano de condiciones contra incendio aprobado por Bomberos, si fue habilitado antes de 1982.

Aspectos arquitectónicos

Las habitaciones deben ventilar a espacio urbano.

Las puertas de acceso a las habitaciones deben tener al menos 0.7 m

La cocina debe tener al menos 9 m hasta 2 empleados o de 16 m². de 3 a 5 empleados, debe tener revestimientos impermeables, mesada de acero inoxidable

Respecto de los baños: Inodoros: hasta 20 personas, 2; de 21 a 40 personas, 3; más de 40 personas: 1. Duchas: hasta 10 personas: 1; de 11 a 30 personas: 2; más de 30 personas y cada 20: 1. Lavatorios: hasta 10 personas: 2; de 11 a 30 personas :3; más de 30 personas y cada 20 :1

Los pasajes y escaleras deben tener al menos 1 m de ancho

Higiene: el edificio debe estar en buen estado de conservación e higiene

ESTUDIO DE MERCADO

Se analiza el mercado turístico, en función de los datos estadísticos del 2011, año base sobre el cual se planifica el proyecto.

También se elabora un breve estudio de la competencia relevante.

Esto permitirá confirmar la posibilidad de que el servicio de hotelería ofrecido tendrá posibilidades de ser absorbido por el mercado y de generar el flujo de caja que hará viable al proyecto.

2.1 Escenario Mundial

Para el sector turístico, 2011 fue el año en el que se asentó la recuperación que ya se había evidenciado en 2010. De esta manera, y pese a las múltiples crisis que tuvieron lugar en el año 2011 -tales como la profundización de la crisis económica internacional y los importantes cambios políticos en el Medio Oriente y el Norte de África-, el turismo internacional creció un 4,6%, alcanzando las 983 millones de llegadas de turistas internacionales.

De manera inversa a lo ocurrido en años anteriores, el crecimiento del turismo fue más acelerado en las economías avanzadas (4,9%) que en las emergentes (4,4%). Los que mejor se desempeñaron fueron Asia y el Pacífico y Europa (6,1% y 6,2% respectivamente). Las Américas (3,9%) también registraron un buen crecimiento; mientras que en África (0,4%) el crecimiento fue bajo como consecuencia de la caída en las llegadas de turistas internacionales en el Norte de África (-9,1%) y en el Medio Oriente (-7,0%) se registró una disminución en las llegadas de turistas, a raíz de los conflictos armados que se vivieron en la región.

Dentro del continente americano se registró una suba del 9,3% en el arribo de turistas a Sudamérica, lo que la convierte en la de mayor dinamismo en la región.

Lo acontecido en el movimiento turístico internacional es consistente con el entorno macroeconómico mundial en 2011, en el que el crecimiento del producto bruto se ubicó en torno al 3,9%, destacándose tres comportamientos bien diferenciados. Las economías avanzadas en su conjunto mostraron una tasa de crecimiento de 1,6%, distinguiéndose Estados Unidos, por un lado, que terminó por afianzar su recuperación hacia fin de año, concluyendo el 2011 con un crecimiento del 1,7% y la Zona Euro por el otro, donde se observó una profundización de la crisis económica que llevó a que la zona promediara un crecimiento del 1,4%.

Por su parte, en las economías emergentes y en desarrollo, se alcanzó, en promedio, una tasa de crecimiento del 6,2%, con un mayor crecimiento de los países en desarrollo en Asia (7,8%), China (9,2%) e India (7,2%) y un crecimiento más moderado en América Latina y el Caribe (4,5%).

Aún cuando en los últimos años, Europa ha perdido participación en las llegadas de turistas a nivel mundial, continúa siendo el destino turístico más atractivo, captando el 51,3% de las llegadas internacionales en 2011. Asia y el Pacífico, por su parte, ha mejorado su participación en los últimos años alcanzando el segundo lugar con el 22,1% de las llegadas mundiales.

En América del Sur, la performance en materia de llegada de turistas fue encabezada por el crecimiento del turismo que experimentó Uruguay (21,6%), seguido por Perú (13%), Paraguay (12,6%) y Chile (11,0%). Aún cuando Argentina no se encontró entre los de mayor crecimiento de la subregión en el año 2011, se ubicó a la cabeza en cantidad de llegadas con 5,7 millones de arribos de turistas no residentes en el año, cifra récord para el país y, por segundo año consecutivo, superior a la alcanzada por Brasil (5,4 millones).

El continuo desarrollo y la profundización de las políticas de aumento y redistribución del ingreso, que permitieron que una masa de ciudadanos que anteriormente no tenía acceso al turismo ahora pueda comenzar a viajar, explica el derrotero seguido por la región.

En Argentina, los ingresos por turismo ascendieron a 5.208 millones de dólares en 2011, frente a los 4.816 millones de 2010, lo cual significó un crecimiento del 8,1% -a valores corrientes-. Cabe destacar que en términos absolutos, Argentina solamente es superada por Brasil en la subregión sudamericana, con ingresos por 6.555 millones de dólares.

En cuanto a los 10 destinos turísticos más elegidos, Francia continúa encabezando el ranking, al recibir casi 80 millones de turistas en el año. Le siguen Estados Unidos (más de 62 millones) y en tercer lugar aparece China, con casi 58 millones de turistas anuales para 2011. En el año 2011, Turquía avanzó una posición, sobrepasando al Reino Unido, y colocándose en sexto lugar a nivel mundial e incrementando en 1 millón el número de visitantes extranjeros con respecto al año anterior.

DIEZ PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNDO SEGÚN LLEGADAS DE TURISTAS (EN MILLONES). 2009/2012

Ranking	Destino	2009	Destino	2010	Destino	2011	Variación 2011/2010
1	Francia	76,8	Francia	77,1	Francia	79,5	3,1%
2	EEUU	55	EEUU	59,8	EEUU	62,3	4,2%
3	España	52,2	China	55,7	China	57,6	3,4%
4	China	50,9	España	52,7	España	56,7	7,6%
5	Italia	43,2	Italia	43,6	Italia	46,1	5,7%
6	Reino Unido	28,2	Reino Unido	28,3	Turquia	29,3	3,5%
7	Turquia	25,5	Turquia	27	Reino Unido	29,2	8,1%
8	Alemania	24,2	Alemania	26,9	Alemania	28,4	5,6%
9	Malasia	23,6	Malasia	24,6	Malasia	24,7	0,4%
10	Mexico	22,3	Mexico	23,3	Mexico	23,4	0,4%

Fuente: Barómetro de la Organización Mundial del Turismo (OMT), Volumen 10, julio de 2012.

En el año 2011, el volumen de ingresos generados por el turismo internacional a nivel mundial alcanzó los 1.032 miles de millones de dólares, con un crecimiento, respecto del año anterior, del 7,2% medido a precios corrientes, y del 3,8% medido en monedas locales a precios constantes. Medido de esta última manera, se observa que los ingresos generados por el turismo internacional crecieron a una menor tasa que las llegadas de turistas internacionales (4,6%) en el año 2011.

Asia y el Pacífico presentaron una performance muy destacable: al ya mencionado incremento en el número de arribos se le suma el aumento en sus niveles de ingresos provenientes de la actividad turística del 4,3% -en moneda local a precios constantes-.

Europa mantiene su primacía en el mercado global, con un 44,9% de la cuota de ingresos económicos generados a nivel mundial, lo que implica un incremento de la misma de 0,8% con respecto a la ostentada en 2010.

El continente americano también demostró una muy buena dinámica en los ingresos, al hacerse con el 19,2% del total producido por la actividad turística. Medido en moneda local -precios constantes-, el continente registró un aumento del 5,7% en el nivel de dichos ingresos.

En cuanto a los 10 países con mayores ingresos generados por el turismo internacional; los 8 primeros puestos se mantuvieron igual en el año 2011 que en 2010. Dado que aún no se dispone de datos de Macao, Hong Kong se encontraría al momento en el 9º puesto mientras que Tailandia ocuparía el 10º puesto, superando a Turquía.

De los 10 primeros países, únicamente Australia registró una caída en sus ingresos por turismo internacional medidos en moneda local a precios corrientes.

2.2 Escenario Regional

Durante 2011, 156,6 millones de personas arribaron a las Américas como turistas, lo que representa un aumento de 3,9% con respecto al 2010, empujado por el crecimiento del 9,3% en las llegadas a Sudamérica y del 2,6% a Norteamérica.

LLEGADAS A LAS AMÉRICAS DESAGREGADO POR SUBREGIONES. años 2000/2011.

Llegadas de turistas a las Américas en millones

	2000	2005	2009	2010	2011	Var % 2011/2010
TOTAL	128,2	133,3	141,7	150,7	156,6	3,9%
América del Norte	91,5	89,9	93	99,2	101,7	2,5%
El Caribe	17,1	18,8	19,6	20	20,8	4,0%
América Central	4,3	6,3	7,6	7,9	8,3	5,1%
América del Sur	15,3	18,3	21,4	23,6	25,8	9,3%

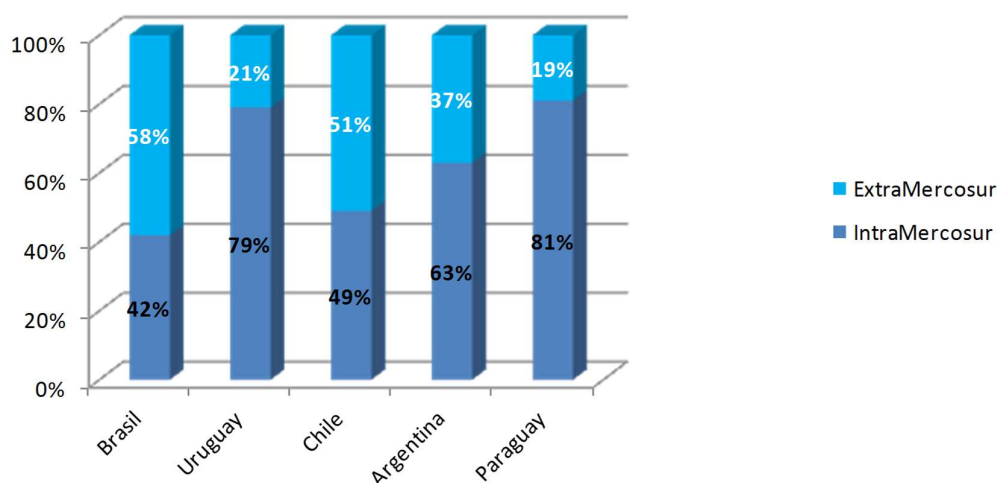
Fuente: Barómetro de la OMT, Volumen 10, julio de 2012.

El aumento en las llegadas internacionales en la subregión América del Sur estuvo motivado por el crecimiento en la actividad económica sostenido por los países de dicha subregión. Cabe recordar que Argentina tuvo el mayor crecimiento del PBI de la subregión (8,9%). Por su parte, Chile (5,9%), Perú (6,9%), Colombia (5,9%), Venezuela (4,2%) también crecieron a buenas tasas pese al contexto de crisis internacional.

Asimismo, la mayor integración regional, dada en la práctica a través del Mercosur, UNASUR (Unión naciones SurAmericanas), ALADI (Asociación Latinoamericana de Integración), SELA (Sistema Económico latinoamericano), entre otros, alienta no solo la integración económica sino también el mayor movimiento de pasajeros dentro de la región. En este sentido, cabe destacar que el movimiento de turistas intra-Mercosur explicó el 57,3% del total de las llegadas a los países del Mercosur en el 2011.

Argentina, habiendo recibido 5,7 millones de turistas internacionales, 6,9% de turistas más que en el 2010, se ubicó en el cuarto lugar en el continente americano, manteniéndose como el primer destino de América del Sur.

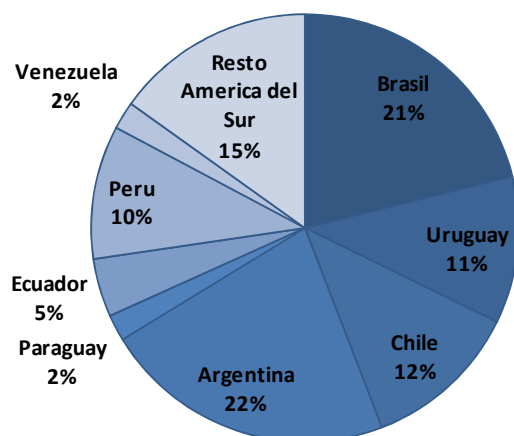
Participación de las Llegadas a los Países del mercosur de turistas Intra y extra mercosur 2011



Fuente: Barómetro de la OMT junio de 2011

La subregión América del Sur registró 25,8 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 2011. De este total, 5,7 millones de turistas visitaron Argentina, mercado que concentró el 22,1% de las llegadas internacionales a América del Sur - ubicándose así en el primer puesto en la subregión - seguido por Brasil con 5,4 millones de visitas y concentrando el 21,1% del mercado. En el tercer puesto se ubicó Chile, con 3,1 millones de arribos, y una participación del 11,9%.

Participación de las Llegadas a los Países del mercosur de turistas Intra y extra mercosur 2011



Fuente: Barómetro de la OMT, Volumen 10, julio de 2012

Cuando se compara el crecimiento en las llegadas internacionales entre 2010 y 2011 versus el observado entre 2010 y 2009, lo primero que se destaca es el buen desempeño de Uruguay, que mostró un incremento de 21,6% contra el aumento de 14,3% de 2010/2009. Bastante lejos del ritmo de crecimiento uruguayo pero igualmente destacables son los resultados mostrados por Perú (13,0%), Paraguay (12,7%) y Chile (11,0%). Sobre este último merece recordarse que durante el 2010 el turismo en Chile había sido afectado por el sismo de 8,8 grados de magnitud en la escala de Richter que sufrió en febrero de 2010.

Argentina tuvo, por su parte un crecimiento de las visitas internacionales del 6,9%, alcanzando la cifra récord de casi 5,7 millones de llegadas; en un año en que el movimiento aéreo se vio seriamente afectado a partir del segundo semestre como consecuencia de la erupción del Volcan Puyehue en junio de 2011.

En 2011 los ingresos económicos por turismo internacional en el mundo fueron de 1.032 miles de millones de dólares. Las Américas concentraron un 19,2% del total, lo que le reportó a la región 198,5 miles de millones de dólares estadounidenses, 17,8 mil millones más que en el año 2010 evidenciando un crecimiento del 9,8% a precios corrientes y de un 5,7% a precios constantes -en moneda local- respecto del año anterior.

Medido a precios constantes, el crecimiento en los ingresos generados por el turismo internacional en el año 2011 habría sido superior al crecimiento en las llegadas internacionales en el mismo período (3,9%). Los mayores aumentos en los ingresos –en moneda local, a precios constantes- generados por el turismo internacional en la subregión se observaron en América del Norte (6,6%) y América del Sur (6,5%) aún cuando en este último caso la llegada de turistas internacionales aumentó en el mismo período un 9,3%.

Los ingresos económicos por turismo internacional en las Américas, se concentraron en un 72,9% en América del Norte –subregión que concentra también el 65,0% de los arribos internacionales a la región-. Pese a que América del Sur se encuentra en el segundo lugar en llegadas de turistas internacionales en la región, en lo que se refiere a ingresos se posiciona en un tercer lugar recibiendo el 11,5% -por una muy leve diferencia, con El Caribe, que concentra el 12,0%- de los ingresos económicos por turismo internacional de las Américas.

En la región de las Américas, Argentina ocupó el quinto puesto en ingresos económicos generados por el turismo en el año 2011, con U\$S5.208 millones de dólares, ubicándose luego de Estados Unidos, Canadá, México, y Brasil; superando a este último en llegadas internacionales, pero no todavía en los ingresos generados por dichas llegadas.

De los 20 primeros países de la región en ingresos generados por el turismo internacional, la gran mayoría -con excepción de México, Guatemala y Barbados- tuvieron variaciones positivas en sus ingresos en el año 2011 respecto del año anterior, des-

tacándose el incremento del 46,2% -a valores corrientes- obtenido por Uruguay, que permitió que este país subiera cinco posiciones en el ranking regional.

2.3 Escenario Nacional

La subregión América del Sur registró 25,8 millones de llegadas de turistas internacionales en el año 2011. De este total, 5,7 millones de turistas visitaron Argentina, mercado que concentró el 22,1% de las llegadas internacionales a América del Sur - ubicándose así en el primer puesto en la subregión - seguido por Brasil con 5,4 millones de visitas y concentrando el 21,1% del mercado. En el tercer puesto se ubicó Chile, con 3,1 millones de arribos, y una participación del 11,9%.

En la región de las Américas, Argentina ocupó el quinto puesto en ingresos económicos generados por el turismo en el año 2011, con US\$5.208 millones de dólares, ubicándose luego de Estados Unidos, Canadá, México, y Brasil; superando a este último en llegadas internacionales, pero no todavía en los ingresos generados por dichas llegadas.

Las llegadas de turistas no residentes -por todas las vías de ingreso - se han ido incrementando en el último decenio casi sin interrupción. Entre 2003 (año inmediatamente posterior a la última gran crisis económica acaecida en Argentina) y 2011, los arribos crecieron más del 90%, a una tasa media anual del 8,4%.

El año 2011, por su parte, registró un incremento del 7,1% en las llegadas internacionales.

La mayor cantidad del flujo turístico registrado en el 2011 correspondió a los países limítrofes (68,3%), destacándose Chile y Brasil que continuaron siendo los principales emisores de turistas hacia la Argentina; entre ambos, concentraron el 61,1% de los turistas provenientes de los países limítrofes.

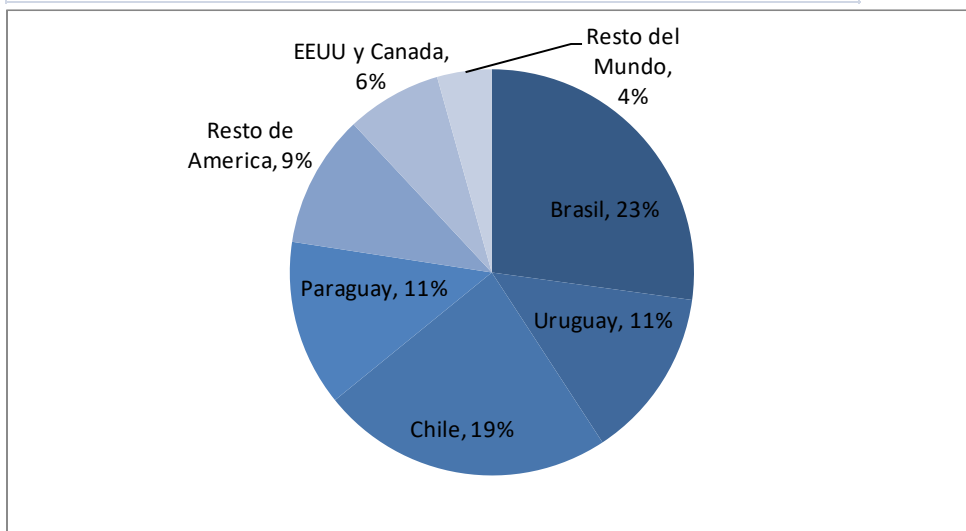
La estadía promedio de los turistas no residentes en el país fue de 11,6 noches en 2011, lo que implicó un crecimiento de 7,6% con respecto a 2010, pero una caída con respecto a 2009 del orden de 6%. En el segundo trimestre del año se registró el mayor crecimiento interanual de la estadía promedio (16,3%), con respecto al 2010.

