

**UNIVERSIDAD ABIERTA INTERAMERICANA**  
**Facultad de Turismo y Hospitalidad**  
**Carrera de Licenciatura en Hotelería**



**“Evaluación de un Anteproyecto para un Eco- Hotel  
en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”**

Trabajo Final de Grado

**Alumno: Bitler, Ezequiel Maximiliano.**

2014

## INDICE

<b>INTRODUCCION.....</b>	6
<b>1. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO.....</b>	10
<b>2. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN.....</b>	12
<i>Título del tema.....</i>	12
<i>Problema de la Investigación.....</i>	12
<i>Objetivo de la Investigación.....</i>	12
<i>Objetivos generales.....</i>	12
<i>Objetivos específicos.....</i>	12
<i>Hipótesis.....</i>	13
<i>Tipo de investigación.....</i>	13
<i>Unidad de análisis.....</i>	13
<b>3. MARCO TEORICO.....</b>	14
<i>Concepto de Hotel Ecológico.....</i>	14
<i>Concepto de Turismo Sustentable.....</i>	14
<i>Proyecto de Inversión.....</i>	15
<i>Análisis de Viabilidad.....</i>	16
<i>Estudio de Prefactibilidad.....</i>	16
<i>Estudio de Factibilidad.....</i>	16
<i>Estudio de Mercado.....</i>	16
<i>Análisis FODA.....</i>	19
<i>Análisis de Sensibilidad.....</i>	19
<b>4. MARCO REFERENCIAL.....</b>	20
<b>5. TURISMO Y SUS NUEVAS TENDENCIAS.....</b>	36
<i>Nuevas tendencias en el Turismo.....</i>	38
<i>Actitud del turista con el Turismo</i>	
<i>Sustentable.....</i>	42
<i>Crecimiento y Proyección del Turismo</i>	
<i>Sustentable.....</i>	43
<i>Eco-Hoteles en Áreas Urbanas.....</i>	44
<i>Sistema de Gerenciamiento Medio</i>	
<i>Ambiental.....</i>	48
<b>6. ANALISIS F.O.D.A.....</b>	62
<i>Identificación de Fortalezas.....</i>	62
<i>Identificación de Debilidades.....</i>	62
<i>Identificación de Oportunidades.....</i>	62

<i>identificación de las Amenazas.....</i>	63
<b>7. MEDIDAS SUSTENTABLES DEL HOTEL.....</b>	64
<i>Prácticas Verdes.....</i>	64
<b>8. ENCUESTA.....</b>	68
<i>Encuesta eco-hotelería.....</i>	68
<i>Análisis de los resultados de las Encuestas.....</i>	74
<i>Conclusión sobre la encuesta.....</i>	83
<b>9. SEGMENTACION DEL MERCADO.....</b>	84
<b>10. OBJETIVOS COMERCIALES PREVISTOS.....</b>	85
<b>11. VISION Y MISION.....</b>	87
<i>Visión.....</i>	87
<i>Misión.....</i>	87
<b>12. ESTUDIO PARA EL PRECIO EN RELACION A LOS PRINCIPALES COMPETIDORES.....</b>	88
<b>13. PROYECTO ECONOMICO FINANCIERO DEL ECO-HOTEL.....</b>	89
<i>Organigrama.....</i>	89
<i>Datos sobre el terreno y la construcción del inmueble.....</i>	90
<i>Distribución de la altura construida entre todas las plantas.....</i>	93
<i>Planos e imágenes ilustrativas del Hotel.....</i>	94
<i>Resumen de los ingresos por sector.....</i>	106
<i>Composición de los rubros para la determinación de los ingresos.....</i>	107
<i>Resumen de los egresos por sector.....</i>	109
<i>Composición de los rubros para la determinación de los egresos directos por sector.....</i>	110
<i>Composición de lo rubros para la determinación de los egresos indirectos por sector.....</i>	111
<i>Egresos generales totales mensuales.....</i>	113
<i>Cálculo de los sueldos y cargas sociales.....</i>	114
<i>Determinación del consumo de electricidad mensual.....</i>	116
<i>Cálculo para equipos fotovoltaicos.....</i>	117

<b>Comparación entre lámparas convencionales y lámparas Led.....</b>	<b>117</b>
<b>Determinación del consumo de gas mensual.....</b>	<b>118</b>
<b>Determinación del consumo de agua mensual.....</b>	<b>120</b>
<b>Comparación de inodoros convencionales e inodoros con doble botón.....</b>	<b>122</b>
<b>Egresos anuales – totales por sector.....</b>	<b>123</b>
<b>Detalle y valuación del mobiliario y de las instalaciones.....</b>	<b>124</b>
<b>Cálculo de las amortizaciones.....</b>	<b>128</b>
<b>Ingresos y egresos mensuales, resultados netos mensuales y total anual.....</b>	<b>130</b>
<b>Determinación del punto de equilibrio.....</b>	<b>131</b>
<b>Composición de la inversión inicial.....</b>	<b>133</b>
<b>Proyección a 10 años.....</b>	<b>134</b>
<b>Análisis de evaluación del anteproyecto T.I.R y V.AN.....</b>	<b>135</b>
<b>Análisis de Sensibilidad.....</b>	<b>136</b>
<b>CONCLUSION FINAL DEL ANTEPROYECTO.....</b>	<b>147</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>150</b>



## **INTRODUCCION**

*“Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos.”<sup>1</sup>*

Hoy en día el calentamiento global es uno de los mayores problemas a nivel mundial y esto ha generado una creciente preocupación por el medioambiente.

En la actualidad, la humanidad y el medioambiente están sufriendo las consecuencias del mal uso de dichas fuentes de energía no renovables. El calentamiento global, provocado por la quema de combustibles fósiles, constituye el deterioro medioambiental más grave que se debe enfrentar hoy<sup>2</sup>.

En distintos lugares del mundo, tanto gobiernos como empresas e individuos, han comenzado a tomar conciencia acerca de esta problemática y consecuentemente han iniciado un progresivo cambio en sus hábitos. Un claro ejemplo de ello lo constituye la creación de hoteles que respetan el medioambiente, los cuales han asumido una clara responsabilidad con su entorno motivados por un lado, por las adversas consecuencias del calentamiento global y por otro debido a la creciente exigencia de sus huéspedes quienes apuestan a la conservación por encima del lujo y el derroche. Estos hoteles reciben el nombre de “hoteles verdes”.

---

<sup>1</sup> Panorama OMT del turismo internacional. Organización Mundial del Turismo, Edición 2012.

<sup>2</sup> <http://chileyelcambioclimaticoglobal.blogspot.com.ar/2007/10/efecto-invernadero.html>,

Organismos internacionales como el United States Green Building Council (USGBC) los define como aquellos que se integran con el medioambiente sin afectar el equilibrio ecológico y cultural del entorno en el cual se emplazan. Son establecimientos que consideran la protección del medioambiente como valor agregado de su oferta. Sus operaciones, procesos y procedimientos se llevan a cabo con la finalidad de optimizar su relación con el medio natural, contribuyendo a alcanzar un desarrollo sostenible sin que ello afecte sus objetivos económico-funcionales. Son construidos minimizando el impacto ambiental de su entorno. La Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable de la República Argentina, define mediante el anexo I de la resolución 501/95 como impacto ambiental, a la diferencia existente entre las condiciones ambientales actuales y las que existirían luego de la implementación de un proyecto.<sup>3</sup>

Particularmente, en el caso de Argentina, se puede apreciar un creciente interés por la construcción de edificios respetuosos con el medioambiente. Por primera vez en la historia de la construcción de edificios de este país, el US Green Building Council (en castellano, Consejo del Edificio Verde de Estados Unidos, organismo no lucrativo que promueve la sostenibilidad respecto del diseño, construcción y funcionamiento de los edificios dentro de los Estados Unidos) otorgó una pre-certificación a una desarrolladora inmobiliaria llamada RAGHSA por su emprendimiento Madero Office, un edificio de oficinas que se encuentra en el Dique IV de Puerto Madero, Buenos Aires, y cuya inauguración fue en el segundo semestre del año 2010.

Otro claro ejemplo, asociado ahora al sector hotelero, lo configura el primer proyecto para la construcción de un Hotel Verde en San Carlos de Bariloche, provincia de Río Negro, que se llamará Hilton Bariloche. El emprendimiento fue presentado por el grupo IMCOM (Grupo dedicado a inversiones inmobiliarias con casa central en Lisboa) en mayo de 2008. El estudio Mario Roberto Álvarez y

---

<sup>3</sup> Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Resolución 501/95”, on line, [http://www2.medioambiente.gov.ar/mlegal/eia/res501\\_95.htm](http://www2.medioambiente.gov.ar/mlegal/eia/res501_95.htm)

Asociados estuvo a cargo del diseño arquitectónico, que resulta inédito en el país por escala y sobre todo, por el criterio conceptual, ya que la arquitectura deja de ser objeto para fundirse con el paisaje, una decisión poco común en el mundo. En consecuencia, se lo considera un hotel “eco friendly” (amigo del ecosistema), inspirado en el concepto “el hotel es la montaña”, a la vez que se generan criterios tecnológicos en lo referente al consumo energético y del agua, de manera de alinearse con los denominados Green Buildings o edificios auto sustentables.

Si bien es cierto que existe todavía una insuficiente preocupación por los efectos que las actividades turísticas causan sobre su entorno, se ha comenzado a vislumbrar en el país un cambio de tendencia en dirección al cuidado del medioambiente; evidencia de ello lo configura el desarrollo de nuevos proyectos con criterios de sustentabilidad y la aparición de nuevas alternativas de hospedaje. Este cambio de tendencia resulta de suma importancia, debido a que la afluencia turística a los distintos destinos se debe en gran parte a la atracción que ejerce el medioambiente. Por lo tanto, si cualquiera de sus componentes se degradara, resultaría difícil seguir ofreciendo una imagen agradable. En definitiva, si el medio ambiente pierde su atractivo se ve gravemente comprometida la continuidad de las actividades turísticas con las consecuencias perjudiciales que esto trae aparejado, tanto para el entorno, como para la economía.

La dimensión ambiental implica en términos ecológicos: la conservación y restauración de los recursos naturales de los que depende nuestra subsistencia, en términos sociales: inclusión y justicia social y en términos políticos: la fundamental participación ciudadana.

El ambiente es un sistema, dinámico y complejo, en el que interactúan los sistemas socioculturales y los ecosistemas.

Nosotros formamos parte de él, somos parte de nuestra familia, nos relacionamos con otras familias, formamos una sociedad, en un país en el mundo y nos vinculamos con otros sistemas. Todos somos importantes, todos somos distintos,



todos necesitamos de todos, ninguno es superior a otro, simplemente somos diferentes.

Sentirnos parte de un sistema implica: disfrutar y reivindicar plenamente nuestros derechos, pero también asumir nuestras obligaciones. Obligaciones y respeto hacia “los nuestros” y “hacia los otros”, a los que “son distintos”, a los que “piensan distinto o evitan pensar”, a los que “lucen distintas formas”, pero que suman vida y diversidad al planeta.

El interactivo pues hay un intercambio permanente. Lo que nosotros le hacemos al ambiente, a sus distintas formas de vida, repercute también sobre nosotros y somos nosotros los que nos perdemos su belleza y sus beneficios.

## 1. PRESENTACIÓN DEL TRABAJO

El turismo ecológico es una estrategia que tiene como objetivo la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio natural y cultural que acoge y sensibiliza a los visitantes. Debido a su auge, el turismo ecológico se ha convertido en uno de los sectores de mayor crecimiento y uno de los más dinámicos a escala mundial; a pesar de que sus orígenes datan de la década de 1980 ha logrado generar un impacto positivo y se ha convertido en una alternativa muy atractiva para los visitantes, a tal punto que la ONU dedicó el año 2002 al turismo ecológico<sup>4</sup>.

El presente trabajo consistirá en la presentación de un anteproyecto para la construcción de un “eco-hotel” en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, más precisamente en el barrio de Palermo Soho

Lo que se expondrá luego, permitirá observar una potencial oportunidad en la introducción de un nuevo Hotel Verde en Argentina. Esta oportunidad se ve reflejada en la capacidad que tendrá la organización de incorporar componentes innovadores en un mercado poco desarrollado y con serias expectativas de crecimiento.

Frente a una insuficiente oferta de hospedajes respetuosos con el medioambiente, las características diferenciales que aporta este tipo de establecimientos le permitirá generar importantes ventajas competitivas de cara a un potencial mercado poco desarrollado, con lo que la oportunidad anteriormente descrita adquiere mayor relevancia.

Se evaluará entonces, la posibilidad y la conveniencia, de crear un hotel dotado de una oferta radicalmente distinta de lo que se acostumbra en el país, incluyendo en ella el respeto y el cuidado por el medioambiente, una oferta que no solo involucra un objetivo económico, sino que pretende además contribuir a la generación de un cambio de conciencia y de actitud en la sociedad. Con el objeto de enriquecer la investigación se demostrará además que las personas que demandan este tipo de hospedajes, le otorgan un valor diferencial a las variables

---

<sup>4</sup> Ascanio, A. (2009). Turismo Sustentable: el equilibrio en el siglo XXI.

ecológicas incorporadas en la oferta, que consecuentemente estarán dispuestos a hospedarse en un hotel ecológico frente a otro que no lo es, e incluso a pagar un diferencial económico sobre las ofertas tradicionales . Se conocerán además, cuales son las variables ecológicas que más valor representan para el huésped, en un emprendimiento como el presente.

## **2. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1. Título del tema:**

“Evaluación de un Anteproyecto para un Eco- Hotel en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”

### **2.2. Problema de la Investigación**

- ¿Cuál será la inversión y la rentabilidad para un anteproyecto de un hotel sustentable?
- ¿Cuáles son las características del mercado para proyectar un hotel de estas particularidades?
- ¿Cuáles son las nuevas tendencias en cuanto a la construcción y uso de sistemas sustentables en hotelería?

### **2.3. Objetivo de la Investigación**

#### **1. OBJETIVO GENERAL:**

Analizar la viabilidad y la puesta en marcha de un anteproyecto hotelero sustentable en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

#### **2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:**

- Analizar el perfil del consumidor de este tipo de hotelería.
- Realizar una investigación de la competencia.
- Conocer los servicios que ofrecen.
- Definir el tipo de construcción del alojamiento del anteproyecto.
- Definir que tipos de servicio se ofrece.
- Definir las “prácticas verdes” y considerar cuales serian convenientes implementar en este anteproyecto.
- Definir el FODA del anteproyecto.
- Realizar un análisis de rentabilidad con proyección a 10 años.

## **2.4. Hipótesis**

- El tipo de mercado de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es propicio para abordar un hotel de estas características.
- Este tipo de alojamiento es de un precio elevado y ofrece un servicio similar a uno de lujo.
- Ofrece una gran cantidad de servicios y también ofrecen espacios verdes en sectores urbanizados.
- Los turistas argentinos están preparados o conocen acerca de los “hoteles verdes”
- Los inversionistas consideran viable la realización de este emprendimiento.

## **2.5. Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se realizará será descriptiva, ya que a partir de los datos recolectados, se podrá crear un marco teórico lo suficientemente fuerte como para determinar qué factores son relevantes al problema y por lo tanto deben ser investigados.

## **2.6. Unidad de análisis**

Para poder llevar a cabo la realización del anteproyecto hotelero, y lograr así el cumplimiento de los objetivos planteados, se ha decidido realizar tanto un análisis cuantitativo como cualitativo sobre las unidades de análisis.

Las unidades serán la competencia directa y las personas que utilizan servicios hoteleros a menudo.

### **3. MARCO TEORICO**

#### **3.1. Concepto de Hotel Ecológico**

Un hotel ecológico es un establecimiento que tanto en su construcción como en su funcionamiento respeta al máximo el medio ambiente, mediante la utilización de materiales ecológicos, la incorporación de energías renovables, o alimentación elaborada con productos ecológicos, entre otros aspectos<sup>5</sup>.

#### **3.2. Concepto de Turismo Sustentable**

El concepto proviene de la formulación de desarrollo sustentable, perdurable o sostenible que fue presentado por primera vez en el documento conocido como Informe Brundtland (1987) a partir de las investigaciones de La Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de las Naciones Unidas.

Dicha definición se asumiría en el Principio 3º de la Declaración de Río (1992):

“El derecho al desarrollo debe ejercerse en forma tal que responda equitativamente a las necesidades de desarrollo y ambientales de las generaciones presentes y futuras”<sup>6</sup>

El ámbito del desarrollo sustentable puede dividirse conceptualmente en tres dimensiones: ambiental, económico y social. Se considera el aspecto social por la relación entre el bienestar social con el medio ambiente y la situación económica, los actores sociales que viven en ese lugar tienen el poder o el derecho para, con su accionar, modificar o mejorar la situación y el perfil turístico del sitio.

Apoyando esto, varios textos de las Naciones Unidas, incluyendo el Documento Final de La Cumbre Mundial de 2005, se refieren a los tres componentes del desarrollo sustentable: desarrollo económico, desarrollo social y protección del medio ambiente, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente".

---

<sup>5</sup> <http://katheryn2009.blogspot.com.ar/> - Hoteles Ecológicos – concepto, normativas, funcionamiento y relación con la ética.

<sup>6</sup> Declaración de Río Sobre Medio Ambiente y Desarrollo Principio N° 3. 1992

La sustentabilidad turística, supone el desarrollo de una estrategia que busque el crecimiento del sector turístico sin sacrificar otros elementos claves como factores sociales, ambientales y culturales, a través del respeto al patrimonio natural y cultural, la participación de la población en los beneficios generados por el sector y en la rentabilidad de las inversiones. Se trata de una visión a largo plazo que pretende evitar que el deterioro de los recursos y los problemas ambientales, se vuelvan en contra de la actividad.

La OMT define que “el desarrollo sostenible del turismo, es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Este desarrollo se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos, de forma que pueda satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetado al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”<sup>7</sup>

### **3.3. Proyecto de Inversión**

Según Hernández Díaz (1996:48)<sup>8</sup>, “Un estudio de factibilidad tiene por objetivo buscar y presentar todas las variables que condicionan la realización de una futura inversión, destacando aquellas que exhiban mayores niveles de complejidad y estableciendo con toda claridad si el resultado analítico garantiza la factibilidad de su ejecución y operación. Se intenta demostrar la rentabilidad económica para el capital invertido y para los recursos económicos nacionales comprometidos en el proyecto a través de su correcta comparación con otras alternativas intra o extra sectoriales.” En cualquier proyecto de inversión se pueden realizar tres tipos de estudio: Estudio de mercado, estudio técnico y estudio económico financiero. En el anteproyecto de inversión del presente

---

<sup>7</sup> OMT. Introducción al Turismo. 1998

<sup>8</sup> “Proyectos Turísticos” - Hernández Díaz.

trabajo se realizará un estudio de mercado, motivo por el cual, a continuación se presentan sus principales características.

### **3.4. Análisis de Viabilidad**

Estudios preliminares y marco general del proyecto.

### **3.5. Estudio de Prefactibilidad**

A partir de una idea casi definida de lo que será el proyecto y todas sus características.

### **3.6. Estudio de Factibilidad**

Es un proyecto ejecutivo de realización que incluye un análisis a detalle del mismo.

### **3.7. Estudio de Mercado**

Según Baca Urbina (1995), un estudio de mercado consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, más actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos.

El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado. Luego del estudio, el investigador podrá “palpar” o “sentir” el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. El estudio de mercado es útil para prever una política adecuada de precios, la mejor forma de comercializar el producto, y determinar la viabilidad del proyecto.

Los principales componentes de este estudio son los presentados a continuación:



- 1) Definición del producto
- 2) Análisis de la demanda
  - 2.1 Distribución geográfica del mercado de consumo
  - 2.2 Comportamiento histórico de la demanda
  - 2.3 Proyección de la demanda
  - 2.4 Tabulación de datos de fuentes primarias
- 3) Análisis de la oferta
  - 3.1 Características de los principales productores o prestadores del servicio
  - 3.2 Proyección de la oferta
- 4) Importaciones del producto o servicio
- 5) Análisis de precios
  - 5.1 Determinación del costo promedio
  - 5.2 Análisis histórico y proyección de precios
- 6) Canales de comercialización y distribución del producto
  - 6.1 Descripción de los canales de distribución

Ampliando los elementos del estudio de mercado desarrollados por Gabriela Baca Urbina, creo que las conceptualizaciones realizadas por Hernández Díaz (1996), nos permitirán un enfoque más amplio acerca de las áreas más importantes a analizar para un estudio de mercado:

#### Demanda

- Análisis de la demanda
- Afluencia esperada de demandantes

- Permanencia
- Estacionalidad en la afluencia de viajeros
- Perfil general del consumidor a captar

#### Oferta

- Inventario de oferta sustitutiva y complementaria
- Proyección de la oferta inmediatamente sustitutiva

#### Relación Oferta- Demanda

- Determinación de las oportunidades cuantitativas de mercado (balance oferta-demanda)
- Investigación y análisis de la competencia
- Síntesis y conclusiones del estudio de mercado

Otro de los modelos tenidos en cuenta fue el de Kotler que presenta el siguiente diseño<sup>9</sup>:

#### Complejo hotelero para un proyecto de factibilidad

- Oferta
- Competencia
- Canales de comercialización
- Mercado potencial
- Demanda potencial y real del lugar
- Problema
- Necesidades
- Productos
- Proveedores

---

<sup>9</sup> “Marketing Management” – Kotler.