Por otra parte, los turistas residentes en países limítrofes aportaron el 45,9% de los ingresos económicos del turismo, aumentando su participación en los ingresos en 4,8 puntos porcentuales entre 2010 y 2011. Mientras que los ingresos generados por los turistas provenientes de países no limítrofes aportaron el 54,1% de los ingresos económicos (contra el 59,0% que habían aportado en 2010).

Estos hechos resultan consistentes con la mayor participación de las llegadas de turistas residentes en países limítrofes en el total de llegadas (su participación aumentó del 66,6% en 2010 al 68,3% en 2011).

A su vez, al analizar los gastos más importantes, se observó que el 25,5% (1.330 millones de dólares) fue realizado por turistas residentes en Brasil; el 22,0% por turistas residentes en Europa y el 13,4%, por turistas residentes en el Resto de América.

Participación % de las llegadas de Turistas no residentes en 2011



En el año 2011 arribaron a la Argentina por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y Aeroparque Jorge Newbery un total de 2.811.456 visitantes no residentes, lo que significó un incremento del 3,1% respecto al año anterior.

Las llegadas de turistas extranjeros se califican en turistas y excursionistas (visitantes de menos de 24 horas). Durante el año bajo análisis, fueron categorizados como turistas 2.692.132 personas, representando el 95,8% del total de visitantes. El mayor flujo de llegadas de turistas no residentes se concentró el primer trimestre.

Estos guarismos permiten verificar un crecimiento del 1,7% en el número de turistas no residentes arribados a nuestro país en el año 2011 con respecto al año 2010.

Considerando el lugar de residencia de los turistas extranjeros que visitaron nuestro país en el 2011, se destaca las llegadas de brasileños, representando el 32,9% del total de turistas. En menor medida se ubican los turistas residentes en Europa (20,8%), en Resto de América (19,3%), en EE.UU. y Canadá (10,8%), en Chile (8,2%), en Resto del mundo (5,6%) y en Uruguay (2,4%).

En términos de crecimiento, los turistas residentes en los países de Resto de América fueron los que presentaron mayor crecimiento (9,9%) en el 2011 con respecto al 2010. En menor medida, crecieron las llegadas de los turistas brasileños (2,7%), del Resto del mundo (2,6%) y de Chile (2,3%) con respecto al año anterior.

La principal motivación del viaje de los turistas no residentes en el 2011 fue la vacacional, representando más de la mitad de los turistas extranjeros (59,5%). En dicha categoría, los brasileños tuvieron mayor participación. El segundo motivo más frecuente de viaje, al igual que en el 2010, fue “Negocios” (18,6%), siguiéndole muy de cerca en orden de importancia el motivo “Visita a familiares o amigos” (17%).

El 46% de los turistas que arribaron a la Argentina por el Aeropuerto Internacional de Ezeiza y el Aeroparque Jorge Newbery se alojaron en hoteles de 4 y 5 estrellas. El resto, optó en su mayoría por alojarse en casas de familiares o amigos (21%) y en hoteles de 1, 2 y 3 estrellas (19,2%). Dentro de los turistas extranjeros que se hospedaron en los hoteles de 4 y 5 estrellas, cabe destacar a los turistas brasileños que representaron el 42,5% del total.

La permanencia promedio de los turistas no residentes arribados por estos dos aeropuertos fue de 13 noches para el año 2011. Las estadías promedio de aquellos turistas que visitaron el país por visita a familiares o amigos fueron mayores (23,8 noches promedio) a las registradas por motivos de negocios (8,5 noches) o por vacaciones (9,3 noches). A su vez, considerando el tipo de alojamiento utilizado, “Casa de familiares o amigos” obtuvo también estadías promedio más prolongadas a las registradas en las categorías hoteleras.

El gasto diario promedio per cápita registrado en el año 2011 fue entre U\$S 100,8, siendo 3,2% menor al registrado en año 2010. Considerando el alojamiento utilizado, el gasto diario promedio más alto se registró en la categoría de los hoteles de 4 y 5 estrellas (U\$S 254,4) y a su vez, fue la categoría que obtuvo mayor crecimiento anual (14,4%). Por otro lado, analizando el gasto diario promedio según la residencia de los turistas, los brasileños registraron el mayor gasto diario promedio (U\$S189,3) durante el año 2011 y, en menor medida, los turistas chilenos (U\$S133,2).

Las pernoctaciones de turistas residentes y no residentes en establecimientos hoteleros y parahoteleros durante 2011 totalizaron 47.161.749 noches. El 76,3% de las pernoctaciones fueron realizadas por turistas residentes en la Argentina (un incremento del 4,5% con respecto a 2010), totalizando 35.991.904 noches, mientras que el 23,7% de las pernoctaciones restantes fueron realizadas por turistas no residentes (extranjeros y argentinos que residen en el exterior), totalizando 11.169.845 noches.

Con respecto a la distribución regional de las pernoctaciones de 2011, la Región Ciudad de Buenos Aires (CABA) concentró el mayor porcentaje (25,6%). Le siguió la región de Buenos Aires con un 16,8%, superando a la Región Patagonia que alcanzó un 15,1%. La Región Centro, por su parte, participó con el 13,4%; la Región Litoral con el 11,4%; la Región Cuyo con el 9,1%; y la Región Norte con el 8,5%.

En las regiones CABA y Patagonia la participación de los turistas no residentes estuvo por encima del promedio, siendo del 56,2% y 29,8% respectivamente. En las restantes regiones turísticas, se verificó una alta participación de turistas residentes, siendo la Región Buenos Aires donde se concentró la mayor proporción de turistas residentes (98,7%).

Las pernoctaciones en el año 2011 según tipo de alojamiento registraron el mayor valor en hoteles 3 estrellas, Aparts y Boutique, con 14,1 millones de pernoctes; siendo seguidas por los establecimientos parahoteleros, en los que se registraron 12,3 millones de pernoctes.

En el año 2011, la tasa de ocupación presentó un comportamiento distinto entre las regiones. La Región Ciudad de Buenos Aires mantiene una tasa de ocupación superior al resto (alcanzando su máximo nivel, 71,2%, en noviembre); seguida por la Región Centro y Buenos Aires que en enero tuvieron una tasa de ocupación de habitaciones o unidades de 69,9% y 69,7%, respectivamente.

En términos de plazas, los mayores porcentajes de ocupación se observaron en las regiones Centro (65,8% en enero), Buenos Aires (64,1% en enero) y Ciudad de Buenos Aires (56,7% en el mes de julio).

En la Ciudad de Buenos Aires la oferta de plazas hoteleras se concentró principalmente en las categorías 4 (32,3%), 5 (18,7%), 3 estrellas (14,0%) y apart hoteles (13,2%); mientras que las parahoteleras lo hicieron en los hospedajes (67,7%).

2.4 Competencia

El relevamiento de la competencia identifica los siguientes establecimientos destacados en la Ciudad de Buenos Aires que poseen características similares al proyecto a desarrollar:

- **Matienzo Haus:**

Es una casona de la zona de las cañitas que se transformó en hotel boutique. Tiene cinco habitaciones con baño privado, cuatro en el primer piso y una en el segundo.

- **Home:**

Se encuentra en Palermo Hollywood, es pionero de la hotelería urbana con personalidad, sigue fiel a su nombre; hacer sentir al huésped mejor que en su casa. Tiene Spa, resto-bar y pileta climatizada en el jardín.

- **Mine:**

Se ubica en Palermo Soho, su nombre refleja el espíritu con que se concibió este hotel de diseño; que los huéspedes lo sientan como propio. Posee 20 habitaciones, y bistro en la planta baja donde se sirven tapas, ensaladas y sándwiches.

- **Own:**

En Palermo Hollywood, posee habitaciones espaciosas, minibar de vinos, dock de ipod y home theatre.

- **Vitrum:**

En Palermo Hollywood es un hotel de diseño vanguardista, con galería de arte, spa y un restaurante de sushi en la planta baja.

- **San Telmo Luxury Suites:**

Funciona en una casona de fines de siglo XIX ubicada en pleno casco histórico de San Telmo. Posee doce lujosas habitaciones que se distribuyen en dos plantas tipo loft. Posee servicio de spa y masajes en la habitación.

- **Maitre:**

Funciona en la zona de las cañitas, posee cinco suites con un equipamiento moderno, amplias y baño con hidromasajes.

Las tasas de ocupación de habitaciones en la categoría Boutique que se dieron en la Ciudad de Bs. As. fueron las siguientes;

Año 2011	Boutique
Enero	59,5
Febrero	57,7
Marzo	58,5
Abril	56,9
Mayo	47,2
Junio	53,8
Julio	61,7
Agosto	58,3
Septiembre	60,0
Octubre	66,0
Noviembre	71,7
Diciembre	64,5

Fuente: Dirección General de Estadística y Censos (Ministerio de Hacienda GCBA). EOH.

3

ANALISIS FODA

Con el análisis FODA se pretende identificar los factores endógenos o internos (Fortalezas y Debilidades) propios de la empresa y los factores exógenos o externos (Oportunidades y Amenazas) que corresponden al mercado.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1 Ubicación estratégica 2 Categoría Premium 3 Calidad servicio al huesped	1 Falta posicionamiento de la marca propia 2 Economía de escala debil
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1 Industria en crecimiento y desarrollo 2 Demanda creciente 3 Crecimiento países en desarrollo 4 Turismo como Estrategia nacional Ley 25.997	1 Riesgos internacionales (terrorismo, temor a viajar, virus, etc) 2 Inflacion de costos laborales y Construcción 3 Tasas elevadas para financiamiento 4 Inseguridad Delictiva 5 Crisis Economicas Internacionales

Hay que resaltar dentro de las oportunidades la sanción de la nueva Ley Nacional de Turismo (n° 25.997) en donde se le da el carácter de Industria del Turismo como Estrategia Nacional; Sancionada el 16 de Diciembre de 2004 y promulgada el 5 de Enero de 2005

En donde en su Artículo 1° dice:

— Declárase de interés nacional al turismo como actividad socioeconómica, estratégica y esencial para el desarrollo del país. La actividad turística resulta prioritaria dentro de las políticas de Estado.

El turismo receptivo es una actividad de exportación no tradicional para la generación de divisas, resultando la actividad privada una aliada estratégica

del Estado. Son actividades directa o indirectamente relacionadas con el turismo las que figuran en el Anexo I, conforme la clasificación internacional uniforme de las actividades turísticas de la Organización Mundial de Turismo.

Objeto. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción y la regulación de la actividad turística y del recurso turismo mediante la determinación de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.

La nueva Ley califica al desarrollo turístico como “política de estado”, lo que supone considerarlo como un eje central de la gestión gubernamental, al cual deben concurrir coordinadamente los distintos actores públicos y privados, orientando hacia éste los recursos humanos y económicos necesarios para darle sustento.

La ley establece:

- **Un Comité Interministerial de Facilitación Turística** destinado a coordinar las funciones administrativas de órganos y entes con competencias relacionadas o afines con el turismo.

Apunta a considerar al turismo como realidad compleja, por lo que adapta la visión de su gestión y desarrollo a las nuevas concepciones epistemológicas.

- **Un Instituto Nacional de Promoción Turística** como ente público mixto con participación privada y funcionarios del sector, destinado a la promoción de Argentina en el exterior.

- **Un Consejo Federal de Turismo** que apunta a coordinar los diversos niveles políticos con incumbencia en la materia.

- Se crea el **Fondo Nacional del Turismo** asignándole lo recaudado como consecuencia de la recreación de un impuesto sobre el transporte.

Se dispone que las políticas turísticas surjan de un Plan Federal Estratégico, que articulará las decisiones del Plan de Inversiones Turísticas y de los incentivos para el fomento de la actividad.

ANALISIS DE INGRESOS

El análisis de los ingresos esta dado por las ventas. Las cuales se componen de:

Servicios Principales: Hospedaje en las Habitaciones, de categoría Standard y Superior. Siendo el valor de u\$d 150 para las primeras y de u\$d 200 para las Superiores.

Servicios Secundarios: Se considera el alquiler del Salón para eventos, servicio de Bar, servicio de frigobar y telecomunicaciones.

Todas las ventas tienen su estimación de Precio y Cantidad, y una tasa de crecimiento anual estimada. Se considera una tasa de ocupación conservadora promedio del 60%.

Se asume una tasa de crecimiento del 4% para el 2º año para llegar al 2% en el quinto año.

El modelo estima una tasa de inflación decreciente desde el 20% para llegar al 5% anual en el ultimo año.

Todas las variables de ingresos se encuentran plasmadas en el Presupuesto de ventas del Proyecto.

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
<i>Tasa Crecimiento</i>		4,0%	3,0%	2,5%	2,0%
Servicios Principales	11.449.932	14.289.515	16.190.021	17.424.510	18.661.650
Servicios Secundarios \$	2.908.957	3.630.379	4.113.219	4.426.852	4.741.159
Ventas (Netas) \$	14.358.889	\$ 17.919.894	\$ 20.303.240	\$ 21.851.362	\$ 23.402.809
IVA 21%	<u>\$ 3.015.367</u>	<u>\$ 3.763.178</u>	<u>\$ 4.263.680</u>	<u>\$ 4.588.786</u>	<u>\$ 4.914.590</u>
Ventas (Brutas) \$	17.374.256	\$ 21.683.072	\$ 24.566.920	\$ 26.440.148	\$ 28.317.398
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 10.424.554	\$ 13.009.843	\$ 14.740.152	\$ 15.864.089	\$ 16.990.439
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 6.949.702	\$ 8.673.229	\$ 9.826.768	\$ 10.576.059	\$ 11.326.959
Recupero de Cartera	\$ 6.164.378	\$ 8.735.784	\$ 9.730.640	\$ 10.513.618	\$ 11.264.384
Ingresos Efectivos \$	16.588.932	\$ 21.745.627	\$ 24.470.792	\$ 26.377.707	\$ 28.254.823
Ctas. por Cobrar \$	785.325	\$ 722.769	\$ 818.897	\$ 881.338	\$ 943.913
<i>Tasa Inflacion</i>		20%	10%	5%	5%

ANALISIS DE COSTOS

Los costos del Proyecto están dados por los siguientes componentes:

1) Presupuesto Gastos en Personal

El mismo está compuesto por un Gerente, 2 Ejecutivos de Cuenta, 2 Recepcionistas, 2 Camareros, 1 Administrativo, 2 limpieza, 1 de mantenimiento.

	<u>1º AÑO</u>	<u>2º AÑO</u>	<u>3º AÑO</u>	<u>4º AÑO</u>	<u>5º AÑO</u>
Gerente	1	1	1	1	1
Operarios	2	2	2	2	2
Administrativos	8	8	8	8	8
Sueldos Brutos	\$ 2.223.000	\$ 2.667.600	\$ 2.445.300	\$ 2.334.150	\$ 2.334.150
Gerente	\$ 455.000	\$ 546.000	\$ 500.500	\$ 477.750	\$ 477.750
Operarios	\$ 520.000	\$ 624.000	\$ 572.000	\$ 546.000	\$ 546.000
Administrativos	\$ 1.248.000	\$ 1.497.600	\$ 1.372.800	\$ 1.310.400	\$ 1.310.400
Aportes (20%)	\$ 444.600	\$ 533.520	\$ 489.060	\$ 466.830	\$ 466.830
Contribuciones (30%)	\$ 666.900	\$ 800.280	\$ 733.590	\$ 700.245	\$ 700.245
Sueldo Neto	\$ 1.778.400	\$ 2.134.080	\$ 1.956.240	\$ 1.867.320	\$ 1.867.320
Sueldo Neto Venc.	\$ 1.778.400	\$ 2.134.080	\$ 1.956.240	\$ 1.867.320	\$ 1.867.320
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 1.111.500	\$ 1.333.800	\$ 1.222.650	\$ 1.167.075	\$ 1.167.075
Cargas Soc. Vencidas	\$ 983.250	\$ 1.333.800	\$ 1.222.650	\$ 1.167.075	\$ 1.167.075
Cargas Soc. por pagar	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250
<i>Tasa Inflacion Costos</i>		20%	10%	5%	5%

2) Presupuesto de Gastos Operativos

Incluye todos los gastos de funcionamiento vinculados al proyecto hotelero, más los costos del préstamo usado para el emprendimiento.

OPEX	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Impuestos	\$ 96.000	\$ 115.200	\$ 126.720	\$ 133.056	\$ 139.709
Luz	\$ 120.000	\$ 144.000	\$ 158.400	\$ 166.320	\$ 174.636
Gas	\$ 38.400	\$ 46.080	\$ 50.688	\$ 53.222	\$ 55.884
Agua	\$ 30.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 41.580	\$ 43.659
Limpieza	\$ 60.000	\$ 72.000	\$ 79.200	\$ 83.160	\$ 87.318
Seguridad -Alarma	\$ 30.000	\$ 36.000	\$ 39.600	\$ 41.580	\$ 43.659
Alimentos y Bebidas	\$ 168.000	\$ 201.600	\$ 221.760	\$ 232.848	\$ 244.490
Acciones de Marketing	\$ 240.000	\$ 288.000	\$ 316.800	\$ 332.640	\$ 349.272
Seguros	\$ 48.000	\$ 57.600	\$ 63.360	\$ 66.528	\$ 69.854
Servicio Emergencia -Ambulancia	\$ 28.800	\$ 34.560	\$ 38.016	\$ 39.917	\$ 41.913
Internet y cable	\$ 36.000	\$ 43.200	\$ 47.520	\$ 49.896	\$ 52.391
Telefonia	\$ 96.000	\$ 115.200	\$ 126.720	\$ 133.056	\$ 139.709
Comisiones agencias de viajes y otras	\$ 1.435.889	\$ 1.791.989	\$ 2.030.324	\$ 2.185.136	\$ 2.340.281
Comisiones tarjetas credito	\$ 1.005.122	\$ 1.254.393	\$ 1.421.227	\$ 1.529.595	\$ 1.638.197
Reparaciones y mantenimiento	\$ 60.000	\$ 72.000	\$ 79.200	\$ 83.160	\$ 87.318
Honorarios y servicios de terceros	\$ 192.000	\$ 230.400	\$ 253.440	\$ 266.112	\$ 279.418
Diversos	\$ 180.000	\$ 216.000	\$ 237.600	\$ 249.480	\$ 261.954
Amortizacion Capital	\$ 1.064.019	\$ 1.404.505	\$ 1.853.947	\$ 2.447.210	\$ 3.230.318
Amortizacion Intereses	\$ 3.200.000	\$ 2.859.514	\$ 2.410.072	\$ 1.816.809	\$ 1.033.702
II.BB. (3%)	\$ 430.767	\$ 537.597	\$ 609.097	\$ 655.541	\$ 702.084
Gastos de Operación	\$ 8.558.997	\$ 9.555.838	\$ 10.203.291	\$ 10.606.847	\$ 11.015.764
IVA 21%	\$ 811.484	\$ 998.387	\$ 1.119.337	\$ 1.194.330	\$ 1.270.429
Gs. Operac. (c/IVA)	\$ 9.370.482	\$ 10.554.225	\$ 11.322.628	\$ 11.801.177	\$ 12.286.193
Gs. Operac. Venc.	\$ 5.622.704	\$ 10.204.421	\$ 10.812.339	\$ 11.480.180	\$ 11.961.740
Gs. Operac. por pagar	\$ 3.747.778	\$ 4.097.582	\$ 4.607.871	\$ 4.928.868	\$ 5.253.320
<i>Tasa Inflacion Costos</i>		20%	10%	5%	5%

3) Presupuesto de Inversión Inicial

Incluye los costos iniciales del proyecto, tales como el Terreno, Construcción, y equipamiento general y específico (Habitaciones).