### **3.8. Análisis FODA**

Es un cuadro de situación que resume las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que enfrenta una empresa, y que permite trazar cursos de acción sobre la base de un diagnóstico tanto interno como externo. Las debilidades y fortalezas son los aspectos internos de la empresa o del emprendedor que afectan las posibilidades de éxito de una estrategia. Por ejemplo, el desconocimiento del mercado, la falta de capital y la inexperiencia suelen ser debilidades de muchos negocios que se inician; mientras que el entusiasmo, la capacidad de trabajo y las ganas de crecer están entre las fortalezas comunes. Una empresa en marcha también tiene debilidades de índole muy diversa según el sector y el equipo de trabajo. Ejemplos habituales son las fallas en la producción, insuficiente marketing o falta de gente adecuada para usar nuevas tecnologías; las fortalezas pueden venir de la mano de la experiencia específica de la alta gerencia, o pueden ser el resultado de otros activos como una base de clientes fieles o un producto muy diferenciado.

Las oportunidades y amenazas surgen del contexto, es decir, de lo que ocurre o puede ocurrir fuera de la empresa. Por lo general estos eventos no pueden ser influenciados, sino que se dan en forma independiente. Un cambio en el marco legal o impositivo, una tendencia en el consumo, la llegada de una nueva tecnología o un cambio de estrategia por parte de un competidor pueden aumentar las posibilidades de éxito (oportunidades) o disminuirlas (amenazas)<sup>10</sup>.

### **3.9. Análisis de Sensibilidad**

Es una herramienta útil para los empresarios. Se suele preparar una vez finalizadas las tareas del presupuesto anual y consiste en determinar como fluctuaran las utilidades ante cambios en el volumen de producción (porcentaje de ocupación), en los precios de venta y en los gastos de estructura<sup>11</sup>.

---

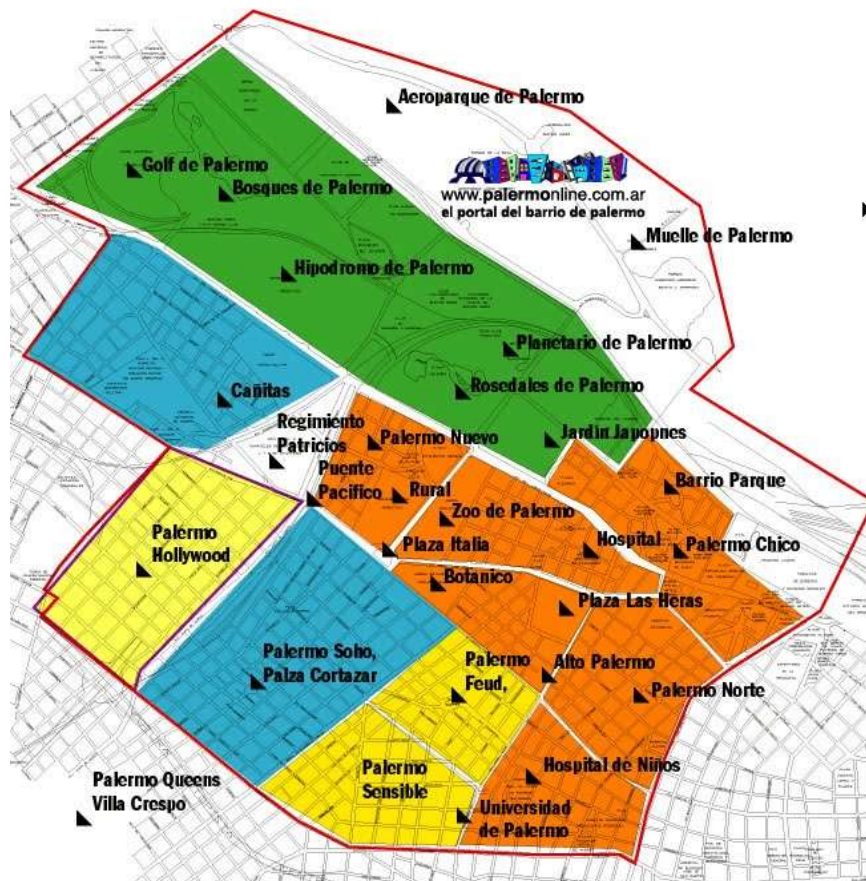
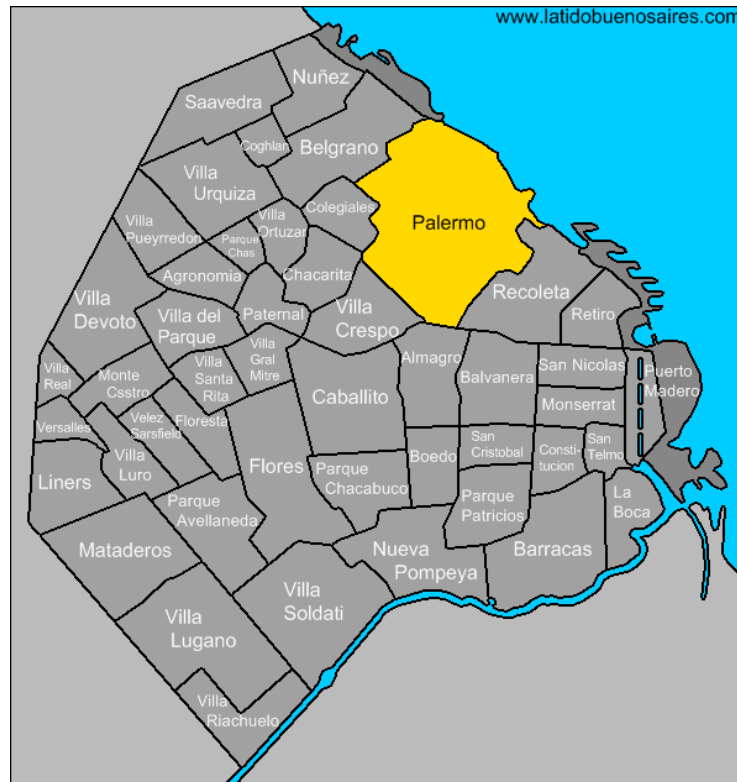
<sup>10</sup> <http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>

<sup>11</sup> Tratado de Costos, Tomo II – Juan Carlos Vázquez.

#### **4. MARCO REFERENCIAL**

Palermo es un barrio de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires principalmente residencial aunque con edificios de oficina que fueron incrementándose en la última década. Ubicado al norte de la ciudad, su territorio abarca la totalidad de la Comuna 14. Con 15,9 km<sup>2</sup> de superficie, es el de mayor extensión de la ciudad<sup>1</sup> y se destaca por sus elegantes viviendas y sus cuadras arboladas. Está comprendido por las cuadras Jerónimo Salguero, Agüero, Vías del Ferrocarril General Bartolomé Mitre, Tagle, Av. Las Heras, Coronel Díaz, Mario Bravo, Av. Córdoba, Av. Dorrego, Crámer, Jorge Newbery, Av. Cabildo, Zabala, Av. Valentín Alsina, Av. Figueroa Alcorta y La Pampa, y por el Río de la Plata. Limita con los barrios de Recoleta al sudeste, Almagro al sur, Villa Crespo al sudoeste, Chacarita y Colegiales al oeste y Belgrano<sup>3</sup> al noroeste, y con el Río de la Plata al noreste.

Este anteproyecto se realizará más específicamente en la zona de Palermo Soho comprendida entre las cuadras *Nicaragua, Malabia, José Cabrera y Uriarte*.



## **HISTORIA**

Juan Domínguez Palermo llega a la ciudad de Buenos Aires a finales del siglo XVI, procedente de Italia.

Se radica en el sector "de los bañados" que más tarde se llamaría "Bañados de Palermo".

Trae consigo una imagen de San Benito de Palermo que vivió en el Sur de Italia en el siglo XVI.

Se dedica a criar ganado y a cultivar la tierra para producir cereales y hortalizas.

Años después, el gobernador de Buenos Aires don Juan Manuel de Rosas, hacia 1836 adquirió estas tierras construyendo en ellas su residencia, en la esquina de las actuales avenidas del Libertador y Sarmiento. Sin dudas, este fue el barrio de Don Juan Manuel de Rosas, quien nombraba San Benito de Palermo a su residencia en la zona. Fue propietario de gran parte de estos terrenos (unas 540 manzanas).

Pero tras la derrota en Caseros, Justo José de Urquiza, el General vencedor, fue quien ocupó la residencia que sería luego, la sede de la Escuela de Artes y Oficios del Colegio Militar y de la Escuela Naval. En 1889 la casa construida por Juan Manuel de Rosas fue demolida por completo para dar más aire al parque creado por Sarmiento.

El 11 de noviembre de 1875 se inauguró el parque Tres de Febrero, llamado así en conmemoración de la fecha de la batalla de Caseros<sup>12</sup>.

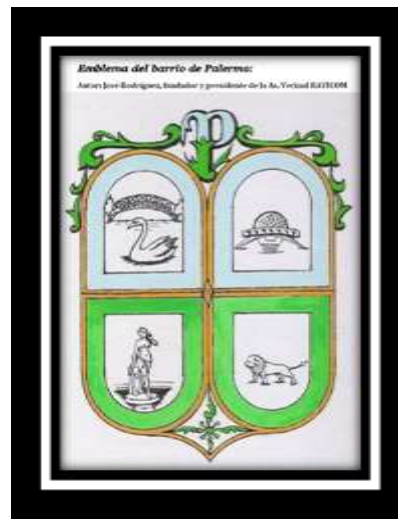
## **ORIGEN DEL NOMBRE**

---

<sup>12</sup> <http://www.palermoservicios.com.ar/historia.php>

En primer lugar vale aclarar que gran parte de los barrios de la ciudad de Buenos Aires y Gran Buenos Aires, tomaron sus nombres de los apellidos de los antiguos poseedores de las tierras. Si bien se cree que el nombre del barrio podría provenir del de San Benito de Palermo, nombre de la quinta de Juan Manuel de Rosas emplazada donde hoy se encuentra el Parque 3 de Febrero, es más probable que provenga de Juan Domínguez Palermo, primitivo propietario de esas tierras.