Se estima un costo de m2 de Terreno y Construcción de 1.500 dólares. Sobre un Terreno de 280 m2.

PRESUPUESTO DE INVERSION

	AÑO "0"		
	Monto	IVA	TOTAL
Equipos			
Equipamiento general	179.504	37.696	217.200
	179.504	37.696	217.200
Muebles y Útiles			
Equipamiento y Muebles de habitaciones	1.190.083	249.917	1.440.000
	1.190.083	249.917	1.440.000
Inmuebles			
Costos de terreno	3.153.719	662.281	3.816.000
Costos de Construcción	12.614.876	2.649.124	15.264.000
	15.768.595	3.311.405	19.080.000
Inv. Activos Fijos	17.138.182	3.599.018	20.737.200

A financiar	10.000.000
Capital propio	8.193.200
Fondos Totales	18.193.200

La construcción contempla 4 plantas integradas por:

	m2	Unidades	Total m2
Habitacion Standard	25	12	300
Habitacion Superior	30	10	300
Lobby	80	1	80
Salon	90	1	90
Recepcion, Informacion, caja	20	1	20
Baños Mujer	20	2	40
Baños Hombre	20	2	40
Oficina	20	2	40
Bar	30	1	30
Cuarto limpieza	20	1	20
Mantenimiento	20	1	20
Baños personal	20	1	20
Espacios comunes	60	1	60
Total m2			1.060



4) Amortización del préstamo

El proyecto contempla un préstamo Bancario de 10.000.000 pesos a una tasa fija del 32% anual.

Presenta el siguiente cuadro de Amortización.

Periodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					10.000.000
1	4.264.019	3.200.000	1.064.019	1.064.019	8.935.981
2	4.264.019	2.859.514	1.404.505	2.468.525	7.531.475
3	4.264.019	2.410.072	1.853.947	4.322.472	5.677.528
4	4.264.019	1.816.809	2.447.210	6.769.682	3.230.318
5	4.264.019	1.033.702	3.230.318	10.000.000	0

ANALISIS FLUJO DE FONDOS

6.1 Proyección de flujo de fondos

Se realizó una proyección del flujo de fondos a 5 años, en pesos y luego llevado a dólares (Con una proyección del tipo de cambio oficial).

Flujo de Fondos Proyecto en Pesos \$						
	0	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Cash-flow Operativo						
Ventas	\$ -	\$ 14.358.889	\$ 17.919.894	\$ 20.303.240	\$ 21.851.362	\$ 23.402.809
Costos	\$ -	\$ 11.448.897	\$ 13.023.718	\$ 13.382.181	\$ 13.641.242	\$ 14.050.159
Gastos Organización	\$ -					
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ 825.945	\$ 1.521.109	\$ 2.229.818	\$ 2.701.932	\$ 3.101.817
	\$ -	\$ 2.084.047	\$ 3.375.067	\$ 4.691.241	\$ 5.508.188	\$ 6.250.832
Variación C.T.N.						
Var. C.T.N.	\$ -	\$ -4.723.972	\$ -888.953	\$ 427.221	\$ 1.244.169	\$ 1.986.813
	\$ -	\$ -4.723.972	\$ -888.953	\$ 427.221	\$ 1.244.169	\$ 1.986.813
Inv. en Act. Fijos						
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -17.138.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -17.138.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo IVA	\$ -	\$ -	\$ -114.138	\$ -262.029	\$ -282.871	\$ -303.680
Cash-flow de los Activos	\$ -17.138.182	\$ -2.639.924	\$ 2.371.976	\$ 4.856.433	\$ 6.469.486	\$ 7.933.966

Flujo de Fondos Proyecto en Dolares u\$d						
	0	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Cash-flow Operativo						
Ventas	\$ -	\$ 920.442	\$ 957.259	\$ 985.977	\$ 1.010.626	\$ 1.030.839
Costos	\$ -	\$ 733.904	\$ 695.711	\$ 649.873	\$ 630.908	\$ 618.877
Gastos Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. a las Gcias.	\$ -	\$ 52.945	\$ 81.256	\$ 108.286	\$ 124.964	\$ 136.628
	\$ -	\$ 133.593	\$ 180.292	\$ 227.819	\$ 254.754	\$ 275.335
Variación C.T.N.						
Var. C.T.N.	\$ -	\$ -302.819	\$ -47.487	\$ 20.747	\$ 57.543	\$ 87.514
	\$ -	\$ -302.819	\$ -47.487	\$ 20.747	\$ 57.543	\$ 87.514
Inv. en Act. Fijos						
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$ -1.428.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -1.428.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo IVA	\$ -	\$ -	\$ -6.097	\$ -12.725	\$ -13.083	\$ -13.376
Cash-flow de los Activos	\$ -1.428.182	\$ -169.226	\$ 126.708	\$ 235.841	\$ 299.214	\$ 349.473
Valor Terminal						\$ 3.874.505
Cash-flow Activos (V.T.)	\$ -1.428.182	\$ -169.226	\$ 126.708	\$ 235.841	\$ 299.214	\$ 4.223.977

6.2 Desarrollo de valuación; cálculo del VAN

Se utiliza el método APV (Adjusted Present Value) ya que en el mismo se incurre en una deuda que se va cancelando en el tiempo con un programa de reducción de la deuda original conocido.

Se obtiene el *Flujo de Fondos del Proyecto* y luego el *Flujo de Fondos de la Deuda*

Flujo de Fondos Proyecto en Dolares u\$d							
	0	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO	
Cash-flow Operativo							
Ventas	\$	- \$ 920.442	\$ 957.259	\$ 985.977	\$ 1.010.626	\$ 1.030.839	
Costos	\$	- \$ 733.904	\$ 695.711	\$ 649.873	\$ 630.908	\$ 618.877	
Gastos Organización	\$	- \$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Imp. a las Gcias.	\$	- \$ 52.945	\$ 81.256	\$ 108.286	\$ 124.964	\$ 136.628	
	\$	- \$ 133.593	\$ 180.292	\$ 227.819	\$ 254.754	\$ 275.335	
Variación C.T.N.							
Var. C.T.N.	\$	- \$ -302.819	\$ -47.487	\$ 20.747	\$ 57.543	\$ 87.514	
	\$	- \$ -302.819	\$ -47.487	\$ 20.747	\$ 57.543	\$ 87.514	
Inv. en Act. Fijos							
Inv. Inicial en Act. Fijos	\$	-1.428.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
	\$	-1.428.182	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
Saldo IVA	\$	- \$ -	\$ -6.097	\$ -12.725	\$ -13.083	\$ -13.376	
Cash-flow de los Activos	\$	-1.428.182	\$ -169.226	\$ 126.708	\$ 235.841	\$ 299.214	\$ 349.473
Valor Terminal						\$	<u>3.874.505</u>
Cash-flow Activos (V.T.)	\$	-1.428.182	\$ -169.226	\$ 126.708	\$ 235.841	\$ 299.214	\$ 4.223.977
Factor de descuento		<u>1,0000</u>	<u>0,9082</u>	<u>0,8248</u>	<u>0,7491</u>	<u>0,6803</u>	<u>0,6178</u>
Cash-flow Activos (desc.)	\$	-1.428.182	\$ -153.688	\$ 104.508	\$ 176.660	\$ 203.552	\$ 2.609.683

El análisis arroja un **Valor Actual Neto** positivo para el *Flujo de Fondos del Proyecto* de **u\$d 1.512.533**.

Dicho valor se obtiene luego de descontar la proyección de flujos a una tasa promedio ponderada del costo de capital de 10,11 %.

Dicha tasa se encuentra compuesta por:

Tasa Libre de Riesgo + Beta Desapalancado x (Rendimiento Esperado del Mercado – Tasa Libre de Riesgo) + Riesgo País

Rf= Tasa Libre Riesgo = Bonos del tesoro Norteamericano (T. Bonds) a 5 años

Bu= Beta (Sensibilidad de los retornos de una acción a los retornos del mercado) desapalancado= Se uso tabla S&P Capital IQ, Bloomberg and the Fed (US companies)

Rm= Rendimiento Mercado= Se uso datos de <http://www.market-risk-premia.com/us.html>

Rp= Riesgo País= Se uso promedio últimos años.

Flujo de Fondos de la Deuda en Dolares u\$d									
	0	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO			
Pago Cuota	\$	-	\$ -273.335	\$ -227.779	\$ -207.072	\$ -197.211	\$	-187.820	
Tax Shield	\$	-	\$ 71.795	\$ 53.463	\$ 40.964	\$ 29.410	\$	15.936	
Deuda	\$	833.333	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$	-	
Flujo de Caja del Financiamiento	\$	833.333	\$ -201.540	\$ -174.316	\$ -166.108	\$ -167.801	\$	-171.884	
Factor de descuento		1.0000	0.9709	0.9426	0.9151	0.8885		0.8626	
Flujo de Caja del Financiamiento (Desc.)	\$	833.333	\$ -195.670	\$ -164.309	\$ -152.012	\$ -149.089	\$	-148.269	

El **Flujo de Fondos de la Deuda** arroja un VAN de u\$d 23.984.

Resultando el VAN ajustado de u\$d 1.536.517

Dicho valor recomienda realizar el proyecto

6.3 Análisis de sensibilidad

Se analizan en función de las siguientes variables:

Variación de ventas (Como porcentaje de la ocupación promedio); y *Variación en la tasa de descuento* a la cual se descuenta el proyecto.

A) Variación en Ventas

	Rango		
	Pesimista	Esperado	Optimista
Variacion % respecto al esperado	-10%	1	10%
% de ocupacion Promedio	Pesimista	Esperado	Optimista
	48%	53%	58%
Probabilidad de ocurrencia	30%	60%	10%
VAN en u\$d	443.489	1.536.517	2.629.544
VAN esperado en u\$d	133.047	921.910	262.954

B) Variación de Tasa de Descuento

Escenario Base	Tasa	VAN
	10,11%	1.536.517
	11,12%	1.179.244
	12,23%	862.595
	13,46%	579.588

CONCLUSIONES

La tendencia creciente de un aumento del turismo extranjero, principalmente de la región y con mayor énfasis del turismo brasileño; cuyo país posee las mejores perspectivas de tener un mayor crecimiento respecto a los países desarrollados. Y, siendo la ciudad de Buenos Aires un polo cultural e histórico a nivel regional, junto con un marco nacional (Nueva Ley de Turismo); generan las condiciones apropiadas para desarrollar inversiones en la industria del turismo.

Siendo parte de la oferta hotelera dentro del segmento hospitalario denominado Hotel Boutique-Spa, caracterizado por un “ambiente familiar” con servicio e infraestructura de excelencia.

Sheryl Connelly, Gerente de tendencias globales de Ford, destaca que;

“La tendencia del consumo que cómo en una época de post-crisis económica, la era del exceso ha llegado a su fin y el sentido del 'status' ya no está tan relacionado con la acumulación de bienes ni el consumo de marcas, sino con la capacidad de poseer 'acceso', información y conocimiento. Hay una serie de indicadores que sugieren que no es probable que veamos un retorno de la 'compra compulsiva' característica de fines de los 90 y principios de los años 2000. Los altibajos de la economía han causado que la definición de lujo evolucione con el tiempo. Así, los consumidores de los mercados maduros, se sentirán cada vez más atraídos por las experiencias, en lugar de por los bienes materiales fijos. Las experiencias – como ser consentido en un spa, disfrutar viajes exóticos y participar en deportes extremos – se están convirtiendo en el nuevo lujo. El status se logra a través de las historias ricas en contenido, compartidas posteriormente.”

La tendencia descripta por Sheryl Connelly comenzó en comunidades de viajes como TripAdvisor o TravBuddy donde millones de usuarios comparten sus experiencias viajeras con blogs, fotos y videos, dan consejos y opiniones sobre destinos y servicios y hasta hacen un ranking de las mejores atracciones ahora lo integran los portales de servicios de viajes como eDreams, con la “Comunidad eDreams” y LastMinute con “Lastminuteando”.

Según HVS (Global Hospitality Services) resalta de Buenos Aires en el 2010 lo siguiente:

- *“Buenos Aires is Argentina’s capital and largest city in addition to being the second largest city in South America, after the city of Sao Paulo. Besides being the main gateway to international tourist arrivals for all domestic final destinations, it has a wide array of demand generators for all tourism segments, making it a very attractive city for international tourism”.*

Un proyecto Hotelero debe ser visto como una inversión a mediano y largo plazo, y basada en los fundamentals principales de esta industria, sin temer las temporadas coyunturales (tipo de cambio adverso, crisis financieras, crisis sanitarias, etc.) a las que estamos acostumbrados a convivir y sortear.

En ese contexto es que se apoya la fuerza del desarrollo del proyecto hotelero descripto.

Muchas gracias

BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

Páginas de Consulta

- www.turismo.gov.ar
- <http://unwto.org/>
- www.bue.gov.ar
- www.hvs.com

Asesoramiento para el desarrollo inmobiliario

- BELM Ingenieros Asociados

Bibliografía e informes

1. *100 Tips for hoteliers: What every successful hotel professional needs to know and Do*; Peter Venison.
2. *Anuario Estadístico de Turismo 2011* del Ministerio de Turismo de la Nación
3. *Developing hospitality properties and facilities 2º Edition*; Josef Ransley, Hadyn Ingram
4. *El tablero de comando para Hoteles una nueva herramienta de gestión estratégica*; Feijoo José Luis; Editorial: Macchi

5. ***Estrategia Competitiva*** Segunda Edición, Argentina, Porter, M.E., Rei SA, 1992.
6. ***Gestión de Hoteles una nueva visión***; Gallego Jesús Felipe; Editorial: Paraninfo
7. ***Guía para la evaluación Económica Financiera de los Proyectos de Inversión***; Universidad Bs. As.; Ing. Gerardo Bonanno, Ing. Julian Capomassi
8. ***Ingeniería Económica y Finanzas***; Rifat Lelic; Editorial Nueva librería 2008
9. ***Logística y Turismo***, Andrés Muñoz Machado Ediciones Díaz De Santos 2005
10. ***Observatorio turístico de la ciudad de Buenos Aires***; Informe Abril 2011, en web GCBA
11. ***Preparación y Evaluación de proyectos 5º Edición***; Sapag Chain; Mc. Graw Hill
12. ***Perfil turístico del mercado brasileño en la ciudad de Buenos Aires***, año 2009, en web GCBA
13. ***Revista Vivienda***; La revista de la construcción nº 602
14. ***Revista Lugares***; Edición Especial 2011

ANEXOS

Pantallas con Análisis realizado con Microsoft Excel:

INDICE DEL PROYECTO	
1	Análisis FODA
3	Análisis Flujo de Fondos
2	Análisis de Sensibilidad
4	Análisis Tasa de Descuento
5	Set de Parámetros
6	Presupuesto de Ventas
7	Presupuesto de Personal
8	Presupuesto de gastos operativos
9	Presupuesto de Inversión
10	Amortización Préstamo
11	Presupuesto depreciación de Activos Fijos
12	Análisis IVA
13	Análisis Impuesto a las Ganancias
14	Presupuesto de Caja
15	Estado de Resultados
16	Balance Proyectado
17	Análisis Capital de Trabajo
18	Punto de Equilibrio



PROYECTO: HOTEL BOUTIQUE

FORTALEZAS	DEBILIDADES
1 Ubicación estratégica 2 Categoría Premium 3 Calidad servicio al huésped	1 Falta posicionamiento de la marca propia 2 Economía de escala débil
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1 Industria en crecimiento y desarrollo 2 Demanda creciente 3 Crecimiento países en desarrollo 4 Turismo como Estrategia nacional Ley 25.997	1 Riesgos internacionales (terrorismo, temor a viajar, virus, etc) 2 Inflación de costos laborales y Construcción 3 Tasas elevadas para financiamiento 4 Inseguridad Delictiva 5 Crisis Económicas Internacionales

Tasa de descuento

ku (costo capital propio unleverage)
kd (costo deuda)

Referencia			
D	Deuda Financiera	641,028	en dolares
CAA	capital Aportado por Accionistas	525,205	en dolares
Kd	Costo Deuda	32,0%	en pesos
Ku	Rentabilidad exigida por Accionistas	10,11%	en dolares
Rf	Tasa Libre Riesgo	1,90%	en dolares
Bu	Beta desapalancado	0,87	
T	Tasa de impuesto	35%	
Rm	Rendimiento esperado del mercado	4,9%	en dolares
Rp	Riesgo Pais	5,6%	en dolares

Fuente: <http://www.market-risk-premia.com/us.html>

US 31/01/2016 Risk free rate 1.9 %

US 31/01/2016 (IMRP) 4.9 %

Formula $\rightarrow k = Rf + Bu \times (Rm - Rf) + Rp$

capm Ku 10,11%

Betas by Sector

Data Used: S&P Capital IQ, Bloomberg and the Fed (US companies)

Date of Analysis: Data used is as of January 2014

Industry Name	umber of firm	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unlevered beta	Firm beta corrected for cash
Advertising	65	1.03	52.57%	6.04%	0.69	5.91% 0.73
Aerospace/Defense	95	1.01	18.99%	15.03%	0.87	6.24% 0.92
Air Transport	25	0.94	109.48%	13.79%	0.48	6.92% 0.52
Apparel	70	1.15	21.33%	10.29%	0.96	2.99% 0.99
Auto & Truck	26	1.28	97.56%	4.71%	0.66	8.48% 0.72
Auto Parts	75	1.46	32.00%	9.43%	1.13	8.04% 1.23
Bank	7	0.72	84.19%	22.17%	0.43	10.94% 0.49
Banks (Regional)	721	0.58	72.00%	18.00%	0.37	13.80% 0.43
Beverage	47	1.42	22.16%	3.95%	1.17	5.06% 1.24
Beverage (Alcoholic)	19	1.14	27.56%	10.72%	0.91	1.38% 0.93
Biotechnology	349	1.12	9.15%	1.13%	1.02	4.39% 1.07
Broadcasting	30	1.53	48.49%	13.21%	1.08	2.31% 1.10
Brokerage & Investment Banking	49	1.11	400.56%	13.44%	0.25	24.39% 0.33
Building Materials	37	1.27	30.05%	16.33%	1.02	5.04% 1.07
Business & Consumer Services	179	0.90	29.23%	13.41%	0.72	4.33% 0.75
Cable TV	16	0.97	49.23%	15.00%	0.69	2.58% 0.71
Chemical (Basic)	47	1.01	29.67%	6.27%	0.79	7.19% 0.85
Chemical (Diversified)	10	1.42	33.39%	25.03%	1.13	6.82% 1.22
Chemical (Specialty)	100	1.01	16.30%	12.74%	0.89	6.25% 0.95
Coal & Related Energy	45	1.28	86.63%	2.44%	0.69	5.86% 0.73
Computer Services	129	0.92	20.48%	9.94%	0.78	5.48% 0.82
Computer Software	273	1.07	8.68%	6.16%	0.99	5.50% 1.04
Computers/Peripherals	66	1.15	8.83%	5.66%	1.06	5.92% 1.13
Construction	18	0.96	30.47%	9.82%	0.75	1.89% 0.77
Diversified	20	0.77	94.47%	12.60%	0.42	2.27% 0.43
Educational Services	40	1.24	39.03%	11.84%	0.92	11.98% 1.04
Electrical Equipment	135	1.14	13.74%	7.49%	1.01	5.37% 1.07
Electronics	191	1.02	16.01%	7.52%	0.89	10.69% 1.00
Electronics (Consumer & Office)	26	1.37	40.30%	8.97%	1.00	6.97% 1.08
Engineering	56	1.20	22.72%	14.86%	1.01	11.21% 1.13
Entertainment	85	1.19	25.98%	4.85%	0.95	4.05% 0.99
Environmental & Waste Services	108	1.13	43.59%	5.02%	0.80	1.42% 0.81
Farming/Agriculture	29	0.79	41.12%	9.01%	0.58	7.63% 0.63
Financial Svcs.	76	0.99	102.12%	18.37%	0.54	7.22% 0.58
Financial Svcs. (Non-bank & Insurance)	17	1.05	331.47%	9.77%	0.26	7.85% 0.29
Food Processing	97	0.85	27.92%	14.00%	0.69	3.10% 0.71
Food Wholesalers	18	1.18	16.79%	10.69%	1.02	1.71% 1.04
Furn/Home Furnishings	36	1.24	27.66%	10.03%	0.99	3.88% 1.03
Healthcare Equipment	193	0.85	17.26%	5.80%	0.73	5.20% 0.77
Healthcare Facilities	47	1.13	120.90%	13.49%	0.55	1.22% 0.56
Healthcare Products	58	1.00	19.80%	8.76%	0.85	4.28% 0.89
Healthcare Services	126	0.83	27.93%	13.77%	0.67	6.54% 0.72
Healthcare Information and Technology	125	0.99	14.52%	6.09%	0.87	4.88% 0.92
Heavy Construction	46	1.67	56.30%	19.40%	1.15	5.54% 1.22
Homebuilding	32	1.71	56.61%	6.68%	1.12	9.15% 1.23
Hotel/Gaming	89	1.27	52.33%	10.48%	0.87	3.84% 0.90
Household Products	139	1.00	19.33%	9.51%	0.86	3.52% 0.89
Information Services	71	0.84	10.63%	17.05%	0.77	3.84% 0.81
Insurance (General)	26	0.92	46.14%	19.19%	0.67	5.04% 0.71
Insurance (Life)	27	1.21	66.67%	17.82%	0.78	10.41% 0.87
Insurance (Prop/Cas.)	53	0.76	34.98%	19.42%	0.60	5.47% 0.63
Internet software and services	330	1.05	4.16%	4.59%	1.01	3.98% 1.05
Investment Co.	65	0.82	104.40%	6.62%	0.41	11.38% 0.47
Machinery	141	1.04	17.50%	13.02%	0.91	5.90% 0.96
Metals & Mining	134	1.26	48.21%	1.90%	0.86	5.37% 0.90
Office Equipment & Services	30	1.14	55.08%	12.81%	0.77	5.45% 0.82
Oil/Gas (Integrated)	8	1.00	8.54%	20.55%	0.96	3.09% 0.97
Oil/Gas (Production and Exploration)	411	1.24	156.13%	6.29%	0.50	1.76% 1.04
Oil/Gas Distribution	80	0.82	51.93%	4.18%	0.55	1.12% 0.55
Oilfield Svcs/Equip.	163	1.30	20.29%	10.73%	1.10	5.69% 1.17
Packaging & Container	24	0.99	49.19%	21.28%	0.71	3.31% 0.73
Paper/Forest Products	21	1.34	51.99%	8.20%	0.90	3.12% 0.93
Pharma & Drugs	138	1.10	13.87%	4.30%	0.97	5.15% 1.03
Power	106	0.68	85.11%	16.03%	0.40	2.05% 0.40
Precious Metals	166	1.33	37.02%	0.82%	0.98	10.57% 1.09
Publishing & Newspapers	52	1.08	36.82%	13.92%	0.82	6.06% 0.87
R.E.I.T.	46	0.78	569.79%	2.48%	0.12	2.40% 0.12
Railroad Products	10	1.08	23.69%	20.51%	0.91	1.61% 0.92
Real Estate (Development)	22	0.99	24.90%	3.00%	0.80	6.27% 0.85
Real Estate (General/Diversified)	11	0.72	17.30%	8.72%	0.62	0.69% 0.62
Real Estate (Operations & Services)	47	1.40	59.57%	8.56%	0.91	3.25% 0.94
Recreation	70	1.30	25.13%	8.81%	1.06	4.22% 1.11
Reinsurance	3	0.56	38.50%	13.34%	0.42	10.46% 0.47
Restaurant	84	0.86	27.57%	15.17%	0.69	2.56% 0.71
Retail (Automotive)	30	1.15	57.51%	19.23%	0.79	2.25% 0.80
Retail (Building Supply)	7	1.07	22.18%	21.97%	0.91	2.89% 0.94
Retail (Distributors)	87	1.00	43.82%	16.18%	0.73	1.86% 0.74
Retail (General)	21	0.98	35.62%	25.03%	0.77	3.19% 0.80
Retail (Grocery and Food)	21	0.81	56.86%	22.83%	0.57	1.72% 0.58
Retail (Internet)	47	1.03	5.06%	9.80%	0.99	3.03% 1.02
Retail (Special Lines)	137	0.99	37.80%	18.90%	0.75	3.20% 0.78
Rubber& Tires	4	1.27	109.78%	15.21%	0.66	17.50% 0.80
Semiconductor	104	1.19	13.02%	7.30%	1.06	6.34% 1.14
Semiconductor Equip	51	1.25	16.97%	5.13%	1.08	10.97% 1.21
Shipbuilding & Marine	14	1.50	65.35%	4.99%	0.92	2.28% 0.94
Shoe	14	0.83	7.89%	19.82%	0.78	3.53% 0.81
Steel	37	1.19	45.91%	14.13%	0.85	6.31% 0.91
Telecom (Wireless)	28	0.68	105.14%	11.54%	0.35	5.15% 0.37
Telecom. Equipment	131	1.14	10.77%	6.90%	1.04	6.36% 1.11
Telecom. Services	82	0.94	71.23%	8.40%	0.57	9.63% 0.63
Thrift	223	0.53	NA	18.93%	0.01	1.88% NA
Tobacco	12	0.94	20.83%	14.23%	0.80	3.80% 0.83
Transportation	22	1.01	20.75%	21.21%	0.86	5.60% 0.92
Trucking	28	1.17	78.48%	27.93%	0.75	2.92% 0.77
Utility (General)	20	0.56	69.35%	29.93%	0.38	0.97% 0.38
Utility (Water)	20	0.75	57.90%	14.52%	0.50	0.55% 0.50
Total Market	7766	1.01	74.28%	10.32%	0.60	5.24% 0.64

Parametros						
Tipo de cambio	Devaluacio	30%	20%	10%	5%	5%
Año	0	1	2	3	4	5
Oficial promedio futuro	12	15,6	18,72	20,6	21,62	22,7
Precio habitacion	Moneda					
Standard	150	Dolares				
Superior	200	Dolares				
Cantidad Standard	12					
Cantidad Superior	10					
IVA	21%					
Precio Promedio Salon	500	Dolares				
Bar	20	Dolares				
Frigobar	12	Dolares				
Telecomunicaciones	10	Dolares				
Costos						
m2 Construcción+Costo Terreno	1.500	Dolares				
m2 Terreno incidencia 20%	300	Dolares				
m2 Construcccion	1.200	Dolares				
m2						
Habitaciones	600					
Terreno m2	280					
	m2	Unidades	Total m2			
Habitacion Standard	25	12	300			
Habitacion Superior	30	10	300			
Lobby	80	1	80			
Salon	90	1	90			
Recepcion, Informacion, caja	20	1	20			
Baños Mujer	20	2	40			
Baños Hombre	20	2	40			
Oficina	20	2	40			
Bar	30	1	30			
Cuarto limpieza	20	1	20			
Mantenimiento	20	1	20			
Baños personal	20	1	20			
Espacios comunes	60	1	60			
Total m2			1.060			
Plantas			4			

0% Presupuesto Ventas								
Días	31	28	31	30	31	30	31	
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	1º AÑO
Servicios Principales								
Cant. Noches Habitaciones	242	202	186	144	149	180	260	2.318
Cant. Noches Habitaciones	202	168	155	120	124	150	217	1.932
% de ocupacion	65%	60%	50%	40%	40%	50%	70%	
Cant. Noches Habitaciones	443	370	341	264	273	330	477	4.249
Precio de Vta.								
Precio x noche x persona rac \$	150 \$	150 \$	150 \$	150 \$	150 \$	150 \$	150 \$	150
Precio x noche x persona rac \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	200 \$	150
Ventas Principales	\$ 1.194.492	\$ 995.904	\$ 918.840	\$ 711.360	\$ 735.072	\$ 889.200	\$ 1.286.376	\$ 11.449.932
Servicios Secundarios								
Eventos Salon	7.800	7.800	7.800	7.800	7.800	15.600	23.400	\$ 124.800
Cantidad de Eventos	1	1	1	1	1	2	3	\$ 16
Bar	138.310	115.315	106.392	82.368	85.114	102.960	148.949	\$ 1.325.782
Frigobar	82.986	69.189	63.835	49.421	51.068	61.776	89.369	\$ 795.469
Telecomunicaciones	69.155	57.658	53.196	41.184	42.557	51.480	74.474	\$ 662.891
Ventas Secundarias	\$ 298.251	\$ 249.963	\$ 231.224	\$ 180.774	\$ 186.540	\$ 231.818	\$ 336.195	\$ 2.908.957
Total Ventas	\$ 1.492.743	\$ 1.245.867	\$ 1.150.064	\$ 892.134	\$ 921.612	\$ 1.121.018	\$ 1.622.571	\$ 14.358.889
IVA 21%	\$ 313.476	\$ 261.632	\$ 241.513	\$ 187.348	\$ 193.538	\$ 235.414	\$ 340.740	\$ 3.015.367
Ventas (Brutas)	\$ 1.806.219	\$ 1.507.499	\$ 1.391.578	\$ 1.079.482	\$ 1.115.150	\$ 1.356.432	\$ 1.963.311	\$ 17.374.256
60% Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 1.083.732	\$ 904.499	\$ 834.947	\$ 647.689	\$ 669.090	\$ 813.859	\$ 1.177.987	\$ 10.424.554
40% Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 722.488	\$ 603.000	\$ 556.631	\$ 431.793	\$ 446.060	\$ 542.573	\$ 785.325	\$ 6.949.702
Recupero de Cartera	\$ -	\$ 722.488	\$ 603.000	\$ 556.631	\$ 431.793	\$ 449.836	\$ 542.573	\$ 6.164.378
Ingresos Efectivos	\$ 1.083.732	\$ 1.626.987	\$ 1.437.946	\$ 1.204.320	\$ 1.100.883	\$ 1.263.695	\$ 1.720.560	\$ 16.588.932
Ctas. por Cobrar	\$ 722.488	\$ 603.000	\$ 556.631	\$ 431.793	\$ 446.060	\$ 542.573	\$ 785.325	\$ 785.325
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO			
Tasa Crecimiento		4,0%	3,0%	2,5%	2,0%			
Servicios Principales	11.449.932	14.289.515	16.190.021	17.424.510	18.661.650			
Servicios Secundarios	\$ 2.908.957	\$ 3.630.379	\$ 4.113.219	\$ 4.426.852	\$ 4.741.159			
Ventas (Netas)	\$ 14.358.889	\$ 17.919.894	\$ 20.303.240	\$ 21.851.362	\$ 23.402.809			
IVA 21%	\$ 3.015.367	\$ 3.763.178	\$ 4.263.680	\$ 4.588.786	\$ 4.914.590			
Ventas (Brutas)	\$ 17.374.256	\$ 21.683.072	\$ 24.566.920	\$ 26.440.148	\$ 28.317.398			
Vtas. al Ctdo. (60%)	\$ 10.424.554	\$ 13.009.843	\$ 14.740.152	\$ 15.864.089	\$ 16.990.439			
Vtas. a 30 ds. (40%)	\$ 6.949.702	\$ 8.673.229	\$ 9.826.768	\$ 10.576.059	\$ 11.326.959			
Recupero de Cartera	\$ 6.164.378	\$ 8.735.784	\$ 9.730.640	\$ 10.513.618	\$ 11.264.384			
Ingresos Efectivos	\$ 16.588.932	\$ 21.745.627	\$ 24.470.792	\$ 26.377.707	\$ 28.254.823			
Ctas. por Cobrar	\$ 785.325	\$ 722.769	\$ 818.897	\$ 881.338	\$ 943.913	-0,0000		

Presupuesto Personal								
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	1º AÑO
Gerentes	1	1	1	1	1	1	1	Gerente \$ 35.000
Ejecutivo Cuenta	2	2	2	2	2	2	2	Ejecutivos Comerciales \$ 20.000
Empleados (1)	8	8	8	8	8	8	8	Empleados \$ 12.000
Sueldos Brutos	\$ 171.000	\$ 171.000	\$ 171.000	\$ 171.000	\$ 171.000	\$ 171.000	\$ 256.500	\$ 2.223.000
Gerentes	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 35.000	\$ 52.500	\$ 455.000
Ejecutivo Cuenta	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 520.000
Empleados (1)	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 96.000	\$ 144.000	\$ 1.248.000
Aportes (20%)	\$ 34.200	\$ 34.200	\$ 34.200	\$ 34.200	\$ 34.200	\$ 34.200	\$ 51.300	\$ 444.600
Contribuciones (30%)	\$ 51.300	\$ 51.300	\$ 51.300	\$ 51.300	\$ 51.300	\$ 51.300	\$ 76.950	\$ 666.900
Sueldo Neto	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 205.200	\$ 1.778.400
Sueldo Neto Venc.	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 136.800	\$ 205.200	\$ 1.778.400
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cargas Sociales	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 128.250	\$ 1.111.500
Cargas Soc. Vencidas	\$ -	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 983.250
Cargas Soc. por pagar	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 85.500	\$ 128.250	\$ 128.250
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO			
Gerente	1	1	1	1	1			
Operarios	2	2	2	2	2			
Administrativos	8	8	8	8	8			
Sueldos Brutos	\$ 2.223.000	\$ 2.667.600	\$ 2.445.300	\$ 2.334.150	\$ 2.334.150			
Gerente	\$ 455.000	\$ 546.000	\$ 500.500	\$ 477.750	\$ 477.750			
Operarios	\$ 520.000	\$ 624.000	\$ 572.000	\$ 546.000	\$ 546.000			
Administrativos	\$ 1.248.000	\$ 1.497.600	\$ 1.372.800	\$ 1.310.400	\$ 1.310.400			
Aportes (20%)	\$ 444.600	\$ 533.520	\$ 489.060	\$ 466.830	\$ 466.830			
Contribuciones (30%)	\$ 666.900	\$ 800.280	\$ 733.590	\$ 700.245	\$ 700.245			
Sueldo Neto	\$ 1.778.400	\$ 2.134.080	\$ 1.956.240	\$ 1.867.320	\$ 1.867.320			
Sueldo Neto Venc.	\$ 1.778.400	\$ 2.134.080	\$ 1.956.240	\$ 1.867.320	\$ 1.867.320			
Sueldo Neto por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -			
Cargas Sociales	\$ 1.111.500	\$ 1.333.800	\$ 1.222.650	\$ 1.167.075	\$ 1.167.075			
Cargas Soc. Vencidas	\$ 983.250	\$ 1.333.800	\$ 1.222.650	\$ 1.167.075	\$ 1.167.075			
Cargas Soc. por pagar	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250			
Tasa Inflacion Costos		20%	10%	5%	5%			

Presupuesto Gtos. Operativos

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	1º AÑO
Impuestos	\$	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	96.000
Luz	\$	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	120.000
Gas	\$	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	3.200	38.400
Agua	\$	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Limpieza	\$	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	60.000
Seguridad -Alarma	\$	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	2.500	30.000
Alimentos y Bebidas	\$	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	14.000	168.000
Acciones de Marketing	\$	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	240.000
Seguros	\$	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	48.000
Servicio Emergencia -Ambulancia	\$	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	28.800
Internet y cable	\$	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	36.000
Telefonia	\$	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000	96.000
10% Comisiones agencias de viajes y otras	\$	149.274	124.587	115.006	89.213	92.161	112.102	162.257	1.435.889
7% Comisiones tarjetas credito	\$	104.492	87.211	80.504	62.449	64.513	78.471	113.580	1.005.122
Reparaciones y mantenimiento	\$	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	60.000
Honorarios y servicios de terceros	\$	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	192.000
Diversos	\$	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	180.000
Amortizacion Capital	\$	88.668	88.668	88.668	88.668	88.668	88.668	88.668	1.064.019
Amortizacion Intereses	\$	266.667	266.667	266.667	266.667	266.667	266.667	266.667	3.200.000
3% II.BB. (3%)	\$	44.782	37.376	34.502	26.764	27.648	33.631	48.677	430.767
Gastos de Operación	\$	772.484	723.108	703.948	652.362	658.257	698.139	798.449	8.558.997
21% IVA 21%	\$	78.197	69.383	65.963	56.755	57.808	64.926	82.832	811.484
Gs. Operac. (c/IVA)	\$	850.681	792.492	769.911	709.117	716.065	763.065	881.281	9.370.482
Gs. Operac. Venc.	\$	479.132	470.318	466.898	457.690	458.742	465.861	483.767	5.622.704
Gs. Operac. por pagar	\$	371.549	322.173	303.013	251.427	257.322	297.204	397.514	3.747.778
OPEX		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO			
Impuestos	\$	96.000	115.200	126.720	133.056	139.709			
Luz	\$	120.000	144.000	158.400	166.320	174.636			
Gas	\$	38.400	46.080	50.688	53.222	55.884			
Agua	\$	30.000	36.000	39.600	41.580	43.659			
Limpieza	\$	60.000	72.000	79.200	83.160	87.318			
Seguridad -Alarma	\$	30.000	36.000	39.600	41.580	43.659			
Alimentos y Bebidas	\$	168.000	201.600	221.760	232.848	244.490			
Acciones de Marketing	\$	240.000	288.000	316.800	332.640	349.272			
Seguros	\$	48.000	57.600	63.360	66.528	69.854			
Servicio Emergencia -Ambulancia	\$	28.800	34.560	38.016	39.917	41.913			
Internet y cable	\$	36.000	43.200	47.520	49.896	52.391			
Telefonia	\$	96.000	115.200	126.720	133.056	139.709			
Comisiones agencias de viajes y otras	\$	1.435.889	1.791.989	2.030.324	2.185.136	2.340.281			
Comisiones tarjetas credito	\$	1.005.122	1.254.393	1.421.227	1.529.595	1.638.197			
Reparaciones y mantenimiento	\$	60.000	72.000	79.200	83.160	87.318			
Honorarios y servicios de terceros	\$	192.000	230.400	253.440	266.112	279.418			
Diversos	\$	180.000	216.000	237.600	249.480	261.954			
Amortizacion Capital	\$	1.064.019	1.404.505	1.853.947	2.447.210	3.230.318			
Amortizacion Intereses	\$	3.200.000	2.859.514	2.410.072	1.816.809	1.033.702			
II.BB. (3%)	\$	430.767	537.597	609.097	655.541	702.084			
Gastos de Operación	\$	8.558.997	9.555.838	10.203.291	10.606.847	11.015.764			
IVA 21%	\$	811.484	998.387	1.119.337	1.194.330	1.270.429			
Gs. Operac. (c/IVA)	\$	9.370.482	10.554.225	11.322.628	11.801.177	12.286.193			
Gs. Operac. Venc.	\$	5.622.704	10.204.421	10.812.339	11.480.180	11.961.740			
Gs. Operac. por pagar	\$	3.747.778	4.097.582	4.607.871	4.928.868	5.253.320	-0,00		