### **ESCUDO DEL BARRIO**



El escudo de Palermo fue creado José Rodríguez, fundador y presidente de la Asociación Vecinal RAVICON. Lo que muestra el logo son cuatro de los puntos mas importantes de la zona de Palermo

### **COMO LLEGAR**

Desde el Aeropuerto Internacional Ministro Pistarini hay unos 30 km aproximadamente y se llega en 40 minutos. Se toma la Autopista Ricchieri y se sigue hasta la Autopista 25 de mayo. Lo recomendable sería tomar la salida de Avenida de la Plata e ir por las cuadras de la ciudad hasta llegar a Palermo Soho.

Desde Capital Federal: se puede acceder con el vehículo pero los fines de semana es difícil encontrar un lugar para estacionar y cuenta con poca cantidad de garajes. Un problema es que muchas de las cuadras que están dentro de Palermo Soho no cuentan con semáforos en las esquinas, y los adoquines que están en el suelo para muchos es un problema.

También se puede acceder en colectivo con cualquiera de estas líneas: 15 – 34 – 39 – 55 – 57 – 110 – 140 – 141 – 151 – 168.

El subte es otra opción para acercarse hasta la zona, la estación más cercana es Plaza Italia de la línea D, y queda a unas nueve cuadras de Plaza Serrano.

Dentro del barrio se puede desplazar tranquilamente en bicicleta, ya que cuenta con un circuito de bicisendas y varias casas para el alquiler de las bicicletas<sup>13</sup>.

### **PALERMO SOHO**

Se denomina Palermo Soho a una zona del barrio de Palermo de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires delimitado por las cuadras *Nicaragua, Malabia, José Cabrera y Uriarte*.

El término "Palermo Soho" surge a partir de un auge inmobiliario en la zona en la cual diseñadores de moda, artistas, galerías y restaurantes de estilo deciden establecerse reformando antiguas casonas, convirtiendo la zona en un circuito de moda, arte y buen comer. Se denomina Soho evocando la mítica zona de New York *SoHo (Nueva York)* con características similares la cual se basó en la zona de Londres *Soho (Londres)* con un concepto parecido.

---

<sup>13</sup> <http://www.buenosaires123.com.ar/barrios/palermo.php>



En la Actualidad en varias capitales del mundo se denomina así a las zonas que agrupan artistas, moda y restaurantes de estilo.

### **SEGMENTACION DEL MERCADO**

Se puede dividir por edades, público joven de hasta 35 años y de un público mayor de hasta 50 años.

Como la gran mayoría son hoteles boutique y no cuentan con salones de convenciones o Business center, el público no es ejecutivo sino mas bien un público que se hospeda por vacaciones o visitas.

La mayoría de los clientes de los boutique son gente que provienen del interior del país y países limítrofes, esto es debido a que los americanos y los europeos están acostumbrados a hospedarse en hoteles de cadena.

### **LUGARES PARA VISITAR EN PALERMO SOHO**

Esta zona es ideal para un paseo por sus cuadras arboladas en las que podremos encontrar viejas casonas recicladas, locales comerciales modernos que respetan las fachadas tradicionales, ferias artesanales como en la Plaza Julio Cortázar (también conocida como Placita Serrano) o Plaza Palermo, restaurantes y bares que mantienen el espíritu y estructura originales pero con decoración innovadora.

- **Plaza Serrano:** es la denominación que recibe comúnmente la Plazoleta Julio Cortázar, ubicada en el barrio de Palermo, en Buenos Aires. Si bien la plazoleta se sitúa en la intersección de las cuadras Honduras y Jorge Luis Borges, existe una zona mucha mayor conocida como Plaza Serrano, delimitada por las cuadras Niceto Vega, Malabia, Guatemala y Godoy Cruz. Esta zona se caracteriza por ser un circuito comercial de gran movimiento tanto diurno como nocturno, debido a su feria artesanal central y a la gran cantidad de bares, restaurantes y tiendas de moda que la rodean.

- **La feria:** Todos los fines de semana la plazoleta funciona como feria de artesanías y los negocios que la rodean abren sus puertas a diseñadores independientes, dando lugar a otras ferias, principalmente de ropa e indumentaria, alrededor de la plaza. También exponen y venden sus obras artistas plásticos y visuales. Es común encontrarse con gran cantidad de turistas durante el día, pues en las cuerdas adyacentes a la plazoleta funciona una enorme cantidad de tiendas de moda, objetos de diseño y de arte, muebles y también restaurantes. Durante la noche, la actividad alrededor de la plaza continúa y pueden observarse grupos de gente joven en los bares y discotecas que ofrecen tragos y cenas al aire libre. El público de la zona lo componen personas de múltiples nacionalidades, entre ellos estudiantes, viajeros y residentes locales de clase media y alta.
- La Casa De Jorge Luis Borges: (Jorge Luis Borges 2135) Este es el lugar exacto donde se encontraba la antigua casa donde vivió Jorge Luis Borges cuando tenía dos años de edad y hasta sus 15 años (entre los años 1901 y 1914). Acá estaba la famosa biblioteca de Borges, la biblioteca de su padre tan presente en toda su obra. Luego la familia emigra a Europa y regresan recién en el año 1920. Durante esos años la ciudad de Buenos Aires se había modernizado y nada tenía que ver con aquella que Borges había dejado en el año 1914. En esta realidad, Borges basa todo su proyecto literario de los años '20 cuando intenta reconstruir en su historia esa Buenos Aires que había dejado de ser. En sus poemas de “Fervor de Buenos Aires”, “Luna de enfrente” o “Cuaderno de San Martín”, Borges intenta rescatar los lugares que aún subsisten. Y es precisamente en Palermo donde encuentra las características de aquella Buenos Aires que ya no se puede encontrar en el centro, donde se mantienen las tradiciones y de allí la idea de lo antiguo, de la permanencia de lo “viejo”. De aquí parten algunas teorías que le adjudican a Borges esta denominación de “Palermo Viejo”. Y es este lugar el inspirador de gran cantidad de poemas, donde reivindica lugares, personajes y características (como lo hace en “Arrabal” y “Elegía de los portones”), entre

tantas otras. Y es precisamente en la esquina de esta casa, donde Borges va a fundar “míticamente a la ciudad”, en su poema “Fundación mítica de Buenos Aries”, exactamente en la esquina de la cuadra Serrano (hoy Borges) y Guatemala. De la vivienda original de dos plantas solo queda el recuerdo (ya que hoy ha sido reemplazada por una moderna construcción familiar) en una placa que testimonia la vida del poeta en este lugar.

- **Casa rosada:** Un "edificio moderno" que aún conserva la balaustrada y la puerta antigua haciendo esquina al frente. Esta pintoresca casona con mural, evoca una escena del dramaturgo Samuel Beckett sobre la cuadra El Salvador, entre Thames y J. L. Borges.
- **Pasaje Russel:** En la esquina de Russel y Borges, es una casa de color blanco, con la característica construcción mediterránea comparte el paisaje urbano y la heterogeneidad de otras intervenciones arquitectónicas que juegan en la armoniosa conjunción de lo antiguo y lo moderno.

### **MODA**

Palermo Soho es un lugar ideal para todo tipo de compras: prendas de vestir, objetos de decoración, muebles, accesorios, velas aromáticas, zapatos y productos para el cuidado corporal, entre otros. También es de destacar que esta zona se caracteriza por sus locales de indumentaria y accesorios. Además de los locales de marcas tradicionales o importantes, encontramos un gran número de locales de marcas independientes, en los que se venden diseños exclusivos, novedosos e incluso de ediciones limitadas.

Algunas de las mejores marcas de moda que se pueden ver en esta zona son:

Juanita Jo, Rosh, Luciano Marra, Saverio Di Richi, Awada, Mandarine, Lupe, Maria Cher, Akiabra, Chocolate, Honky Tonk, Wanama, Jazmin Chebar, Las Oreiro, Benito Fernandez, Tucci, Basilota, Juana de Arco, Bensimon, Maria Aversa, Coco Marie, Adidas, Nike, Allo Martínez, Key Biscayne, I not dead, Complot, La merceri, entre otras.

## **GASTRONOMÍA**

En Palermo Soho encontraremos las más diversas alternativas gastronómicas: cocina mediterránea, Armenia, mexicana, china, japonesa, internacional, y la más valorada por los turistas, la parrilla argentina. Comer no resulta caro, hay opciones para todos los presupuestos pero la característica común es la alta calidad en los platos y su presentación.

La alta gastronomía también está presente con restaurantes de la talla de Casa Cruz, Sipán, Freud & Fahler, Cluny y Social Paraíso, entre otros.

Algunos de los restaurantes y bares que se pueden destacar son:

Querido González, Quimbombó, Casa Cruz, La Rosadita, Impetu, Santa Eva, Unik, Bardot, Romario, Te Mataré Ramírez, La Baita, Meridiano 58, Congo, Sensei, Social Paraiso, Muu Lechería, Las Cabras, Itamae Sushi, Maxim, Acabar, Rave, Brands, Crizia, Único Bar, Maleva, Club Serrano.

## **VIDA NOCTURNA**

Las noches de Palermo son muy activas. Tanto los turistas como los visitantes locales que inundan las cuadras, suelen “hacer la previa” en los diferentes pubs de la zona para luego terminar la velada en alguna de las discos de moda. Este barrio es el más elegido por los jóvenes por sus diversas opciones de entretenimiento: encontraremos teatros independientes, shows en vivo y presentaciones de bandas musicales en pubs.

Los mas conocidos son: Soria, Antares, Sugar bar, Chupitos bar, Finisterra, Congo, Tazz, Macondo Bar, Podesta, Rosebar, Buda Bar, Makena, Up entre otros.

## **HOTELES**

Las opciones son diversas, existe una para cada presupuesto. Para los que prefieran total privacidad, la mejor opción es alquilar un apartamento. Si preferimos estar en contacto directo con otros turistas, compartir experiencias y

ahorrar dinero, lo mejor será alojarse en un Hostel en Palermo, mientras que una opción no tan económica será alojarse en un Bed and Breakfast.