PRESUPUESTO DE INVERSION

	AÑO "0"		
	Monto	IVA	TOTAL
Equipos			
Equipamiento general	179.504	37.696	217.200
	179.504	37.696	217.200
Muebles y Útiles			
Equipamiento y Muebles de habitaciones	1.190.083	249.917	1.440.000
	1.190.083	249.917	1.440.000
Inmuebles			
Costos de terreno	3.153.719	662.281	3.816.000
Costos de Construcción	12.614.876	2.649.124	15.264.000
	15.768.595	3.311.405	19.080.000
Inv. Activos Fijos	17.138.182	3.599.018	20.737.200

A financiar	10.000.000
Capital propio	8.193.200
Fondos Totales	18.193.200

	C#	Pesos
computadoras	3	43.200
tv's	3	54.000
equip vario	1	120.000
Total		217.200

Introducción de datos:

Capital inicial:
Tipo de interés nominal fija:
Plazo:
Periodicidad:
Costo Dinero en USD

10.000.000
32,0%

5
1
3,00%

Resultados:

Capital efectivo:	10.000.000
T.A.E. real	32,000%

Flujo de la Deuda

0	1	2	3	4	5
10,000,000	8,935,981	7,531,475	5,677,528	3,230,318	0
	1,064,019	1,404,505	1,853,947	2,447,210	3,230,318
	3,200,000	2,856,514	2,410,072	1,816,809	1,033,702
	4,264,019	4,264,019	4,264,019	4,264,019	4,264,019

Factor de descuento

Factor de descuento	1,000	0,7576	0,5739	0,4348	0,3294	0,2495
Flujo de Caja del Financiamiento	\$ -	\$ 3.230.318	\$ 2.447.210	\$ 1.853.997	\$ 1.404.505	\$ 1.064.019

Resultados:

VAN: \$ -1

esta ok tiene que dar 0

**Ahorro impuestos
por pago intereses
35%**

Periodos de pago	Cuota	Pago de intereses	Amortización del principal	Amortización acumulada del principal	Capital pendiente
0					10,000,000
1	4,264,019	3,200,000	1,064,019		8,935,981
2	4,264,019	2,859,514	1,404,505		7,531,475
3	4,264,019	2,410,072	1,853,947		5,677,528
4	4,264,019	1,916,809	2,447,210	6,769,682	3,230,318
5	4,264,019	1,033,702	3,230,318	10,000,000	0

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja del Financiamiento						
Año						
Pago Cuentas	- 4.264.019	- 4.264.019	- 4.264.019	- 4.264.019	- 4.264.019	- 4.264.019
Tax Shield	1.120.000	1.000.830	843.525	635.883	361.786	
Deuda	10.000.000					
	- 3.174.019	- 3.263.189	- 3.420.494	- 3.628.136	- 3.902.224	
Flujo de Caja del Financiamiento	10.000.000	- 3.174.019	- 3.263.189	- 3.420.494	- 3.628.136	- 3.902.224

Para los Accionistas el desembolso del préstamo es una entrada de

Factor de descuento	1,000	0,7576	0,5719	0,4348	0,3294	0,2495
Ejemplo de Caja tax shield(Des.)	\$ -	\$ 848,485	\$ 574,397	\$ 366,755	\$ 209,451	\$ 90,280

VAN:	\$ 2.089.368
------	--------------

Factor de descuento	1,0000	0,7576	0,5739	0,4348	0,3294	0,2495
Flujo de Caja del financiamiento	\$ - 2.381.833	\$ -1.872.813	\$ -1.487.192	\$ -1.195.055	\$ -973.739	

VAN: \$ 2.089.368

Presupuesto Depreciación

		<u>V.I.</u>	<u>D/A</u>	<u>D/A Ac.</u>	<u>V.F.</u>
Equipos	0	179.504	-	-	179.504
3 (3 años)	1	179.504	59.835	59.835	119.669
	2	119.669	59.835	119.670	59.834
	3	59.834	59.835	179.505	-1
Muebles y Útiles	0	1.190.083	-	-	1.190.083
5 (5 años)	1	1.190.083	238.017	238.017	952.066
	2	952.066	238.017	476.034	714.049
	3	714.049	238.017	714.051	476.032
	4	476.032	238.017	952.068	238.015
	5	238.015	238.017	1.190.085	-2
Inmuebles	0	12.614.876	-	-	12.614.876
50 (50 años)	1	12.614.876	252.298	252.298	12.362.578
	2	12.362.578	252.298	504.596	12.110.280
	3	12.110.280	252.298	756.894	11.857.982
	4	11.857.982	252.298	1.009.192	11.605.684
	5	11.605.684	252.298	1.261.490	11.353.386
	6	11.353.386	252.298	1.513.788	11.101.088
	7	11.101.088	252.298	1.766.086	10.848.790
	8	10.848.790	252.298	2.018.384	10.596.492
	9	10.596.492	252.298	2.270.682	10.344.194
	10	10.344.194	252.298	2.522.980	10.091.896

Presupuesto IVA													
IVA	Inversion	12º AÑO											
		1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M
Débito Fiscal	\$ -	\$ 313.476	\$ 261.632	\$ 241.513	\$ 187.348	\$ 193.538	\$ 233.776	\$ 289.489	\$ 289.489	\$ 233.776	\$ 195.177	\$ 235.414	\$ 340.740
Crédito Fiscal	\$ 3.599.018	\$ 78.197	\$ 69.383	\$ 65.963	\$ 56.755	\$ 57.808	\$ 64.648	\$ 74.119	\$ 74.119	\$ 64.648	\$ 58.086	\$ 64.926	\$ 82.832
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 3.599.018	\$ 3.363.739	\$ 3.171.490	\$ 2.995.940	\$ 2.865.347	\$ 2.729.616	\$ 2.560.489	\$ 2.345.119	\$ 2.129.750	\$ 1.960.622	\$ 1.823.531	\$ 1.653.044
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 3.599.018	\$ 3.363.739	\$ 3.171.490	\$ 2.995.940	\$ 2.865.347	\$ 2.729.616	\$ 2.560.489	\$ 2.345.119	\$ 2.129.750	\$ 1.960.622	\$ 1.823.531	\$ 1.653.044	\$ 1.395.136
Saldo Técnico A Favor AFP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago DDJJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA	Inversion	12º AÑO											
		1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO	6º AÑO	7º AÑO	8º AÑO	9º AÑO	10º AÑO	11º AÑO	12º AÑO
Débito Fiscal	\$ -	\$ 3.015.367	\$ 3.763.178	\$ 4.263.680	\$ 4.588.786	\$ 4.914.590	\$ 5.012.882	\$ 5.063.010	\$ 5.063.010	\$ 5.063.010	\$ 5.063.010	\$ 5.063.010	\$ 5.063.010
Crédito Fiscal	\$ 3.599.018	\$ 811.484	\$ 998.387	\$ 1.119.337	\$ 1.194.330	\$ 1.270.429	\$ 1.287.138	\$ 1.295.660	\$ 1.295.660	\$ 1.295.660	\$ 1.295.660	\$ 1.295.660	\$ 1.295.660
Saldo Técnico A Favor Ant.	\$ -	\$ 3.599.018	\$ 1.395.136	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor Contr.	\$ 3.599.018	\$ 1.395.136	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo Técnico A Favor AFP	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Pago DDJJ. IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Impuesto a las ganancias					
	INICIO	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Imp. Gcias. Del período	\$ -	\$ -825.945	\$ -1.521.109	\$ -2.229.818	\$ -2.701.932
CF x Quebr. Imp. Gcias. Per. Ant.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 825.945	\$ 695.164	\$ 1.534.654
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A FAVOR	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Saldo DDJJ Gcias. A PAGAR	\$ -	\$ 825.945	\$ 695.164	\$ 1.534.654	\$ 1.167.278
0					
	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
1º M	\$ -	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888
2º M	\$ -	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888
3º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
4º M	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
5º M	\$ -	\$ 206.486	\$ 173.791	\$ 383.663	\$ 291.820
6º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
7º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
8º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
9º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
10º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
11º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
12º M	\$ -	\$ 68.829	\$ 57.930	\$ 127.888	\$ 97.273
Anticipos pagados	\$ -	\$ 688.287	\$ 716.961	\$ 1.394.739	\$ 1.228.507
Credito x Anticipos	\$ -	\$ 688.287	\$ 579.304	\$ 1.278.878	\$ 972.732

Presupuesto de caja																
Cat/flow Proyección	AB	1º M	2º M	3º M	4º M	5º M	6º M	7º M	8º M	9º M	10º M	11º M	12º M	1º AÑO		
SDO INICIAL CAJA		\$ 2,544,000	\$ -3,796,220	\$ 994,369	\$ 748,748	\$ 524,380	\$ 419,840	\$ 497,973	\$ 799,496	\$ 970,651	\$ 787,515	\$ 532,230	\$ 575,533	\$ 2,544,000		
(+) Capital Inicial	\$ 18,193,200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
(+) Cobranzas		\$ 1,083,232	\$ 1,626,987	\$ 1,437,946	\$ 1,204,320	\$ 1,100,883	\$ 1,254,256	\$ 1,539,600	\$ 1,668,005	\$ 1,475,398	\$ 1,213,551	\$ 1,263,695	\$ 1,720,560	\$ 16,588,932		
TOTAL INGRESOS	\$ 18,193,200	\$ 1,083,232	\$ 1,626,987	\$ 1,437,946	\$ 1,204,320	\$ 1,100,883	\$ 1,254,256	\$ 1,539,600	\$ 1,668,005	\$ 1,475,398	\$ 1,213,551	\$ 1,263,695	\$ 1,720,560	\$ 16,588,932		
(-) Gastos Arrendaje	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 20,737,200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
(-) Pago crédito Bancario	-	\$ 4,264,019	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Sueldos Netos	-	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 205,200	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 136,800	\$ 205,200	\$ 4,264,019		
Cargas Sociales	-	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 128,250	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 85,500	\$ 1,778,400		
Gastos Operación	-	\$ 479,132	\$ 470,318	\$ 466,898	\$ 457,690	\$ 458,742	\$ 465,583	\$ 475,054	\$ 475,054	\$ 465,583	\$ 459,021	\$ 465,861	\$ 483,767	\$ 5,622,704		
Gastos Adm. & Vtas.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
DDJJ IVA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
DDJJ: Imp. Gdías	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Imp. Gdías. Pagos a Cla.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
Dividendos Distribuidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
TOTAL EGRESOS	\$ 20,737,200	\$ 4,879,951	\$ 692,618	\$ 689,198	\$ 679,990	\$ 681,042	\$ 756,283	\$ 740,104	\$ 697,354	\$ 687,883	\$ 681,321	\$ 688,161	\$ 774,462	\$ 12,648,373		
SDO FINAL CAJA	\$ 2,544,000	\$ -3,796,220	\$ 994,369	\$ 748,748	\$ 524,380	\$ 419,840	\$ 497,973	\$ 799,496	\$ 970,651	\$ 787,515	\$ 532,230	\$ 575,533	\$ 946,093	\$ 6,484,559		
															2,544,000.00	
SDO INICIAL CAJA	AB	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO										
(+) Aportes Socios	\$ 8,193,200	\$ -2,544,000	\$ 1,396,559	\$ 2,436,116	\$ 4,243,082	\$ 5,539,188										
(+) Crédito Bancario	\$ 10,000,000	-	-	-	-	-										
(+) Cobranzas	-	\$ 16,588,932	\$ 21,745,627	\$ 24,470,792	\$ 26,377,707	\$ 28,254,823										
TOTAL INGRESOS	\$ 18,193,200	\$ 16,588,932	\$ 21,745,627	\$ 24,470,792	\$ 26,377,707	\$ 28,254,823										
(-) Gastos Arrendaje	-	-	-	-	-	-										
(-) Inv. Act. Fijos	\$ 20,737,200	-	-	-	-	-										
(-) Pago crédito Bancario	-	\$ 4,264,019	\$ 4,264,019	\$ 4,264,019	\$ 4,264,019	\$ 4,264,019										
Sueldos Netos	-	\$ 1,778,400	\$ 2,134,080	\$ 1,956,240	\$ 1,867,320	\$ 1,867,320										
Cargas Sociales	-	\$ 983,250	\$ 1,333,800	\$ 1,222,650	\$ 1,167,075	\$ 1,167,075										
Gastos Operación	-	\$ 5,622,704	\$ 10,204,421	\$ 10,812,339	\$ 11,480,180	\$ 11,961,740										
Gastos Adm. & Vtas.	-	-	-	-	-	-										
DDJJ IVA	-	-	\$ 1,255,517	\$ 2,996,453	\$ 3,373,614	\$ 3,623,352										
DDJJ: Imp. Gdías	-	-	\$ 825,945	\$ 695,164	\$ 1,534,654	\$ 1,167,278										
Imp. Gdías. Pagos a Cla.	-	-	\$ 688,287	\$ 716,961	\$ 1,394,739	\$ 1,228,507										
TOTAL EGRESOS	\$ 20,737,200	\$ 12,648,373	\$ 20,706,069	\$ 22,669,826	\$ 25,081,601	\$ 25,729,292										
SDO FINAL CAJA	\$ -2,544,000	\$ 1,396,559	\$ 2,436,116	\$ 4,243,082	\$ 5,539,188	\$ 8,514,720										

Estado de Resultados

Cuadro Económico Proyectado	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Ingresos x Ventas	\$	- \$ 14.358.889	\$ 17.919.894	\$ 20.303.240	\$ 21.851.362	\$ 23.402.809
Gastos Operación	\$	- \$ 8.558.997	\$ 9.555.838	\$ 10.203.291	\$ 10.606.847	\$ 11.015.764
Gastos Personal	\$	- \$ 2.889.900	\$ 3.467.880	\$ 3.178.890	\$ 3.034.395	\$ 3.034.395
Gastos de Inicio	\$	-				
EBITDA	\$	- \$ 2.909.992	\$ 4.896.176	\$ 6.921.059	\$ 8.210.120	\$ 9.352.650
Depr/Amort. Act. Fijos	\$	- \$ 550.150	\$ 550.150	\$ 550.150	\$ 490.315	\$ 490.315
EBIT	\$	- \$ 2.359.842	\$ 4.346.026	\$ 6.370.909	\$ 7.719.805	\$ 8.862.335
Egresos Financieros		\$ -3.200.000	\$ -2.859.514	\$ -2.410.072	\$ -1.816.809	\$ -1.033.702
Impuesto a las Ganancias	\$	- \$ -825.945	\$ -1.521.109	\$ -2.229.818	\$ -2.701.932	\$ -3.101.817
RDO. NETO	\$	- \$ -1.666.103	\$ -34.597	\$ 1.731.018	\$ 3.201.064	\$ 4.726.816

Balance

Balance Proyectado	Ap	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
ACTIVO						
Disponibilidades	\$	-2.544.000	\$ 1.396.559	\$ 2.436.116	\$ 4.243.082	\$ 5.539.188
Cuentas por cobrar	\$	- \$ 785.325	\$ 722.769	\$ 818.897	\$ 881.338	\$ 943.913
Crédito Fiscal IVA	\$	3.599.018	\$ 1.395.136	-	-	-
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$	- \$ -	- \$ -	- \$ -	- \$ -	- \$ -
Imp. Gcias. CF	\$	- \$ -	- \$ -	- \$ -	- \$ -	- \$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$	- \$ -	\$ 688.287	\$ 579.304	\$ 1.278.878	\$ 972.732
Activo Corriente	\$	1.055.018	\$ 3.577.019	\$ 3.847.173	\$ 5.641.283	\$ 7.699.404
Activos Fijos (netos)	\$	17.138.182	\$ 16.588.032	\$ 16.037.882	\$ 15.487.732	\$ 14.997.418
Activo No Corriente	\$	17.138.182	\$ 16.588.032	\$ 16.037.882	\$ 15.487.732	\$ 14.997.418
	\$	18.193.200	\$ 20.165.051	\$ 19.885.055	\$ 21.129.015	\$ 22.696.822
PASIVO						
Cargas Sociales por pagar	\$	- \$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250
Gs. Operac. por pagar	\$	- \$ 3.747.778	\$ 4.097.582	\$ 4.607.871	\$ 4.928.868	\$ 5.253.320
IVA por pagar	\$	- \$ -	\$ 114.138	\$ 262.029	\$ 282.871	\$ 303.680
Imp. Gcias. por pagar	\$	- \$ 825.945	\$ 1.521.109	\$ 2.229.818	\$ 2.701.932	\$ 3.101.817
Pasivo Corriente	\$	- \$ 4.701.973	\$ 5.861.079	\$ 7.227.968	\$ 8.041.920	\$ 8.787.067
Pasivo No Corriente	\$	10.000.000	\$ 8.935.981	\$ 7.531.475	\$ 5.677.528	\$ 3.230.318
	\$	10.000.000	\$ 13.637.953	\$ 13.392.554	\$ 12.905.496	\$ 11.272.238
PATRIMONIO NETO						
Capital Social	\$	8.193.200	\$ 8.193.200	\$ 8.193.200	\$ 8.193.200	\$ 8.193.200
Rdos. Acum.	\$	- \$ -1.666.103	\$ -1.700.700	\$ 30.319	\$ 3.231.383	\$ 7.958.199
	\$	8.193.200	\$ 6.527.097	\$ 6.492.500	\$ 8.223.519	\$ 11.424.583
Diferencia de Balanceo	-	-	-	-	1	1

Pasivo/PN	\$	18.193.200	\$ 20.165.051	\$ 19.885.055	\$ 21.129.015	\$ 22.696.821	\$ 24.938.466
Activo	\$	18.193.200	\$ 20.165.051	\$ 19.885.055	\$ 21.129.015	\$ 22.696.822	\$ 24.938.467

Capital de trabajo

<i>Capital de Trabajo</i>	Apertura	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Activo Corriente						
Disponibilidades		\$ 1.396.559	\$ 2.436.116	\$ 4.243.082	\$ 5.539.188	\$ 8.514.720
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 785.325	\$ 722.769	\$ 818.897	\$ 881.338	\$ 943.913
Crédito Fiscal IVA	\$ 3.599.018	\$ 1.395.136	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF x Quebrantos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. CF	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imp. Gcias. Pagos a Cta.	\$ -	\$ -	\$ 688.287	\$ 579.304	\$ 1.278.878	\$ 972.732
	\$ 3.599.018	\$ 3.577.019	\$ 3.847.173	\$ 5.641.283	\$ 7.699.404	\$ 10.431.365
Pasivo Corriente						
Cargas Sociales por pagar	\$ -	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250	\$ 128.250
Gs. Operac. por pagar	\$ -	\$ 3.747.778	\$ 4.097.582	\$ 4.607.871	\$ 4.928.868	\$ 5.253.320
IVA por pagar	\$ -	\$ -	\$ 114.138	\$ 262.029	\$ 282.871	\$ 303.680
Imp. Gcias. por pagar	\$ -	\$ 825.945	\$ 1.521.109	\$ 2.229.818	\$ 2.701.932	\$ 3.101.817
	\$ -	\$ 4.701.973	\$ 5.861.079	\$ 7.227.968	\$ 8.041.920	\$ 8.787.067
CTN	\$ 3.599.018	\$ -1.124.954	\$ -2.013.906	\$ -1.586.685	\$ -342.516	\$ 1.644.297
VAR. CTN		\$ -4.723.972	\$ -888.953	\$ 427.221	\$ 1.244.169	\$ 1.986.813

Pto de Equilibrio

<i>Punto Equilibrio</i>	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
COSTOS VARIABLES					
Gs. Oper. Variables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
II.BB. (3%)	\$ 430.767	\$ 537.597	\$ 609.097	\$ 655.541	\$ 702.084
	\$ 430.767	\$ 537.597	\$ 609.097	\$ 655.541	\$ 702.084
COSTOS FIJOS					
Gastos Personal	\$ 2.889.900	\$ 3.467.880	\$ 3.178.890	\$ 3.034.395	\$ 3.034.395
Gs. Oper. Fijos (s/II.BB)	\$ 8.128.230	\$ 9.018.241	\$ 9.594.194	\$ 9.951.306	\$ 10.313.680
Gs. Adm. & Vtas.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depr/Amort. Act. Fijos	\$ 550.150	\$ 550.150	\$ 550.150	\$ 490.315	\$ 490.315
	\$ 11.568.280	\$ 13.036.271	\$ 13.323.234	\$ 13.476.016	\$ 13.838.390
COSTO TOTAL	\$ 11.999.047	\$ 13.573.868	\$ 13.932.331	\$ 14.131.557	\$ 14.540.474
P.E. ECONÓMICO (pesos)	\$ 11.926.062	\$ 13.439.455	\$ 13.735.293	\$ 13.892.800	\$ 14.266.381
P.E. EFECTIVO (pesos)	\$ 11.358.897	\$ 12.872.290	\$ 13.168.128	\$ 13.387.321	\$ 13.760.902
Colchón de efectivo	\$ 918.178	\$ 1.040.510	\$ 1.064.424	\$ 1.082.142	\$ 1.112.340

– Ordenanza 36.136 –

**Régimen de Clasificación de los Alojamientos
Turísticos en la Ciudad de Buenos Aires.**

La ordenanza 36.136 sancionada en Octubre de 1980, tiene su base en la Ley Nacional 18.826 del año 1.970, que define los tipos de establecimientos en la legislación española de los años '60, que basa la categorización hotelera en un estricto marco de normas edilicias.

La ordenanza 36.136 clasifica los Alojamientos Turísticos en Hoteles, Apart Hoteles o Apart Residencial, Campamentos y Hospedajes y determina que dichos establecimientos deberán presentarse a la Subsecretaría de Turismo para su clasificación como condición para su funcionamiento como alojamiento turístico.

Ordenanza 36.136/80

**ORDENANZA MUNICIPAL DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES SOBRE
ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS**

10 de Octubre 1980

Visto la actividad que se desarrolla en la ciudad de Buenos Aires, con relación al servicio de Alojamiento dirigido especialmente al turista, y

Considerando:

Que es competencia de esta Municipalidad la regulación de todas aquellas actividades, en la que se encuentra involucrada la seguridad del pasajero, huésped de nuestra ciudad, y el prestigio que en materia de turismo se ha conseguido después de los últimos encuentros internacionales que han tenido lugar en nuestro medio;

Que es necesario dictar una legislación adecuada sobre Alojamientos Turísticos ya que la existente no cubre las necesidades actuales;

Que la Reglamentación que se propone permitirá contar con los principales requisitos exigidos en el plano internacional;

Que esta situación quedará solucionada con la reglamentación propuesta, dando con ella fundamentalmente un cauce unitario y definitorio que permita a este Municipio conocer, en forma precisa cual es nuestro caudal en materia de Alojamientos Turísticos y poder proporcionar al usuario todos los elementos necesarios para que logre una estadía acorde con sus pretenciones, necesidades o medios económicos;

Que entre las actividades turísticas que se destaca por su especial relieve, la de Alojamientos Turísticos en sus múltiples manifestaciones debiéndose adoptar las providencias para una específica regulación estableciendo en cada caso, según la propia naturaleza de los establecimientos los requisitos mínimos que deben reunir para su apertura y funcionamiento;

Que por todo lo expuesto debe facultarse a la Dirección de Turismo a fiscalizar y supervisar la actividad de los Alojamientos Turísticos ya que dentro de las funciones específicas de dicho Organismo está la de proceder al registro y categorización turística de los mismos.

ARTÍCULO 1º - Regláméntese el funcionamiento de los alojamientos turísticos en la Ciudad de Buenos Aires.

ARTÍCULO 2º - A los efectos de la aplicación de la presente Ordenanza, se entiende por Alojamiento Turístico, los Hoteles que se encuentran comprendidos en las especificaciones de la Ley 18.828; los Appart-Residencial o Appart-Hotel Turísticos, los Hospedajes Turísticos y los Campamentos de Turismo.

ARTÍCULO 3º - Apruébase el Reglamento de Alojamientos Turísticos presentados por la Dirección "A" de Turismo que forma parte de la presente Ordenanza.

ARTÍCULO 4º - La presente ordenanza será refrenada por el señor Secretario de Gobierno.

ARTÍCULO 5º - Dése al Registro Municipal, publíquese en el Boletín Municipal y para su conocimiento y demás fines remítase a la Dirección "A" de Turismo.

CAPITULO I

Generalidades

ARTÍCULO 1º - La Dirección de Turismo de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires, es el Organismo de aplicación de la presente Reglamentación y tendrá a su cargo el REGISTRO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICOS.

ARTÍCULO 2º - Los establecimientos a que se refiere el siguiente reglamento deberán inscribirse en el Registro Municipal de Alojamientos Turísticos, y solicitar su registración en la clase y categoría correspondiente, cumpliendo los requisitos que para ellos se establecen, acompañando la documentación e información que se detalla a continuación:

- a) Nombre del propietario o responsable de la explotación del establecimiento, con su documento de identidad, domicilio real y legal.
- b) Denominación y domicilio del establecimiento.
- c) Certificado de habilitación municipal.
- d) Detalle de todos los servicios y comodidades que presta el establecimiento.
- e) Adjuntar fotocopias, tamaño 18 x 24 del edificio y comodidades que ofrece.
- f) Adjuntar folletería e impresos con membrete, del establecimiento.

ARTÍCULO 3º - La administración del establecimiento pondrá a disposición de los pasajeros copia de la presente reglamentación y de un libro de reclamos y/o quejas, foliado y rubricado por la Dirección de Turismo.

ARTÍCULO 4º - En todos los establecimientos deberá identificarse en forma visible la clasificación que se le ha asignado, con indicación expresa de la categoría que le corresponda, estando facultada la Dirección de Turismo para la aprobación de las medidas y forma de los diagramas respectivos.

ARTÍCULO 5º - Toda modificación que se introduzca en el edificio o en los servicios de los establecimientos habilitados, deberá contar con la aprobación de la Dirección "A" de fiscalización de obras y catastro y con la correspondiente habilitación de la Subsecretaría de Inspección General. A tales efectos se deberá comunicar por escrito, dentro de quince (15) días de su aprobación, directamente en la Dirección de Turismo, adjuntando copia de los planos de obra y habilitación aprobados, a fin de su categorización si así correspondiera.

ARTÍCULO 6º - Se deberá comunicar fehacientemente a la Dirección de Turismo, la transferencia, venta, cesión, o cierre transitorio o definitivo del establecimiento, dentro de los quince (15) días de producido el hecho adjuntando comprobante de haber solicitado la respectiva transferencia ante la Subsecretaría de Inspección General.

CAPITULO II

Definiciones

ARTÍCULO 7º - ALOJAMIENTO TURÍSTICO: Es aquel establecimiento en el cual se presta al turista el servicio de alojamiento mediante contrato, por un período no inferior a una pernoctación, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios. Se considera como tales:

a) HOTEL: Es aquel alojamiento que puede prestar al turista, mediante contrato de hospedaje, el servicio de: alojamiento, comidas, desayuno, bar, recepción, portería, personal de servicio sin perjuicio de los demás que para categoría expresante se indiquen, y con una capacidad mínima de 10 habitaciones con 20 plazas.

b) APPART-RESIDENCIAL o APPART-HOTEL: Son aquellos establecimientos que prestan al turista el servicio de alojamiento en departamentos que integran una unidad de administración y explotación común ofreciendo además algunos de los servicios propios del hotel, sin perjuicio de los demás que se indiquen en la reglamentación respectiva. Cada departamento estará compuesto como mínimo de un ambiente que por sus medidas se considere divisible en dormitorio y estar, debidamente amoblado y equipado.

c) CAMPAMENTOS: Es aquel establecimiento "Extra Hotelero", que en terreno debidamente delimitado, ofrece al turista, sitio para pernoctar al aire libre, bajo carpa, en remolque habitable o en cualquier elemento similar fácilmente transportable y que preste además, el servicio de agua potable, sanitarios y recepción, sin perjuicio de los demás que se indiquen en la reglamentación respectiva.

d) HOSPEDAJE: Se denominará hospedaje a los alojamientos que con un mínimo de 6 habitaciones, tengan un local de uso común y que por sus condiciones ambientales y servicios, no se encuadren dentro de la denominación Hotel.

CAPITULO III

Clasificaciones y Categorías

ARTÍCULO 8º - Los alojamientos Turísticos se clasifican con relación a su:

- a) CLASE: en Hoteles, Appart-Hotel o Appart-Residencial. Campamentos. Hospedajes.
- b) CATEGORÍAS:
 - 1) HOTELES: 5-4-3-2-1 estrellas.
 - 2) Appart-Hotel o Appart-Residencial:3-2-1 estrellas.
 - 3) CAMPAMENTOS: 1ª.y 2ª.
 - 4) HOSPEDAJES: A-B.

CAPITULO IV

Hoteles

ARTÍCULO 9º - Son requisitos mínimos para que un establecimiento pueda ser clasificado en la categoría de hotel Turístico, las siguientes condiciones:

- a) Ocupar la totalidad de un edificio o parte del mismo completamente independiente constituyendo sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, ascensores y escaleras de uso exclusivo.
- b) Contar con entrada de pasajeros independiente a la de servicio.
- c) Tener servicio teléfono público, con cabina acústicamente aislada ubicada perfectamente en el local destinado a la recepción y portería.
- d) Cuando existan en el establecimiento salones de convenciones, usos múltiples o reuniones sociales deberán contar con acceso a un vestíbulo de recepción, con guardarropas e instalaciones sanitarias independientes para cada sexo, y por lo menos una cabina telefónica acústicamente aislada.
- e) Los ascensores deberán tener una capacidad mínima de cuatro personas y deberán estar autorizados por la autoridad respectiva.
- f) Las habitaciones estarán individualizadas en la parte anterior de la puerta, con un número cuyas primeras cifras correspondan al número del piso.
- g) Deberá contar con un recinto destinado a vestuarios y servicios sanitarios para el personal diferenciados por sexo.
- h) Todos los establecimientos deberán tener las tarifas en las habitaciones.
- i) Todas las habitaciones estarán equipadas al menos con los siguientes muebles e instalaciones:
 - 1) Camas individuales cuyas dimensiones mínimas serán de 0,80 x 1,85 m. Dobles cuyas dimensiones serán de 1,40 x 1.85 m.
 - 2) Una mesa de noche o mesada con superficie mínima de 0.15 m² por plaza.

- 3) Un sillón, butaca o silla por plaza y una mesita escritorio.
- 4) Un portamaletas.
- 5) Un armario de no menos de 0.55 m. de profundidad y 0.99 m. de ancho con un mínimo de 4 cajones.
- 6) Una alfombra de pie de cama, las medidas mínimas serán de 1,20 x 0,50 m. por cada plaza, excepto cuando la habitación este totalmente alfombrada.
- 7) Una lámpara o aplique de cabecera por cada plaza.
- 8) Junto a la cabecera de cada cama, un pulsador de llamada al personal de servicio con señal luminosa o acústica salvo que este previsto para tal fin el uso del teléfono.
- 4) El suministro de agua será como mínimo de 200 litros por persona y por día.
- j) Cada habitación deberá contar como mínimo por día y por plaza con un juego de 2 toallas de mano y un toallón de baño, papel higiénico y jabón.
- k) Deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo 2 veces a la semana, como así también cuando haya cambiado el pasajero.

ARTÍCULO 10º - HOTEL 5 ESTRELLAS: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hotel, categoría cinco estrellas, equivalente a denominación "internacional" o "de lujo" mencionada en el artículo 6º, inciso a) de la ley 18.828, además de los indicados en el artículo 9º, los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 200 plazas en 100 habitaciones.
- b) Todas las habitaciones deberán tener baño privado.
- c) El 80% de las habitaciones deberá tener vista al exterior.
- d) Tener un número de suites equivalentes al 7% del total de las habitaciones. Cada suite deberá tener como mínimo: dormitorio, sala de estar y baño y cada un de ellos las medidas mínimas que se establecen en las habitaciones dobles en los incisos siguientes:

- Habitación simple: 14 m²

- Habitación doble: 16 m²

El lado mínimo no será inferior a 2,50 m.

f) La superficie mínima de los baños privados será de 3,20 m² con un lado mínimo de 1,50 m.

g) Los baños privados de las habitaciones y "Suites" estarán equipadas con: Lavabo, bañera con ducha, bidet (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclable), inodoro, botiquín iluminado, toallero, tomacorriente y extensión telefónica.

h) Tener locales destinados a la recepción y portería con una superficie mínima de 50 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 120 plazas.

i) Tener sala de estar con una superficie mínima de 60 m², más 0,20 m² por plaza a partir de las 100 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo.

j) Tener salón comedor-desayunador cuya superficie mínima sea de 100 m², más 1 m² por cada 3 plazas a partir de las 200 plazas.

k) Tener salón comedor auxiliar para comidas ligeras, niños y acompañantes.

l) Tener salones de uso múltiple cuya superficie no sea inferior a 0,50 m² por plaza.

ll) Tener salón de convenciones con una superficie de 1,50 m² por plaza. Dicho salón deberá contar con las siguientes instalaciones complementarias, salas y ambientes para secretaría, instalaciones para traducción simultánea, y para equipos de reproducción de documentos, salas de reuniones de comisiones, sala para periodistas e instalaciones para proyecciones cinematográficas.

m) Tener un office por planta, dotado de: Teléfono interno, mesada con piletta, armario para artículos de limpieza, montaplatos, si el edificio tuviera más de una planta, servicios sanitarios para el personal.

- n) Tener alfombrado total en todas las habitaciones y salones. Podrán prescindirse de este requisito cuando el solado sea de primera calidad.
- ñ) En caso de tener el edificio más de dos plantas contará con un mínimo de un ascensor por cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a la planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos a demás de maniobra selectiva-colectiva. Deberá también contar con un ascensor de servicio independiente.
- o) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 20% del total de las habitaciones y podrá estar integrado al edificio ubicado en las adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento. Contará con servicio de vigilancia y de transporte del vehículo desde el hotel a la cochera y viceversa, durante las 24 horas.
- p) Las dependencias de servicio serán independientes a las instalaciones destinadas al uso de pasajeros y visitantes.
- q) Tener la pileta de natación cuya superficie sea proporcional al número de habitaciones del hotel, a razón de 0,50 m² por plaza a partir de un mínimo de 100 m² y hasta un máximo de 300 m² con una profundidad promedio de 1,20 m en toda su extensión.
- r) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados, por planta o grupo de habitaciones.
- s) Tener refrigeración en todos los ambientes por sistemas centrales o descentralizados.
- t) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, música ambiental y televisión y servicio telefónico interno, que además permita la comunicación al exterior a través de un conmutador.
- u) Tener servicio de télex.
- v) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de comida, desayuno, refrigerio, bar diurno y nocturno y servicio en las habitaciones.
- w) Contar con servicio de lavandería, la que deberá estar integrada al establecimiento.
- x) Tener cofre de seguridad individual a disposición de los huéspedes, pudiendo aquel estar ubicado en las habitaciones o en las dependencias administrativas del establecimiento.
- y) Tener personal bilingüe para la atención de la recepción y el salón comedor, debiendo como mínimo en cada turno de trabajo, encontrarse personal que hable inglés y otro idioma extranjero.

ARTÍCULO 11° - HOTEL 4 ESTRELLAS: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hotel categoría cuatro estrellas, además de los indicados en el artículo 9° los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 100 plazas en 50 habitaciones.
- b) Todas las habitaciones deberán tener baño privado.
- c) Tener un número de "suites" equivalentes al 5% del total de las habitaciones. Cada "suite" deberá tener como mínimo: dormitorio, sala de estar y baño y cada un de ellos las medidas mínimas que se establecen para las habitaciones dobles en los incisos siguientes.
- d) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 Habitación simple: 12 m²
 Habitación doble: 14 m²
 Habitación triple: 17 m²
 El lado mínimo no será inferior a 2,50 m.

Altura mínima: 2,60 m.