- **Palermo SOHO Loft:** El Palermo Soho Loft se encuentra en el centro del barrio de Palermo Soho, a 4 cuadras de la plaza Serrano y consta de 4 lofts elegantes situados en un edificio restaurado de estilo clásico francés, todos con una decoración moderna, TV LCD por cable y bañera con hidromasaje.

El Palermo Soho Loft dispone gratuitamente de desayuno en la habitación, conexión Wi-Fi, minibar y servicio de café.

Las habitaciones tienen balcón panorámico y grandes ventanas. Cuentan con aire acondicionado, calefacción y música ambiental.

Se ofrece servicio de lavandería, de transporte y cruceros en barco por un costo adicional. Además, los lofts disponen de servicios de bar internacional y de restaurante.

- **Jam suites boutique hotel:** Este hotel boutique está situado en Palermo Soho. Ofrece habitaciones modernas con bañera de hidromasaje. El jardín con encanto del hotel es un remanso de paz en plena ciudad.

El Hotel está en cercanías de plaza Serrano, de la feria de artesanos, las paradas de los principales colectivos y la estación de subte de Scalabrini Ortiz.

Las habitaciones están decoradas con gran elegancia y toques de color. Algunas tienen balcón privado. Están equipadas con aire acondicionado, TV por cable y minibar.

El Jam Suites está a 10 cuadras del jardín botánico. El aeropuerto Jorge Newbery se encuentra a 4 km. Hay un servicio de enlace con el aeropuerto, disponible por un costo adicional.

- **Mine hotel:** Este galardonado establecimiento de diseño alberga una piscina en el jardín y un patio con una fuente. Ofrece conexión Wi-Fi gratuita.

Las habitaciones del Hotel Mine presentan una decoración de diseño, con ventanas amplias y suelo de hormigón. Incluyen TV por cable, minibar y reproductor de DVD. Dispone de una piscina.

Todos los días se sirve un desayuno bufé caliente gratuito. El bar ofrece bebidas frías y calientes que podrá tomar en el jardín.

El personal de la recepción 24 horas ofrece información turística y servicio de enlace con el aeropuerto Ezeiza, situado a 31,7 km.

El Mine Hotel está a 4,6 km del aeropuerto de vuelos nacionales Jorge Newbery, a 7,3 km de la terminal de autobuses y a 1,4 km de la estación de subte Malabia.

- **Sissi haz hotel boutique:** El Sissi Haz dispone de habitaciones elegantes con conexión Wi-Fi gratuita en el corazón de Palermo Soho, a 2 cuadras de las plazas Serrano y Armenia.

Todas las habitaciones del Sissi Haz presentan una decoración exclusiva y cuentan con aire acondicionado, calefacción, caja fuerte, baño privado y TV de plasma con canales por cable. Todos los días se sirve el desayuno en la habitación a la hora que soliciten los huéspedes. Si lo prefiere, también puede tomarlo en el patio o en la sala de desayunos.

El Sissi Haz Hotel Boutique se encuentra a 10 minutos a pie de muchos de los lugares de interés de Buenos Aires, como las tiendas outlet de las cuadras Aguirre, Gurruchaga y Córdoba. El personal del hotel puede facilitarle planos e información sobre la zona. A 5 minutos a pie encontrará tiendas outlet.

- **Nina suites buenos aires:** Esta ubicado a solo 2 cuadras de la plaza Armenia, y ofrece habitaciones con conexión Wi-Fi gratuita. La plaza Cortázar, típico mercado de artesanía, se halla a 300 metros de las suites.

El Nina Suites Buenos Aires presenta interiores elegantes y dispone de habitaciones confortables con suelo de parqué, TV por cable, minibar y baño privado con ducha. Algunas habitaciones tienen bañera.

Cerca del Nina Suites se encuentran numerosos comercios, cafeterías y restaurantes. El personal del mostrador de información turística puede recomendar lugares de interés cercanos. También se ofrecen coches de alquiler.

- **SOHO Point:** Este establecimiento ofrece una decoración elegante de diseño y departamentos muy luminosos, con conexión Wi-Fi gratuita, balcón privado, con aire acondicionado, TV por cable de pantalla plana y cocina completa decorada con azulejos y elementos de mármol. El establecimiento pone a su disposición un servicio diario de camarera de pisos.

La plaza Armenia, rodeada de cafeterías y restaurantes de moda, está a 3 cuadras.

- **Five Cool Rooms:** El Five Cool Rooms es un hotel boutique que está situado en Palermo Soho. El hotel dispone de una terraza en la azotea con una bañera de hidromasaje al aire libre y vistas a Buenos Aires.

Todos los alojamientos del Five Cool Rooms disponen de aire acondicionado y están decorados en un estilo contemporáneo. Hay conexión Wi-Fi gratuita en todo el hotel.

El Five Cool Rooms tiene una ubicación fantástica para ir de compras por los alrededores, y está a solo 9 cuadras de la estación de subte más cercana.

- **Blue SOHO Hotel:** El Blue Soho Hotel es un hotel boutique de diseño, situado a una cuadra de la plaza de Malabia y a 2 de la plaza Cortázar. Todas las habitaciones tienen bañera de hidromasaje privada y conexión Wi-Fi gratuita y están decoradas de forma individual. Disponen de detalles modernos como TV por cable y reproductor de CD. Los baños son amplios y cuentan con artículos de aseo gratuitos.

El Blue Soho también alberga una biblioteca.

La recepción está abierta las 24 horas y el personal estará encantado de recomendar a los huéspedes los mejores lugares de interés.

- **Casa Chic Palermo SOHO:** El hotel de diseño Casa Chic, situado en el barrio de Palermo Soho de Buenos Aires, ofrece conexión Wi-Fi gratuita y desayuno continental. Está a 2 km de la estación de subte y a 20 minutos en coche del centro comercial Alto Palermo.

Sus habitaciones están equipadas con aire acondicionado, minibar, TV de pantalla plana con canales por cable, y baño privado.

Se encuentra a 10 minutos en autobús de los espléndidos lagos de Palermo, el jardín botánico y el zoológico. Hay un servicio de enlace con el aeropuerto y otro de organización de visitas guiadas, ambos disponibles bajo petición. Las llamadas locales son gratuitas. También hay cargadores para iPod.

Está situado a 8 km de la estación de tren y ómnibus de Retiro y a 6 km del aeropuerto Jorge Newbery. El aeropuerto internacional Ministro Pistarini está a 37 km.

- **Ultra Hotel Buenos Aires:** Este establecimiento dispone de una piscina de temporada en la azotea, zonas chill-out de diseño y decoración moderna. Se encuentra a 2 cuadras de la famosa plaza Serrano y de su feria. La conexión Wi-Fi es gratuita.



El Ultra Hotel Buenos Aires presenta alfombras lujosas y objetos de diseño contemporáneo. También posee una sofisticada sala de lectura con vistas a un patio de ladrillo rojo y una chimenea.

Sus habitaciones cuentan con aire acondicionado, mobiliario de diseño y TV de pantalla plana por cable. Algunas tienen bañera de hidromasaje privada, sillas tapizadas y otomanas en tonos blancos y azul marino. Otras disponen de bañera.

Cada mañana se sirve un desayuno a base de cruasanes y otras delicias. Los huéspedes pueden degustar las especialidades gourmet del chef Rodrigo Toso en el lujoso restaurante del hotel. Después de cenar podrá tomar una copa en el bar, decorado con tallas de madera clara.

El Ultra se encuentra a 10 cuadras del jardín botánico. Alberga un mostrador de información turística donde podrá reservar coches, bicicletas o entradas de espectáculos. La recepción está abierta las 24 horas. El aeropuerto Jorge Newbery se halla a 3,7 km del hotel.

Entre las instalaciones del hotel, cabe destacar una bañera de hidromasaje y una terraza con tumbonas, donde podrá relajarse.

- **Palermo SOHO Hostel:** Este albergue está a solo 3 cuadras de la plaza Serrano y cerca de cafeterías de moda y tiendas de diseñadores. Ofrece patio con baldosas blancas y habitaciones con conexión Wi-Fi gratuita.

Sus habitaciones están equipadas con calefacción y aire acondicionado. Algunas tienen baño privado con bañera y balcón privado. Además, se proporciona servicio de camarera de pisos.

El establecimiento sirve un desayuno americano completo con jugos, cereales y yogures. También hay una zona de comedor y cocina común.

Este establecimiento alberga un patio donde podrá tomar una taza de café, así como una sala de estar con sofás cómodos.

El zoológico de Buenos Aires se encuentra a 5 cuadras del Palermo Soho, mientras que el aeropuerto internacional de Ezeiza está a 45 km.

- **Nuss Buenos Aires SOHO:** El hotel Nuss Buenos Aires Soho es un moderno alojamiento de estilo boutique situado en el barrio de Palermo. Se encuentra en frente de la Plaza Serrano.

Sus habitaciones cuentan con una cuidada decoración y están dispuestas en torno a un patio central. Todas las habitaciones cuentan con TV con pantalla LCD, conexión inalámbrica a internet y reproductor de CD y DVD.

Proporciona una atención personalizada y cuenta con un restaurante donde podrá disfrutar de platos saludables. Cuenta con una gran terraza y un gimnasio bien equipado. Podrá relajarse en la sala de vapor o disfrutar de un baño en la piscina al aire libre.

En las inmediaciones del hotel encontrará multitud de opciones de ocio, restaurantes y una animada vida nocturna.

- **Cypress in B&B:** Tiene un patio central relajante lleno de cipreses. Las elegantes habitaciones ofrecen una decoración de influencia asiática.

Las habitaciones tienen aire acondicionado y televisión por cable. Hay conexión inalámbrica a internet disponible en todo el hotel.

El Cypress está a sólo 1 manzana de la plaza Cortázar, que tiene muchas tiendas boutique y tiendas de artesanía.

- **5411 Soho Hotel:** Dispone de habitaciones de lujo, spa y piscina. La plaza Serrano está a 50 metros y ofrece una gran variedad de restaurantes, bares y

tiendas. Esta plaza también es famosa por su feria de artesanías y sus exclusivas tiendas de diseño.

Todas las habitaciones del 5411 Soho Hotel disponen de aire acondicionado, bañera de hidromasaje, TV de pantalla plana y conexión Wi-Fi. Algunas tienen balcón o jardín privado.

Todos las mañanas se sirve un desayuno bufé y por las tardes se ofrece un servicio de té. Los huéspedes podrán disfrutar de una copa de vino u otras bebidas en el bar o relajarse en la sauna o en la ducha finlandesa del spa.

El jardín botánico y el zoológico están a 10 cuadras del hotel. El aeropuerto nacional Jorge Newbery está a 3,4 km. El establecimiento proporciona información turística para explorar la ciudad.

- **Boho Rooms:** Está situado a solo 3 cuadras de la plaza Cortázar, donde los huéspedes hallarán todo tipo de tiendas, bares y restaurantes. El alojamiento proporciona conexión Wi-Fi gratuita en todas las instalaciones.

Este establecimiento de tipo alojamiento y desayuno ocupa una casa reformada típica de la década de 1940 y ofrece habitaciones muy luminosas con baño privado, aire acondicionado, escritorio y TV de pantalla LCD.

El Boho sirve un desayuno que incluye café, cruasanes, fruta, pan y jugos. El establecimiento también ofrece servicio de lavandería y de limpieza en seco y dispone de una recepción 24 horas y de un mostrador de información turística.

El Boho Rooms está a 12 cuadras de la estación de subte de Plaza Italia y a 8 minutos en coche del jardín botánico.

- **Palermitano Hotel:** El Palermitano, presenta una decoración de diseño y ofrece una piscina en la azotea, vistas al moderno barrio de Palermo SoHo y conexión Wi-Fi gratuita. Expone de modo permanente su colección de arte.

Las habitaciones tiene aire acondicionado, TV por cable de pantalla plana, suelos de parqué, muebles de madera oscura y una elegante decoración en tonos terrosos.

Algunas cuentan con balcones privados, zonas de estar y baños con bañera y accesorios de mármol de Carrara. Hay minibar y servicio de lavandería.

Todos los días se sirve un desayuno bufé con mermeladas y otras delicias regionales. En el restaurante podrá degustar platos locales y en el bar tomar una bebida después de comer.

La Plaza Serrano, con su famosa feria de artesanía y sus tiendas de diseñadores, está a 2 cuadras. El personal del mostrador de información turística puede aconsejar sobre qué ver y hacer en la zona.

## **5. TURISMO Y SUS NUEVAS TENDENCIAS**

La explotación turística está llegando a cotas increíbles desde la destrucción del hábitat más sencillo a la explotación más perversa del ser humano, pasando por la destrucción del patrimonio social, económico, natural y cultural, hasta la creación de puestos de trabajo indebido, salarios bajos y condiciones laborales precarias. Todo ello con el único objetivo de un beneficio económico máximo cuyo resultado constituye un ataque directo al factor humano y al entorno<sup>14</sup>.

Para dar respuesta a estas consecuencias, es que internacionalmente se ha comenzado a trabajar con el objeto de encontrar un equilibrio entre la explotación turística, el factor humano y el entorno.

Algunos países desarrollados, en los últimos años, han comenzado a promover conceptos de reciclado, a invertir en investigación y en la implementación de energías limpias a fin de inculcar los conceptos de sustentabilidad en la sociedad.

---

<sup>14</sup> Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Agenda 21”, on line, <http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/agenda21/ageindi.htm>

Los países en vías de desarrollo, cuentan con recursos humanos adecuados y con gente deseosa por comenzar a generar cambios en la sociedad que disminuyan el efecto negativo sobre el medio ambiente. Sin embargo, muestran una economía más precaria, basada principalmente en la producción de bienes no manufacturados y en la extracción de los recursos naturales como principal fuente de ingresos. De esta forma muchos países obtienen soluciones inmediatas a sus problemas sin reparar en los efectos que dichas soluciones causan en el mediano y el largo plazo, como ser la pobreza y el daño sobre el medio ambiente. Los principios de sustentabilidad aplicados a la actividad turística son relativamente nuevos, habiéndose desarrollado a partir de disciplinas como el ecoturismo, turismo de aventura, y turismo responsable. Estas nuevas formas de “hacer turismo” fueron tomando cada vez mas fuerza, motivadas por la creciente preocupación por el deterioro del medioambiente y la posibilidad de ver a la industria turística como protectora de la conservación de los recursos naturales de la zona en que esta se desarrolla, logrando un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos.

Actualmente el turismo sustentable se ha posicionado fuertemente, contribuyendo a la rápida expansión de la industria turística de vanguardia y sumándose a la lucha contra la destrucción de los ecosistemas y la pérdida del patrimonio cultural.

Hasta no hace mucho tiempo atrás la idea de cuidar el medio ambiente implicaba la renuncia o el despojo de ciertas comodidades. Sin embargo, en la actualidad el diseño sustentable y el confort fueron encontrando un lugar en común<sup>15</sup>. Un ejemplo de ello lo constituye el Proximity Hotel, que ha sido el primero en recibir el grado Platinum bajo la norma LEED (iniciales que refieren a Liderazgo en Diseño Ambiental y Energía).

A pesar de que en Argentina, el turismo sostenible es un concepto nuevo que

---

<sup>15</sup> Espacio Living, “Diseño sustentable: lujo 100% "verde"”, on line, [http://www.espacioliving.com/nota.asp?nota\\_id=1098199](http://www.espacioliving.com/nota.asp?nota_id=1098199)

requiere de un cambio cultural y de paradigmas, debido a la creciente sensibilidad social por la calidad ambiental se han comenzado a emprender nuevas vías de desarrollo en el turismo nacional e internacional.

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio ambiente y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio ambiente, a una más amplia diversidad de formas turísticas y sobre todo, que integren de forma armónica las necesidades del turista y de la población local<sup>16</sup>. Esto conlleva a la necesidad de implementar modelos de desarrollo sostenible, que hagan compatible el crecimiento económico con la conservación de los recursos naturales y el incremento de la equidad y de la justicia social.

A continuación se proponen algunos principios orientados a promover un turismo sostenible.

## **5.1. Nuevas tendencias en el Turismo**

Partiendo de la idea de que el turismo es un fenómeno típico de nuestra sociedad actual y que no podría comprenderse fuera del contexto socio-estructural donde se produce, será preciso establecer de modo general, que tendencias son las que determinan la estructura social de nuestro tiempo y como el turismo es una consecuencia y a la vez un factor determinante de este proceso de transformación social que se ha venido desarrollando a lo largo del siglo XX.

En 1992 se celebró en Río de Janeiro la Conferencia de Naciones Unidas para Medio Ambiente y Desarrollo convocada en 1989 por Naciones Unidas. Aquella conferencia conocida también como Cumbre de la Tierra o Cumbre de Río, marcó un hito en lo que a reuniones internacionales se refiere. Se reunieron cerca de dos centenares de delegaciones gubernamentales, además de representantes de

---

<sup>16</sup> Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Agenda 21”, on line,  
<http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/agenda21/ageindi.htm>

ONG de todo el mundo, para debatir los problemas en relación con el medio ambiente y el desarrollo. El documento más importante aprobado en la Cumbre de Río fue la Agenda 21, un programa para el siglo XXI que puede considerarse como el primer plan de acción con un elevado nivel de consenso internacional para promover el desarrollo sostenible<sup>17</sup>.

Tal como se desprende de la Declaración de Río y todos los eventos precedentes, el turismo debe contribuir a la conservación, protección y restauración del ecosistema terrestre y reconocer y apoyar la identidad, cultura e intereses de los pueblos. Además, debe basarse en modelos sostenibles de producción y consumo.

El desarrollo turístico ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Turismo, paz, desarrollo y protección ambiental y cultural deberían ser interdependientes.<sup>18</sup>

El turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local. Antes de elaborar los planes de desarrollo turístico se deben evaluar los impactos ambientales, sociales y económicos, además de involucrar a la comunidad local en la planificación y en la toma de decisiones

Se deben monitorear los impactos del turismo y asegurarse que las informaciones estén disponibles para todos los interesados.

A consecuencia de la rápida expansión del sector turístico, tanto los tradicionales como los nuevos destinos turísticos se enfrentan a una presión cada vez mayor sobre sus entornos naturales, culturales y socioeconómicos. Se admite actualmente que el crecimiento incontrolado de un turismo destinado a obtener

---

<sup>17</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Cumbre\\_de\\_la\\_Tierra](http://es.wikipedia.org/wiki/Cumbre_de_la_Tierra)

<sup>18</sup> Carta de Turismo Sostenible – Lanzarote, 27/28 de abril de 1995.

beneficios a corto plazo tiene a menudo consecuencias negativas, puesto que daña el medio ambiente y las sociedades y destruye las mismas bases sobre las que el turismo se asienta y se desarrolla. Ya en 1988 la Organización Mundial del Turismo propuso el principio del turismo sostenible, entendido como actividad orientada a la gestión de todos los recursos de manera que se satisfagan las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los mecanismos de apoyo a la vida.<sup>19</sup>

Aunque el turismo no estaba incluido en el Agenda 21, el reconocimiento de la importancia de la sostenibilidad en el turismo por parte de los agentes principales, incluidos gobiernos, organizaciones internacionales, organizaciones no gubernamentales y el sector privado del turismo internacional, dio como resultado la formulación en 1995 de la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo. Este documento fue preparado conjuntamente por la Organización Mundial del Turismo, el Consejo Mundial de Viajes y Turismo y el Consejo de la Tierra. Desde entonces la OMT ha realizado un amplio rango de actividades con el fin de promover prácticas más sostenibles en el sector turístico cooperando con otras organizaciones intergubernamentales, con el sector público, privado y civil. Entre las líneas mayores de actividades se destacan las siguientes:

- Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo: Basado en los principios definidos en la Cumbre de Río en 1992, este documento fue publicado en 1995 y define las áreas prioritarias para el sector público y privado en el desarrollo sostenible del turismo.
- Planificación para el desarrollo sostenible del turismo: Cooperación técnica para formar planes estratégicos de turismo a nivel nacional y provincial en Estados Miembros. Una serie de publicaciones sobre planificación turística a nivel nacional, regional, local y para establecimientos turísticos. Talleres y seminarios

---

<sup>19</sup> [http://www.diba.cat/documents/74353/74446/turismelocal-forum\\_natura-eugenio\\_yunis-pdf.pdf](http://www.diba.cat/documents/74353/74446/turismelocal-forum_natura-eugenio_yunis-pdf.pdf)



nacionales en la base de estos documentos

- Indicadores de turismo sostenible: desde 1993 la OMT ha realizado estudios pilotos, publicó una guía práctica y organizó una serie de talleres regionales sobre este tema. Actualmente estamos formando un grupo consultativo de expertos para revisar las experiencias en el ámbito internacional, y elaborar una nueva guía sobre la identificación y aplicación de indicadores, como herramientas básicas de la planeación y monitoreo del desarrollo turístico.
- Compilaciones de buenas prácticas: Una serie de publicaciones recopilando sistemáticamente proyectos y operaciones turísticos ejemplares en el turismo sostenible, con el fin de compartir experiencias exitosas que se pueden adaptar en otros destinos.
- Certificaciones y otras iniciativas voluntarias para la regulación del turismo sostenible: Con el principal objetivo de consolidar las diversas medidas existentes, la OMT realizó un estudio mundial en este tema. Los resultados fueron publicados en 2002 titulado “Iniciativas voluntarias para la sostenibilidad del turismo: inventario mundial y análisis comparativo de 104 ecoetiquetas, premios y compromisos voluntarios”. En base de este estudio, actualmente la OMT esta apoyando un estudio de factibilidad para la creación de una Agencia de Acreditación Global con el propósito de establecer marcos e estándares internacionales para sistemas de certificación para el turismo sostenible.