Cubaje mínimo: 15,00 m

Cuando una habitación posea altura superior que 3 m. se considerará esta dimensión como la máxima para determinar su cubaje.

e) Las habitaciones triples no deberán exceder del 10% del total.

f) La superficie mínima de los baños privados será de 3,20 m² con un lado mínimo de 1,50 m.

g) Los baños privados de las habitaciones y suites estarán equipadas con: lavabo, bidet, bañera con ducha (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclable), inodoro, botiquín iluminado, toallero y tomacorriente.

h) Tener locales destinados a la recepción y portería con una superficie mínima de 40 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 80 plazas.

i) Tener sala de estar con una superficie mínima de 50 m², más 1 m² por cada 3 plazas a partir de las 100 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo.

j) Tener salón comedor-desayunador cuya superficie mínima sea de 50 m², más 1 m² por cada 3 plazas a partir de las 100 plazas.

k) Tener salón comedor para niño, cuando sea prestado el servicio de comida.

l) Tener salones de usos múltiples cuya superficie no sea inferior a 0,50 m² por plaza.

m) Tener un office por planta, dotado de: teléfono interno, mesada con piletta, armario para artículos de limpieza, montaplatos, si el edificio tuviere más de una planta y servicios sanitarios para el personal.

n) Tener alfombrado total en todas las habitaciones y salones. Podrán prescindirse de este requisito cuando el solado sea de primera calidad.

o) En caso de tener el edificio más de dos plantas contará con un mínimo de un ascensor por cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a la planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos a demás de maniobra selectiva-colectiva. Deberá también contar con un ascensor de servicio independiente.

p) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 20% del total de las habitaciones y podrá estar integrado al edificio ubicado en las adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento. Contará con servicio de vigilancia y de transporte del vehículo, desde el hotel a la cochera y viceversa, durante las 24 horas.

q) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados, por planta o grupo de habitaciones.

r) Tener refrigeración en todos los ambientes por sistemas centrales o descentralizados.

s) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio, música ambiental, televisión y servicio telefónico interno que además permita la comunicación al exterior a través de un conmutador.

t) Tener un servicio de télex.

u) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los de desayuno, refrigerio, bar diurno y nocturno y servicio en las habitaciones.

v) Contar con servicio de lavandería, la que deberá estar integrada al establecimiento.

w) Tener cofre de seguridad individual a disposición de los huéspedes, pudiendo aquel estar ubicado en las habitaciones o en las dependencias administrativas del establecimiento.

x) Tener personal bilingüe para la atención de la recepción y el salón comedor, debiendo como mínimo, en cada turno de trabajo, encontrarse personal que hable inglés y otro idioma extranjero.

ARTÍCULO 12° - HOTEL 3 ESTRELLAS: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hotel categoría tres estrellas, además de los indicados en el artículo 9° los siguientes:

a) Tener una capacidad mínima de 60 plazas en 30 habitaciones.

b) Todas las habitaciones deberán tener baño privado.

c) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:

Habitación simple: 10,00 m²

Habitación doble: 12,00 m²

Habitación triple: 15,00 m²

Lado mínimo no será inferior a 2,50 m.

Altura mínima: 2,60 m.

Cubaje mínimo: 15,00 m³ por persona.

Cuando una habitación posea altura superior que 3,00 m. se considerará esta dimensión como la máxima para determinar su cubaje.

d) Las habitaciones triples no podrán exceder el 15% del total.

e) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 2 m² con un lado mínimo de 1 m. y la de los baños de las habitaciones triples será de 3 m² con un mínimo de 1,50 m.

f) Los baños privados estarán equipados con: lavabo, bidet, ducha (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclable), inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toalleros y tomacorriente.

g) Tener locales destinados a la recepción y portería con una superficie mínima de 30 m² en conjunto, más 1 m² por cada tres plazas a partir de las 60 plazas.

h) Tener sala de estar con una superficie mínima de 30 m², más 1 m² por cada tres plazas a partir de las 60 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo.

i) Tener salón comedor-desayunador cuya superficie mínima sea de 30 m² más 1 m² por cada tres plazas a partir de las 60 plazas. Esta proporción será de 0,60 m² por cada tres plazas cuando no se presenta el servicio de comida.

j) Tener salones de usos múltiples cuya superficie no sea inferior a 0,50 m² por plaza pudiendo la misma computar en un solo salón o en varios.

k) Tener un office por planta, dotado de: teléfono interno, mesada con piletta, armario para artículos de limpieza, montaplatos, si el edificio tuviere más de una planta y servicios sanitarios para el personal.

l) En caso de tener el edificio más de dos plantas contará con un mínimo de 1 ascensor por cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a la planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos a demás de maniobra selectiva-colectiva. Deberá también contar con un ascensor de servicio independiente.

m) Tener espacio para estacionamiento cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 30% del total de las habitaciones y podrá estar integrada al edificio ubicado en las adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.

n) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados.

o) Tener refrigeración en todos los ambientes por sistemas centrales o descentralizados.

- p) Todas las habitaciones estarán equipadas con radio o música ambiental y servicio telefónico interno, que además permita la comunicación al exterior a través de un conmutador.
- q) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, los desayuno, refrigerio, bar diurno y nocturno y servicio en las habitaciones.
- r) Tener televisión, debiendo el televisor estar ubicado en alguno de los salones de usos múltiples.
- s) Contar con servicio de lavandería, la que podrá o no estar integrada al establecimiento.
- t) Tener cofres de seguridad individuales, a disposición de los huéspedes, pudiendo aquellos estar ubicados en las habitaciones o en las dependencias administrativas del establecimiento.
- u) Tener personal bilingüe para la atención de la recepción y el salón comedor, debiendo como mínimo en cada turno de trabajo, encontrarse personal que hable inglés y otro idioma extranjero.

ARTÍCULO 13° - HOTEL 2 ESTRELLAS: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hotel, categoría dos estrellas, además de los indicados en el artículo 9° los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 40 plazas en 20 habitaciones.
- b) Todas las habitaciones deben tener baño privado.
- c) La superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:

Habitación simple: 9,00 m²

Habitación doble: 10,50 m²

Habitación triple: 15,00 m²

Lado mínimo no será inferior a 2,50 m.

Altura mínima: 2,60 m.

Cubaje mínimo: 15,00 m³

Cuando una habitación posea altura superior que 3,00 m. se considerará esta dimensión como la máxima para determinar su cubaje.

- d) Las habitaciones triples no podrán exceder el 20% del total.
- e) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 2 m² con un lado mínimo de 1 m. y la de los baños de las habitaciones triples será de 3 m² con un mínimo de 1,50 m.
- f) Los baños privados estarán equipadas con: lavabo, bidet, ducha (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclable), inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toalleros y tomacorriente.
- g) Tener locales destinados a la recepción y portería con una superficie mínima de 20 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 50 plazas.
- h) Tener sala de estar con una superficie mínima de 30 m², más 0,20 m² por plaza a partir de las 40 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo y televisión.
- i) Tener salón comedor-desayunador cuya superficie mínima sea de 20 m² más 1 m² por cada tres plazas a partir de las treinta plazas. Esta proporción será de 0,50 m² por cada tres plazas, cuando no se presenta el servicio de comida.
- j) En caso de tener el edificio más de tres plantas, contará con un mínimo de un ascensor por cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a la planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos a demás de maniobra selectiva-colectiva.

- k) Tener espacio para estacionamiento, cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 25% del total de las habitaciones, y podrá estar integrada al edificio ubicado en las adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.
- l) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados.
- m) Tener en todas las habitaciones servicio telefónico interno, que además permita la comunicación con el exterior a través de un conmutador.
- n) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, desayuno y bar.
- o) Contar con servicio de lavandería, la que podrá o no estar integrada al establecimiento.

ARTÍCULO 14º - HOTEL 1 ESTRELLA: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hotel, categoría dos estrellas, además de los indicados en el artículo 9º los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 20 plazas en 10 habitaciones.
- b) Todas las habitaciones deben tener baño privado.
- c) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
 Habitación simple: 9,00 m²
 Habitación doble: 10,50 m²
 Habitación triple: 15,00 m²
 Lado mínimo no será inferior a 2,50 m.
 Altura mínima: 2,60 m.
 Cubaje mínimo: 15,00 m³
 Cuando una habitación posea altura superior que 3,00 m. se considerará esta dimensión como la máxima para determinar su cubaje.
- d) Las habitaciones triples no podrán exceder el 30% del total.
- e) La superficie mínima de los baños privados de las habitaciones simples y dobles será de 2 m² con un lado mínimo de 1 m. y la de los baños de las habitaciones triples será de 2 m² con un mínimo de 1,50 m.
- f) Los baños privados estarán equipadas con: lavabo, bidet, ducha (estos artefactos serán independientes y contarán con servicio de agua fría y caliente mezclable), inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toalleros y tomacorriente.
- g) Tener locales destinados a la recepción y portería con una superficie mínima de 15 m² en conjunto, más 0,20 m² por plaza a partir de las 20 plazas.
- h) Tener sala de estar con una superficie mínima de 25 m², más 0,20 m² por plaza a partir de las 20 plazas. Dicha sala tendrá comunicación directa con la recepción y contará con servicios sanitarios para el público, independientes para cada sexo.
- i) En caso de tener el edificio más de tres plantas, contará con un mínimo de un ascensor por cada 100 plazas o fracción, descontadas las correspondientes a la planta baja, pudiendo suplir la cantidad de ascensores con una mayor capacidad de los mismos, dotándolos además de maniobra selectiva-colectiva.
- j) Tener espacio para estacionamiento, cuyo número de cocheras sea igual o mayor al 20% del total de las habitaciones, y podrá estar integrada al edificio ubicado en las adyacencias, hasta 150 m. medidos en línea recta o quebrada sobre el cordón de la acera, a partir del eje central de la puerta principal de acceso al establecimiento.
- k) Tener calefacción en todos los ambientes, incluidos los baños, por sistemas centrales o descentralizados.
- l) Ofrecer al público, además del servicio de alojamiento, desayuno, refrigerio y bar.

CAPITULO V

Servicios Hoteleros

ARTÍCULO 15° - A los efectos de la siguiente reglamentación, se extiende por:

- a) **PENSIÓN COMPLETA:** Aquellos establecimientos que además de servicio de alojamiento, brindan conjuntamente el desayuno, almuerzo y cena incluido en la tarifa.
- b) **MEDIA PENSIÓN:** Comprende al servicio de desayuno y una de las comidas, además del alojamiento todo ello incluido en la tarifa.
- c) **DÍA ESTADA:** Período comprendido entre las 10 horas de un día y las 10 horas del día siguiente.
- d) **HABITACIÓN SINGLE:** Es el ambiente de un establecimiento destinado al alojamiento de una sola persona.
- e) **HABITACIÓN DOBLE:** Es el ambiente de un establecimiento destinado al alojamiento de dos personas, ocupados por una cama de dos plazas o dos camas individuales.
- f) **HABITACIÓN TRIPLE:** Es el ambiente de un establecimiento amoblado en forma permanente con tres camas individuales o una cama doble y una individual.
- g) **DEPARTAMENTO:** Alojamiento compuesto por 2 habitaciones, con uno o dos baños, pequeño hall con puerta al pasillo, que conforman los ambientes con una sola unidad.
- h) **SUITE:** Alojamiento compuesto por uno o dos dormitorios, con igual cantidad de baños y otro ambiente amoblado como sala de estar.
- i) **BAÑO PRIVADO:** Ambiente sanitario que conforma una sola unidad con la habitación.
- j) **BAÑO COMÚN:** Ambiente sanitario que sirve a dos habitaciones como mínimo y máximo a 6 plazas.

ARTÍCULO 16° - Los alojamientos turísticos contarán con los recursos humanos necesarios para el eficiente suministro de los servicios que prestan en cantidad acorde con la categoría y capacidad del establecimiento.

ARTÍCULO 17° - Fíjense como horarios mínimos para las comidas e ingresos a los comedores los siguientes: Desayuno de 7 a 10 hs., almuerzo de 11,30 a 14,30 hs. Y la cena dentro del horario de 19 a 24 hs., una atención mínima de 3 horas continuas.

CAPITULO VI

De las Obligaciones.

ARTÍCULO 18° - Entre los propietarios de los alojamientos turísticos y sus pasajeros, existirán relaciones que deberán ajustarse a normas específicas, en lo relativo a: reservas, estadía, aplicación de tarifas.

ARTÍCULO 19° - Para la reserva de comodidades los alojamientos turísticos podrán exigir seña.

ARTÍCULO 20° - Los pasajeros podrán cancelar el compromiso contraído cuando lo comuniquen en forma fehaciente con una antelación no menor a 72 horas.

ARTÍCULO 21° - Los establecimientos podrán considerar caduca la reserva, cuando los pasajeros no se hayan presentado transcurrido las 48 horas de la iniciación de la ocupación de las comodidades. Los mismos podrán deducir del monto de la seña el importe correspondiente a los días reservados, de acuerdo con la tarifa vigente. En caso

de no obrar seña y no presentarse el pasajero en el día establecido, los establecimientos podrán cancelar la reserva automáticamente.

ARTÍCULO 22° - Los alojamientos turísticos deberán confeccionar la factura por duplicado, asentado en la boleta correspondiente: día, mes, año, y hora de entrada y salida del pasajero. Número de habitación y cantidad de personas que ocuparon la misma.

ARTÍCULO 23° - Las obligaciones de abonar los servicios prestados por los establecimientos hoteleros es de vencimiento diario, adecuando la presentación de la factura, cualquiera sea su período autoriza al establecimiento a suprimir la totalidad de los servicios.

ARTÍCULO 24° - En ningún caso se podrá alterar la capacidad máxima de plazas autorizadas por cada habitación.

CAPITULO VII

Appart-Residencial o Appart-Hotel

ARTÍCULO 25° - Los Appart-Residencial o Appart-Hotel deberán reunir las condiciones mínimas para que su respectiva categoría se exija teniendo en cuenta a demás las siguientes prescripciones de carácter general.

- a) Cada departamento estará compuesto como mínimo de: dormitorio, baño, cocina y estar comedor debidamente amblado y equipado.
- b) Deberá disponer de recepción y conserjería permanente, atendido por personal experto.
- c) En el precio del hospedaje estará comprendida la limpieza una vez al día, de las distintas dependencias e instalaciones del departamento, excluidos los enseres de cocina.
- d) Todos los departamentos deben tener servicio telefónico al exterior pudiendo ser centralizados o individual.
- e) Cuando la altura del edificio supere los dos pisos, deberá poseer un ascensor con una capacidad mínima de 4 pasajeros cada 60 plazas.
- f) El personal del establecimiento deberá estar debidamente uniformado.
- g) Deberá ocupar la totalidad del edificio o parte del mismo completamente independiente, con entrada, ascensores y escaleras de uso exclusivo.
- h) Deberá contar con recintos destinados a vestuarios y servicios sanitarios para el personal, debidamente diferenciados por sexo.
- i) La capacidad de las plazas del Appart-Hotel estará determinada por el número de camas existentes en los dormitorios debiéndose considerar las siguientes medidas mínimas.

Habitación dormitorio (simple 9,00 m² 1 pers.)

Habitación dormitorio (doble 10,50 m² 1 pers.)

Habitación dormitorio (triple 15,00 m² 1 pers.)

El lado mínimo no será inferior a los 3,00m. se considerará esta dirección como la máxima para determinar su cubaje.

Mobiliario y Equipo

- j) Todo Appart-Hotel o Appart-Residencial, deberá estar equipado con vajillas, cubiertos y cristalería, como mínimo con medio juego americano (4 piezas c/una de ellas).

k) Cada unidad deberá contar como mínimo, por día y por plaza con un juego de dos toallas de mano y un toallón de baño, papel y jabón.

l) Deberá contar con ropa de cama adecuada, debiéndose cambiar como mínimo dos veces a la semana.

m) Toda unidad deberá estar provista de una batería de cocina adecuada a la cantidad de plazas, contando como mínimo con una cacerola mediana, una chica, una sartén grande y una chica, una pava, un hervidor, un colador de pastas y uno de té, un jarrito de mano, todo en perfectas condiciones de uso.

Composición de los Ambientes

Dormitorios

n) Se considerarán aquellas habitaciones dedicadas exclusivamente a esa finalidad. Tendrán ventilación directa y estarán dotadas de: camas de 1 ó 2 plazas con medidas de 0,80 x 1,85m. o 1,40 x 1,85m. si fueran dobles, armarios, roperos, empotrados o no, con no menos de 4 cajones, una alfombra de pie de cama por plaza, con medidas mínimas de 1,20 x 0,50 m. excepto en los casos que este totalmente alfombrada. Una lámpara o conmutador con recepción-conserjería debidamente individualizada.

Baños

o) Tendrá ventilación directa o forzada y estarán dotados cuando menos de: lavatorio, bidet y ducha con servicio de agua caliente mezclable, inodoro, botiquín con espejo iluminado, toallero y tomacorriente. Las medidas mínimas de los baños serán de 2 x 1 m.

Sala de estar comedor

p) Su superficie estará en relación directa con la capacidad de plazas fijadas para el departamento, sin que en ningún caso pueda ser inferior a los 6 m² En los alojamientos de 1 ó 2 plazas la sala de estar puede ser integrante del dormitorio.

Cocina o Kitchinette

q) Deberá contar con dos hornallas, cualquiera sea su sistema de funcionamiento, una piletta con agua caliente y fría mezclable y mesada, un armario o alacena con capacidad suficiente para los utensilios y víveres, una heladera. Deberá estar debidamente acondicionada para evitar humo y olores.

ARTÍCULO 26° - DE LAS CATEGORÍAS: Además de las condiciones previstas de carácter general en el Artículo 25°, deberán contar con los siguientes servicios:

a) 3 ESTRELLAS: La ubicación de la unidades dentro del edificio deberá ser de piso o semipiso. Deberá tener aire acondicionado (frío-calor). Cochera o guardacoché integrado o no al edificio, en cuyo caso no superará los 200 metros de distancias del edificio, con no menos del 40% del total de los departamentos. Cocina completa instalada, si la capacidad máxima excediera las cuatro plazas deberá tener un baño y un toilette. Deberá tener radio y T.V. individual.

b) 2 ESTRELLAS: Las mismas exigencias del de 3 estrellas, menos el requisito de ser piso o semipiso, ni contar con T.V. Deberá poseer cocheras en una proporción no menos del 25% del total de unidades. La cocina podrá ser kitchinette.

c) 1 ESTRELLA: La misma exigencia del de dos estrellas menos de contar con cochera.

CAPITULO VIII

Alojamiento Camping o Campamento Turístico

ARTÍCULO 27° - Cualquiera sea su categoría, todo campamento de turismo deberá reunir los siguientes requisitos:

a) Agua potable en el mismo terreno, en cantidad suficiente según su capacidad.