Dos acontecimientos principales del año 2002:

1. El Año Internacional del Ecoturismo (AIE) 2002
2. La Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, Sudáfrica)

El Año Internacional del Ecoturismo, designado por la ONU, he constado uno de los el enfoques principales del trabajo de la OMT y su Sección de Desarrollo Sostenible de Turismo. Desde 2001 se realizaron una amplia gama de actividades en diferentes niveles con el fin de examinar las implicaciones

positivas y negativas del ecoturismo y promover prácticas sostenibles:

- Asistencia a los Estados Miembros para realizar actividades nacionales
- Una serie de 10 reuniones regionales preparatorias y una conferencia electrónica
- Una serie de publicaciones técnicas (estudios de mercados emisores del ecoturismo, compilación de buenas prácticas, guía para el turismo sostenible en áreas protegidas y para establecimientos ecoturísticas)
- Participación en ferias de turismo internacionales
- Creación una pagina Web especifica para el AIE
- Co-organización de la Cumbre Mundial del Ecoturismo, que tuvo lugar en mayo en la Ciudad de Quebec (Canadá).

## **5.2. Actitud del turista con el Turismo Sustentable**

Los nuevos turistas buscan espacios con menor impacto sobre el medio y con una mayor integración de las características sociales y culturales locales. Los espacios receptores buscan vías alternativas de desarrollo que permitan reducir los efectos negativos del turismo sobre el medio, que aseguren una más amplia diversidad de formas turísticas y, sobre todo, que integren de forma más armónica las necesidades del turista y de la población local.

Los responsables del desarrollo turístico implicados en la gestión sostenible de los recursos, suelen enfatizar la necesidad de la educación del turista como un requisito imprescindible que complementa otras medidas políticas y de gestión destinadas a controlar y evitar los impactos negativos del turismo. Las medidas de control no son suficientes si no se educa un turismo consciente. Podría decirse que el desarrollo del turismo sostenible se basa en cuatro grandes pilares: medidas políticas, medidas de gestión, implicación de la comunidad

local y educación y actitud del propio turista<sup>20</sup>.

Recientemente, un buen número de organizaciones internacionales y nacionales relacionadas con el turismo, han producido códigos de conducta para su uso en la industria del turismo, dirigidos no sólo para los turistas, sino también para los tour-operadores, los gestores y organizadores privados, las administraciones turísticas y los políticos, y los espacios naturales y las asociaciones conservacionistas. Sin embargo estos códigos de conductas sobre lo que se debe o no se debe hacer no son suficientes. Es necesaria y fundamental la educación de los individuos en relación con el turismo, ya que el principal objetivo de la educación es desarrollar valores, conocimientos y habilidades. Para ello se requiere de una acción coordinada por parte del gobierno, organizaciones no gubernamentales, industria turística, instituciones educativas y medios de comunicación.

La educación del turismo juega el principal papel a la hora de reducir diferencias en los estatus de los actores y de asegurar una equidad de oportunidades y recursos. La educación del turismo entendido como una opción de ocio serio y responsable debería ser adaptada a las necesidades locales y a las demandas individuales de pueblos y regiones, teniendo en cuenta los diferentes sistemas sociales, culturales y económicos. Se trata de un proceso de aprendizaje a lo largo de toda la vida que incorpora el desarrollo de actividades, valores, conocimientos, habilidades y recursos de ocio.

### **5.3. Crecimiento y Proyección del Turismo Sustentable**

Los informes emitidos por la Sociedad Internacional del Turismo permiten afirmar que: a partir de los años noventa el ecoturismo ha venido creciendo a un ritmo de entre 20 a 34% anual; en el año 2004 el turismo ecológico y natural creció tres veces más rápido que toda la industria y hasta entonces ha

---

<sup>20</sup> Opcit, Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, 2009

crecido entre un 10 y un 12% al año en el mercado internacional; el turismo de playa es actualmente un mercado maduro y casi sin crecimiento. En contraste, el turismo de “experiencias” (el cual abarca ecoturismo, turismo rural, turismo natural, turismo de patrimonio natural-cultural y turismo aventura) se encuentra entre los sectores de mayor crecimiento para las próximas dos décadas. La mayor parte de la expansión turística global está ocurriendo en las áreas naturales que aún quedan en el mundo. El turismo sustentable podría crecer hasta abarcar un 25% del mercado turístico mundial en los próximos 6 años, elevando su valor a 474 mil millones de dólares al año. Para finalizar, los analistas predicen un gran crecimiento en hoteles y resorts ecológicos y en el turismo natural (sector que ya crece al 20% anual), sugiriendo además que quienes se conviertan tempranamente al turismo sustentable aumentarán su cuota de mercado.<sup>21</sup>

#### **5.4. Eco-Hoteles en Áreas Urbanas**

El aumento en la sensibilización hacia un turismo más responsable y sustentable por parte de la nueva demanda turística es un hecho indiscutible en todos los informes que reflejan la realidad y tendencias del sector; los cuales destacan las nuevas tecnologías, la redefinición del concepto de calidad turística, el impacto de los nuevos medios de comunicación social y la sustentabilidad como los principales retos a los que debe responder el mercado de la hospitalidad en un horizonte inmediato. Según estudios recientes, el 47% de los viajeros de los principales países emisores tiene en cuenta factores ambientales a la hora de decidir sobre su destino de sus viajes y un amplio porcentaje de los hoteleros del mundo se está planteando establecer programas eco-friendly o eco-responsables para reducir su impacto en el ambiente. Los viajeros están motivados a ser cada vez más responsables. Buscan entornos poco degradados, vivir y experimentar las formas de vida del lugar, tener posibilidades y facilidades de entrar en

---

<sup>21</sup> TIES (The International Ecotourism Society ), “Fact Sheet: Global Ecotourism”, septiembre 2006, on line, <http://www.ecotourism.org/>,

contacto con la naturaleza, el arte, la gastronomía y la cultura local, sentir que su visita mejorará o al menos no afectará negativamente al ambiente de su destino. Vivir experiencias y sensaciones. Los clientes de servicios turísticos perciben el respeto ambiental y social como una parte esencial a la calidad de un alojamiento o de un destino, tanto como la satisfacción con el servicio o la experiencia. Así, hoy en día ya todas las normas de calidad exigen la aplicación de buenas prácticas y la prevención del impacto ambiental en los alojamientos y empresas turísticas. Esto supone un paso más allá en el avance hacia una calidad turística sustentable. Por eso, el sector de la hospitalidad debe contribuir a un futuro sustentable para el turismo, aplicando estrategias y modelos de gestión más competitivos. Esto se logra integrando las preocupaciones ambientales y sociales de sus clientes y de la comunidad, asumiendo sus expectativas para generar experiencias al visitante. Un hotel eco-responsable es el que se preocupa por mejorar la satisfacción de sus clientes impactando lo mínimo al ambiente, poniendo en valor a las culturas locales y sus economías y tomando iniciativas para mejorar su entorno natural. Ello facilitará además el desarrollo de una oferta turística responsable con las comunidades de los destinos y la innovación para la creación de productos turísticos sustentables.<sup>22</sup>

Sin olvidar el potencial de diferenciación y posicionamiento en el mercado turístico de aquellos hoteles que acrediten su gestión eco-responsable mediante la implantación y promoción de buenas prácticas, alineándose con las estrategias que vienen potenciando a la Argentina como Hoteles más verdes y sustentables.

El llamado turismo “ecológico”, “verde” o “responsable” es una de las tendencias imprescindibles para cualquier empresa hotelera que quiera posicionarse en el mercado del turismo sustentable. Las otras son el impacto de las redes sociales, el turismo cultural y la redefinición del concepto de calidad: un turismo más consciente y eco-responsable. Todas las principales cadenas hoteleras del

---

<sup>22</sup> Hacia Una Hotelería Más Sustentable y Verde – Claves de una Gestión Eco-Responsable y Eco-Eficiente – AHT (Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, presentado en la Feria Internacional de Hotelería y Gastronomía HOTELGA (Buenos Aires, 2011)

mundo y muchos pequeños hoteles ya aplican acciones eco-responsables en sus establecimientos, y las convierten en experiencias que aportan valor a su oferta turística y al destino. Algunos de los atributos por los cuales se caracterizaría un hotel Eco-Responsables son:

- La autenticidad, que se siente al percibir cómo el hotel respeta y promociona el entorno, las costumbres y tradiciones locales. Su arquitectura, sus elementos decorativos, su oferta gastronómica, su oferta de actividades están arraigadas en la cultura del destino.
- El comportamiento responsable, medido como un conjunto de buenas prácticas: unos principios éticos y ambientales de actuación, la integración paisajística, la compra a proveedores locales, el buen uso de los recursos, las energías eficientes y renovables, la gestión eficaz de los desechos, la sensibilización del personal y los clientes, la colaboración en proyectos sociales o ambientales.
- La reducción de la huella ecológica, esto es, la reducción continua del impacto ambiental de la actividad hotelera expresada en consumo de recursos naturales y de uso del suelo, o bien de su huella hídrica (el consumo y contaminación del agua) o de su huella de carbono (las emisiones directas e indirectas que afectan al clima).
- La calidad, entendida como la satisfacción de los huéspedes con los servicios e instalaciones del hotel, con el trato y la información recibida, con sus iniciativas a favor de la protección de su entorno. Pregúnteles sobre todas estas cuestiones, le aportarán información muy valiosa para innovar y mejorar