- b) Caminos de circulación y penetración con diferenciación, los peatonales con un mínimo de 6m. de ancho. Podrá prescindirse de los caminos de penetración a cada parcela cuando la estructura general del campamento no lo requiera.
 - c) Señalización según caracteres a definir, los que estarán de acuerdo a orientaciones nacionales e internacionales, de manera de unificar los símbolos, facilitando la interpretación de los mismos.
 - d) Cercado perimetral (muro, seto, alambrado).
 - e) División interna de las parcelas, individual.
 - f) Casa para recepción y habitación del cuidador.
 - g) Instalaciones sanitarias, y para el lavado de ropas y enseres independientes, con agua caliente y fría, construida según las normas de los organismos componentes de la materia.
 - h) Botiquín y elementos de primeros auxilios.
 - i) Red eléctrica permanente en toda el área, con iluminación nocturna y de seguridad.
 - j) Fogones en lugares acondicionados especialmente para encender fuego, por lo menos a 10 mts. de distancia de las parcelas de las mesas, sillas o bancos.
 - k) Tener emplazado en lugar visible un exhibidos conteniendo: copia de la presente, categoría del campamento, lista de precios, porcentajes y todo impuesto que grave al turismo. Horarios y toda la información que se considere de interés.
 - l) Contar con encargado o administrador, vigilancia permanente y limpieza.
 - m) Tener teléfono público con cabina acústica.
 - n) Un mínimo de 40 parcelas, con una superficie de 40 m². cada una,, para carpa o caravana con auto; y 20 m². cada una, para carpa o caravana sin auto, como mínimo. Este cálculo se hace a partir de un promedio de 4 personas por carpa o caravana por parcela, considerando esta relación de superficie en caso de mayor o menor capacidad por parcela.
 - o) Retiro y entrega diaria de correspondencia.
 - p) Sombra proporcionada por árboles, aleros, sombrillas u otros medios.
 - q) Distancia máxima de 150 m. desde cada parcela hasta las zonas de equipamiento sanitario.
 - r) Recolección diaria de residuos.
 - s) Contar con extinguidores de incendios en cantidad adecuada.
 - t) Cada parcela tendrá un número de indentificación, que asimismo deberá ostentar en lugar visible la carpa o trailer, etc.
 - u) Cada parcela tendrá su receptáculo de residuos donde deberá colocarse en los mismos bolsas reglamentarias para su retiro diario por el personal de limpieza.
- ARTICULO 28° - DE LAS OBLIGACIONES:** La administración de todo campamento de turismo tendrá las siguientes obligaciones:
- a) Cumplir con las normas establecidas en el presente reglamento y toda otra que se establezca relativa al área, así como cumplir la reglamentación interna.
 - b) Llevar en forma permanente y actualizado un registro de acampantes con datos de filiación, ante presentación de documentos de identidad, individual, excepto en el caso de un grupo familiar, en el cual sólo se inscribirá el jefe de familia.
 - c) Custodiar y vigilar el campamento.
 - d) Comunicar los casos de enfermedades presumiblemente infecciosas que se presenten dentro del campamento, a la autoridad sanitaria más próxima.
 - e) Denunciar aquellas irregularidades que requieran la intervención de las autoridades policiales.
 - f) Contar con libro de reclamaciones debidamente foliado y sellado por la Dirección de Turismo, a disposición de los acampantes.

g) Prohibir la tenencia de animales dentro del campamento, pudiéndose autorizar, a distancia no menor de 100 m. de las parcelas, y debidamente acondicionadas, hasta un máximo de un animal doméstico cada 20 parcelas. Los animales contarán con certificado de vacunación correspondiente y no podrán salir de su zona reservada salvo con correa y bozal y por los caminos de acceso al campamento. La admisión de animales quedará a criterio de los dueños, o administradores.

h) Mantener en orden, higiene y funcionalidad la infraestructura y equipamiento de las instalaciones.

i) Excepto en los vehículos especialmente acondicionados para ello, prohibir la pernoctación en los mismos.

ARTICULO 29° - DE LA DOCUMENTACIÓN: Todo propietario o aquel que tenga a su cargo la explotación del campamento deberá presentar ante la Dirección de Turismo, la siguiente documentación, previa a la autorización de funcionamiento del establecimiento.

a) Nombre del propietario responsable, documento de identidad, domicilio real y legal.

b) Denominación del establecimiento.

c) Período de funcionamiento.

d) Emplazamiento.

e) Cantidad de parcelas y capacidad aproximada, calculando 4 personas promedio, por parcela.

f) Tarifas a aplicar y diferenciales promocionales si las hay.

g) Plano del campamento y proyecto de construcción aprobado por la Municipalidad.

h) Permiso municipal de habilitación.

i) Reglamento interno del campamento.

j) Constancia de pago de los impuestos correspondientes.

ARTICULO 30°- La Dirección de Turismo, clasificará los campamentos de Turismo según sus instalaciones y servicios en categorías primera y segunda. Pudiendo recategorizar si hay variaciones en las condiciones que la determinaron.

ARTICULO 31° - La Dirección de Turismo confeccionará un reglamento de Campamentos de Turismo, en que figuren: nombre del establecimiento, categoría, número de plazas, informaciones generales, etc. Toda ampliación, reforma, incorporación de nuevos equipos e introducción de servicios, deberá comunicarse a la Dirección de Turismo acompañado adjunto la autorización municipal si correspondiere.

ARTICULO 32° - No podrán alojarse en los campamentos de turismo los menores de 18 años, salvo que concurran acompañados por sus padres, tutores o persona mayor responsable, que acredite en caso de considerárselo necesario, la autoridad que reviste. Solo se admitirán sin el requisito considerado, aquellos menores que presenten autorización escrita ante escribano público, de sus padres, tutore o encargados.

ARTICULO 33° - DE LAS CATEGORÍAS: Campamentos de la. Categoría serán todos aquellos que además de los requisitos exigidos en el Artículo 27° cuenten con lo siguiente: un local cerrado de esparcimiento con una superficie no inferiores a los 4 m². por cada parcela. El mismo deberá tener un servicio de Bar-Cafetería con televisión cuya superficie no deberá estar incluida dentro del metraje calculado por la totalidad de parcelas. Campamentos de 2a. categoría serán todos aquellos que solamente reúnan los requisitos básicos exigidos en el Artículo 27°.

CAPITULO IX

Hospedaje

ARTICULO 34° - CATEGORÍA A: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en clase Hospedaje, Categoría "A", los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 8 habitaciones y 16 plazas.
- b) Tener el 50% de las habitaciones con baño privado.
- c) Las superficies mínimas de las habitaciones serán las siguientes:
Habitación simple: 9,00 m².
Habitación doble: 10,00 m².
Habitación triple: 15,00 m².
Habitación cuádruple: 20,00 m².
El lado mínimo no será inferior a 2,50 m.
Altura mínima: 2,60 m.
Cubaje mínimo: 15,00 m³. por persona.
Cuando una habitación posea altura superior que 3,00 m. se considerará esta dimensión como máxima para determinar cubaje.
- d) El porcentaje de habitaciones triples y cuádruples en su conjunto no podrá exceder del 40% del total.
- e) Los baños privados estarán equipados con:
 - 1- Lavabo, bidet y ducha, los artefactos mencionados precedentemente serán independientes y contarán con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable.
 - 2- Inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toallero y tomacorriente.
- f) Los baños compartidos estarán en relación de un baño cada seis plazas debiendo tener el mismo equipamiento de los baños privados.
- g) Tener local destinado a la recepción y portería con una superficie mínima de 9,00 m². pudiendo usarse como sala de estar.
- h) En portería deberá haber teléfono público.
- i) Deberá contar con botiquín de primeros auxilios.
- j) Las habitaciones estarán identificadas en la parte anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifra correspondan al número de piso.
- k) Deberá tener calefacción en todos los ambientes, pudiendo ser descentralizada.
- l) En caso de tener el edificio más de tres plantas o estar ubicado en un edificio a más de dos pisos de altura, deberá existir en el mismo un ascensor con capacidad mínima para cuatro pasajeros.
- m) El personal de mucamas deberá vestir guardapolvo y el de atención al público correctamente vestido.
- n) Deberá contar con servicios sanitarios independientes para cada sexo.

ARTÍCULO 35° - CATEGORÍA B: Son requisitos mínimos para que un establecimiento sea registrado en la clase Hospedaje, Categoría "B" los siguientes:

- a) Tener una capacidad mínima de 6 habitaciones y 12 plazas.
- b) Tener el 40% de las habitaciones con baño privado.
- c) La superficie mínima de las habitaciones serán las siguientes:
Habitación simple: 9,00 m².
Habitación doble: 10,00 m².
Habitación triple: 15,00 m².
Habitación cuádruple: 20,00 m².
El lado mínimo no será inferior a 2,50 m.
Altura mínima: 2,60 m.
Cubaje mínimo: 15,00 m³. por persona.
Cuando una habitación posea altura superior que 3,00 m. se considerará esta dimensión como máxima para determinar cubaje.

- d) El porcentaje de habitaciones triples y cuádruples en su conjunto no podrá exceder del 60% del total.
- e) Los baños privados estarán equipados con:
- 1- Lavabo, bidet y ducha, los artefactos mencionados precedentemente serán independientes y contarán con servicio permanente de agua fría y caliente mezclable.
 - 2- Inodoro, botiquín o repisa con espejo iluminado, toallero y tomacorriente.
- f) Los baños compartidos estarán en relación de un baño cada seis plazas debiendo tener el mismo equipamiento de los baños privados.
- g) Tener local destinado a la recepción y portería con una superficie mínima de 5,00 m². pudiendo usarse como sala de estar.
- h) En portería deberá haber teléfono público.
- i) Deberá contar con botiquín de primeros auxilios.
- j) Las habitaciones estarán identificadas en la parte anterior de la puerta con un número cuyas primeras cifra correspondan al número de piso.
- k) Deberá tener calefacción en todos los ambientes, pudiendo ser descentralizada.
- l) En caso de tener el edificio más de tres plantas o estar ubicado en un edificio a más de dos pisos de altura, deberá existir en el mismo un ascensor con capacidad mínima para cuatro personas.
- m) El personal de servicio y atención al público deberá estar correctamente vestido guardando una línea de uniformidad (guardapolvo, casaca, etc.)

CAPITULO X

De las tarifas

ARTICULO 36° - Todos los establecimientos clasificado y categorizados como "Alojamientos Turísticos" deberán presentar dentro de los días 15 al 25 de cada mes, por sí o por medio de las Asociaciones que los nuclea, las tarifas que regirán al mes calendario siguiente al de su presentación, las que serán registradas por la Dirección de Turismo.

ARTÍCULO 37° - La Dirección de Turismo pondrá a disposición de los interesados, o de las asociaciones que los representen un formulario de solicitud de registro de las tarifas el que deberá ser cumplido de acuerdo a lo estipulado en el Artículo 36°. El no cumplimiento de esta disposición determinará que la Dirección de Turismo considere como vigente la última tarifa registrada.

ARTÍCULO 38° - Las tarifas no podrán ser modificadas y/o incrementadas por adicionales sin previa registración de la Dirección de Turismo.

ARTÍCULO 39° - Las salidas de pasajeros producidas después de 10 horas, faculta al establecimiento a cobrar un nuevo día de estadía.

ARTÍCULO 40° - Por todo servicio extra solicitado se llenará un vale con el membrete del establecimiento, en el que constará el detalle del servicio o comisión, fecha, el número de habitación y será firmado por el pasajero y agregado a su cuenta. Las consumiciones del bar y/o comedor, servidas en las habitaciones podrán tener un recargo siempre que el mismo esté establecido en las tarifas registradas.

ARTICULO 41° En todos los establecimientos comprendidos en la presente reglamentación, deberá exhibirse a la vista del público, en lugar bien visible las tarifas registradas por la Dirección de Turismo, en todos los rubros que comprenden los servicios que preste el establecimiento.

ARTÍCULO 42° - A toda persona que ocupe cama suplementaria declarada como tal, se le ordenará de acuerdo con la tarifa registrada.

Cuando una habitación doble sea ocupada por una sola persona, podrá facultarse una adicional del valor de la plaza desocupada, siempre que no esté incluido en la tarifa registrada.

ARTÍCULO 43° - Todo menor de hasta 3 años que no ocupe cama exclusiva abonará únicamente las extras que consuma. Los menores que la ocupen abonarán tarifa completa y si no ocuparan cama suplementaria se seguirá el criterio que para ésta rige el artículo precedente.

CAPITULO XI

Del régimen sancionatorio

ARTÍCULO 44° - La Dirección de Turismo será el Organismo de Contralor de las infracciones que por el presente Reglamento se establece. El Tribunal Municipal de Faltas aplicará las sanciones que correspondiere.

ARTÍCULO 45° - El Organismo Controlador queda facultado para intimar a los Alojamientos Turísticos a que adopten las medidas que tiendan a un mejor cumplimiento de los fines tenidos en cuenta en la presente Reglamentación.

ARTÍCULO 46° - Las normas del presente capítulo se aplicará por incumplimiento de las obligaciones que esta Reglamentación fija para los Alojamientos Turísticos, como asimismo de las disposiciones complementarias que se dicten en consecuencia.

ARTÍCULO 47° - Las infracciones que se detallan a continuación serán penadas con multa de \$ 7.000.000 a \$ 10.000.000 y/o inhabilitación temporaria y/o definitiva, y/o clausura y/o arresto hasta 30 días:

- a) Funcionar estando clausurado.
- b) Cobrar tarifas superiores a las registradas.
- c) Alteración de ficha tarifaria.
- d) Realizar declaraciones o informaciones erróneas relativas al establecimiento, ante el Organismo de Controlador, los huéspedes y/o público en general.
- e) Funcionar sin estar inscripto en la Dirección de Turismo.
- f) No confeccionar factura o hacerlo en talonario no oficial del establecimiento.
- g) No brindar a los huéspedes las comodidades y servicios de acuerdo con su categorización.
- h) No permitir u obstaculizar las tareas de los inspectores de la Dirección de Turismo.
- i) Por incumplimiento de plazos otorgados por la Dirección de Turismo.
- j) Carecer de ficha tarifaria o no estar expuesta al público.

ARTÍCULO 48° - Las infracciones que se detallan a continuación serán penadas con multas de \$ 4.000.000 a \$ 6.999.999 y/o inhabilitación temporaria y/o clausura:

- a) No cumplir con los compromisos de reservas contraídos.
- b) No llevar un libro e reclamos debidamente foliado y rubricado por la Dirección de Turismo.
- c) No presentar el libro de reclamos a la Dirección de Turismo cuando existiese alguna queja dentro de un plazo no mayor de 5 días hábiles.

ARTÍCULO 49° - Las infracciones que se detallan a continuación serán penadas con multas de \$ 1.000.000 a \$ 3.999.999:

- a) No comunicar la transferencia, venta, cesión o cierre transitorio o definitivo del establecimiento a la Dirección de Turismo, dentro del plazo fijado en el Artículo 6° de esta Reglamentación.

- b) No prestación del servicio de música funcional cuando la misma sea exigida.
- c) Mal funcionamiento del aire acondicionado y/o ascensores y/o teléfonos internos o externos por negligencia o culpa del establecimiento.
- d) No promover adecuada iluminación por negligencia del establecimiento.
- e) Mala conservación y mantención de la totalidad o parte del edificio del establecimiento y de sus espacios libres.
- f) Falta de numeración correlativa de las habitaciones.
- g) Mal estado de la ropa de cama, toallas, vajilla y utensilios en general.
- h) No contar con los recursos humanos ofrecidos para la atención de los servicios que deben prestar los establecimientos según su categoría.
- i) Por carecer de uniformes el personal del establecimiento o por uso de ropa inadecuada o desaseo del mismo.
- j) Por permitir manifestaciones contra la moral y buenas costumbres del establecimiento.
- k) No efectuar el cambio de ropa de cama cuando se retire un pasajero o en su defecto cuando no se renueve la misma como mínimo dos veces a la semana.
- l) Cuando se compruebe la falta de equipamiento indispensable en las habitaciones y baños exigidos en esta Reglamentación.
- m) No reunir la información estadísticas que requiere la Dirección de Turismo.

ARTÍCULO 50° - Las intimaciones y sanciones deberán ser cumplimentadas y acatadas de manera inmediata conforme a la naturaleza de las mismas y de los hechos que se trata. La demora injustificada podrá dar lugar a recargos en las penalidades.

ARTÍCULO 51° - Cuando se tratare de faltas de las que resultan responsables directos las personas de existencia visible, la acción y la pena se extinguen por el deceso del imputado o por la prescripción. La acción prescribe al año de dictarse la resolución definitiva. La prescripción de la acción y la pena se interrumpe por una nueva falta o por secuela del proceso

ARTÍCULO 52° - La autoridad de controlador en la comprobación de una infracción, deberá imponer cese inmediato de sus efectos adoptando las medidas pertinentes. En casos excepcionales y cuando no mediara razones de interés público o de seguridad podrá condicionar el cumplimiento a plazo determinado.

ARTÍCULO 53° - Toda Vez que algún establecimiento incurriere en alguna de las faltas previstas por esta Reglamentación se procederá a labrar actas circunstanciales de todo lo verificado aún cuando no se encontrare presente en el mismo, el propietario o responsable legal.

CAPITULO XII

Disposiciones Especiales

ARTÍCULO 54° - A efectos de lo dispuesto en los artículos 1 y 2 de esta Reglamentación, fijase un plazo de 180 días a partir de la publicación de la presente, para que los establecimientos en funcionamiento presenten la documentación necesaria para la habilitación y registro como Alojamiento Turístico.

ARTÍCULO 55° - La Dirección de Turismo determinará las tolerancias con respecto a las exigencia mínimas establecidas en esta Reglamentación para la registración de las características de los establecimientos de Alojamientos Turísticos ya construidos y habilitados a la fecha de su entrada en vigencia.

ARTÍCULO 56° - Únicamente los establecimientos declarados "Alojamiento Turístico" conforme a los requisitos exigidos en la presente Reglamentación podrán figurar en la promoción publicitaria turística estatal.

ARTÍCULO 57° - Para el establecimiento, en funcionamiento a la sanción de esta reglamentación que al procederse a su clasificación y categorización no reúna las condiciones mínimas exigidas en la presente, la Dirección de Turismo establecerá los plazos para llevar a cabo las adecuaciones necesarias para su registración como Alojamiento Turístico.

ARTÍCULO 58° - El plazo a que se hace referencia el Artículo 57° no podrá exceder un año.

ARTÍCULO 59° - Quedará Prohibido el uso de la denominación "Hotel Turístico", "Appart-Hotel" o "Appart-Residencial Turístico", "Campamento Turístico" y "Hospedaje Turístico" a todo establecimiento que no reúna las características establecidas por la siguiente reglamentación.

ARTÍCULO 60° - Los Alojamientos Turísticos que se habiliten o que se encuentren ubicados en edificios o conjunto de edificios de interés arquitectónico o histórico y que para el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos en el presente Reglamento, deban efectuar modificaciones que impliquen cambios arquitectónicos en su fachada o estructura, podrán eximirse de aquellas disposiciones que en tal sentido los afecte cuando así lo determine la Dirección de Turismo. En tal caso deberán reemplazarse dichas exigencias por aquellas de servicio que el citado Organismo estime.

CAPITULO XIII

Del Consejo Asesor de Alojamientos Turísticos

ARTÍCULO 61° - Créase el Consejo de Asesor de Alojamientos Turísticos, que será integrado por tres representantes de la Dirección de Turismo, uno de los cuales ocupará la Presidencia con voz y voto, que será doble en caso de empate; y tres del sector empresario vinculado a la actividad.

ARTÍCULO 62° - La Secretaría del Consejo Asesor será ejercida por uno de los representantes de la Dirección de Turismo, designado por el Presidente del Consejo.

ARTÍCULO 63° - El Consejo Asesor de Alojamientos Turísticos tendrá por funciones:

- a) Asesorar sobre la clasificación de los establecimientos de Alojamientos Turísticos.
- b) Asesorar sobre las excepciones al régimen de clasificación.
- c) Asesorar sobre las cuestiones que le sometan al Director de Turismo o cualquier miembro del consejo y que tenga relación con la presente reglamentación.
- d) Asesorar sobre las modificaciones de tarifas de Alojamientos Turísticos que se presenten.

ARTÍCULO 64° - El Consejo Asesor dictará su propio reglamento interno que será aprobado por el Directos de Turismo.

ARTÍCULO 65° - Los dictámenes del Consejo Asesor de Alojamientos Turísticos solo tienen carácter de asesoramiento y no obligan a la Dirección de Turismo para los pronunciamientos definitivos.