Una estrategia de hotelería eco-responsable debe integrar el medio ambiente en las preocupaciones de la gerencia y del personal, incorporando prácticas de responsabilidad social, innovando en la gestión y en la tecnología hotelera. Los hoteles eco-responsables deberían focalizar sus esfuerzos en implicar a sus empleados en la gestión sustentable y en extender su responsabilidad hacia el entorno a sus proveedores, la comunidad local, etc. Pero siempre intentando

implicar a sus clientes en una experiencia de este día amigable con el ambiente, que sensibilice y haga reflexionar sobre la necesaria conservación de nuestro entorno común. Los retos de una industria hotelera eco-responsable serían:

- Ofrecer una imagen “verde” a los clientes y turistas del destino Argentina
- Asegurar el cumplimiento de las regulaciones aplicables
- Mejorar la gestión y el control de costos: ahorro de recursos
- Reducir la huella ecológica
- Responder a las demandas de agencias y tour operadores
- Alinearnos o adelantarnos a nuestros competidores en el camino hacia la sustentabilidad turística
- Diferenciar y posicionar nuestra imagen de marca como sustentable en el mercado turístico global
- Facilitar la innovación y el marketing de la oferta hotelera sustentable

Algo muy importante es la reducción de costos y la mayor eficiencia en el consumo de recursos es fundamental para la competitividad de la empresa turística. La Ecoeficiencia es proporcionar bienes y servicios a un precio competitivo, que satisfagan las necesidades humanas y la calidad de vida, al tiempo que se reducen progresivamente el impacto ambiental y la intensidad de la utilización de recursos a lo largo del ciclo de vida, hasta un nivel compatible con la capacidad de carga estimada del planeta.

Ecoeficiencia = valor del producto o servicio / impacto ambiental

La ecoeficiencia hotelera se refiere a la prestación de servicios de alojamiento, ocio y restauración, de forma que satisfagan las necesidades de los potenciales clientes y que conlleven una mejora en la calidad de vida, a la vez que promueve la reducción progresiva de los impactos de dichos servicios a lo largo de todo su

ciclo de vida. La ecoeficiencia en los alojamientos de turismo se basaría así en los siguientes principios:

- Minimizar la intensidad material y energética de los bienes y servicios, reduciendo el consumo de recursos mediante prácticas de ahorro y eficiencia.
- Maximizar el uso de recursos y energías renovables
- Reducir la dispersión de contaminantes mediante la prevención de la polución.
- Fomentar la reutilización, la recogida selectiva y el reciclaje de los materiales, así como las prácticas de compra ecológica.
- Alargar la durabilidad de los productos mediante las buenas prácticas de mantenimiento y conservación de instalaciones y materiales.
- Incrementar la calidad y la oferta de servicio de los bienes y servicios del hotel, innovando para ofrecer un mejor servicio al cliente sin necesidad de aumentar el consumo de recursos.

En definitiva, se trata de crear más valor turístico con menos impacto ecológico, satisfaciendo las crecientes exigencias ambientales de la nueva demanda turística, conservando el ambiente y avanzando hacia un turismo sustentable. Muchas empresas hoteleras de prestigio ya apuestan desde hace tiempo por ofrecer a sus clientes alojamientos dotados de medidas de ecoeficiencia en el uso de los recursos, que muestran su compromiso con la conservación del planeta, reducen su huella ecológica y ahorran costos: tecnologías energéticas más eficientes, uso de energías renovables, materiales más ecológicos y biodegradables, medidas de reciclaje de aguas y desechos.





### 5.5. Sistema de Gerenciamiento Medio Ambiental

Con el impulso del Turismo Sustentable y de los Hoteles Verdes aparecen los Sistemas de Gerenciamiento Medioambiental (EMS, en inglés: Environmental Management Systems), mediante los cuales muchos hoteles, incluso en países en vías de desarrollo, han pasado a ser "hoteles verdes". Estos se conducen con la doctrina de "las tres r's", es decir, reducir, reusar y reciclar.

Los EMS tienen su origen en la "Agenda 21", la cual, exige que el desarrollo se logre de manera sostenible, minimizando los efectos adversos sobre el medio ambiente y preservándolo. También se vinculan a la ISO 14001, el estándar internacional de gerencia ambiental emitido en 1996 por la Organización Internacional de Estándares<sup>23</sup>.

Los componentes de un EMS atañen a casi todos los aspectos de la operación hotelera. Estos incluyen: una política que comunique su compromiso con el ambiente, un plan de acción para manejar las medidas y los recursos del establecimiento, un programa de capacitación y elevación del nivel de conciencia de los empleados, procedimientos de aplicación de las tres r's (reducción, reciclado y reutilización de residuos), y acciones de involucramiento comunitario. También se hace un monitoreo constante para mejorar el sistema continuamente.

---

<sup>23</sup> [http://www.diariolibre.com/noticias/2009/07/06/i206254\\_hoteles-verdes-reto-turismo.html](http://www.diariolibre.com/noticias/2009/07/06/i206254_hoteles-verdes-reto-turismo.html)

Los focos principales de acción incluyen el ahorro de agua y energía, la disposición de los desechos sólidos y de las aguas residuales y la relación con la comunidad. La mayor eficiencia en el uso de los recursos reduce los costos operativos y el reconocimiento del mercado se traduce en mayor ocupación y más alta tarifa promedio.

Pocos hoteles verdes a nivel mundial, han logrado instalar todos los componentes. Existen programas formales de certificación de un hotel que ayudan a que eso se logre. Estos auditan la propiedad y conceden la distinción después de comprobar su sujeción a un código de conducta.

Existe una gran variedad de EMS de calidad en el mundo. Algunos tienen carácter nacional (por ejemplo, Certificación para el Turismo Sostenible de Costa Rica, "Green Key" de Dinamarca), otros son para ciertas regiones del mundo (por ejemplo, Rainforest Alliance en América Latina) y otros para áreas geográficas específicas (por ejemplo, Hawaii Green Business Program). Algunos hoteles actúan de modo aislado para reducir costos y adoptan prácticas propias sin necesidad de recibir tales certificaciones

Los EMS no son los únicos estándares de calidad a ser introducidos. Los establecidos por la ISO no se limitan a los aspectos ambientales y son más abarcadores.

Encarar un proyecto sustentable implica la implementación de una serie de medidas con respecto a la planificación del sitio, al consumo racional de recursos como el agua y las fuentes de energías no renovables, al uso eficiente de la energía disponible, a la conservación de materiales y recursos, y al cuidado de la calidad del ambiente interior a través del uso de materiales de baja toxicidad o del aprovechamiento de recursos como ser el sol, la vegetación, los vientos, o las visuales. Una manera de establecer la huella ambiental de una edificación es la de recurrir a un ente independiente de certificación, que, a través de herramientas de calificación y clasificación, otorga certificados de sustentabilidad en distintas

categorías edilicias<sup>24</sup>. A continuación se expondrá un resumen con las principales características consideradas por los EMS de mayor renombre a nivel mundial

- **Green Globe**

Uno de los organismos certificadores más conocido a nivel mundial es el Green Globe, una iniciativa del Consejo Mundial de Viajes y Turismo con sede en Londres. Su logo es ya un ícono del mercado turístico. Este organismo ha desarrollado un estándar (Green Globe Company estándar) orientado a la industria del turismo, donde establece los criterios requeridos para alcanzar su certificación, proporcionando de este modo un marco de gestión ambiental para las organizaciones en pos de alcanzar la sostenibilidad. El mismo consta de dos pasos distintivos: “evaluación comparativa” (bronce) y “Certificación” (plata).

La etapa de evaluación comparativa comienza cuando una organización se compromete con el programa Green Globe, esta exige la concreción de dos pasos fundamentales, por un lado, establecer una política de sostenibilidad y por otro completar un evaluación comparativa entre organizaciones (benchmarking). Completadas estas etapas las organizaciones son evaluadas según los estándares establecidos a fin de lograr “el modelo de referencia” (bronce) de estado<sup>25</sup>.

Cumplido los requisitos anteriores, las organizaciones pueden buscar obtener la certificación, esto supone cumplimentar cuatro pasos clave del programa utilizando una herramienta de autoevaluación denominada “Lista de Comprobación”. Los cuatro pasos contemplados en esta lista exigen, el cumplimiento con la legislación pertinente y con los requisitos de la política, la aplicación de un enfoque ambiental y socialmente sostenible, evaluación de los resultados de desempeño (mediante indicadores de rendimiento) y por último la continua comunicación y consulta con las partes interesadas. Una vez

---

<sup>24</sup> Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line, <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>

<sup>25</sup> Green Globe, “Sustainable Travel & Tourism Starts Here”, on line, [www.greenglobe.org](http://www.greenglobe.org)

completados todos los pasos antes descriptos las organizaciones serán evaluadas según los criterios establecidos y en caso de lograr un resultado satisfactorio obtendrán la certificación “Plata”.

El logro de esta certificación proporciona un marco adecuado para la toma de decisiones estratégicas, permite controlar eficientemente el rendimiento de la organización, identificar áreas que requieren de especial atención, mejorar continuamente el desempeño ambiental, reducir costos en materia de consumo energético producción de residuos y conservación de recursos, demostrar un compromiso respecto de las responsabilidades ambientales y sociales, obtención de mayor reputación entre los clientes (y potenciales clientes), etc.

Existen además otros programas de certificación que agregan más valor a la organización, como ser la etiqueta “oro” y “platino”, que pueden obtenerse en caso de permanecer certificados durante cinco años ininterrumpidos para la etiqueta “oro” y diez años para la obtención de la “platino”.

- **Certificación LEED**

La sigla **LEED** (Leadership in Energy and Environmental Design) significa en Argentina Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental. La certificación LEED® distingue proyectos de construcción que han demostrado un compromiso con la sustentabilidad al cumplir los más altos estándares de desempeño en eficiencia energética y bajo impacto al medio ambiente. El sistema de clasificación LEED fue creado por el United States Green Building Council (USGBC), una organización americana sin fines de lucro, orientada a establecer un criterio de medición que permita definir claramente qué es sustentable y que promueva procesos de diseño integrados<sup>26</sup>.

El índice LEED es un sistema de evaluación y certificación estandarizado que se utiliza para certificar y clasificar proyectos que demuestren ser sustentables en

---

<sup>26</sup> Argentina Green Building Council, Construcciones **Sustentables**, “Que es LEED?”, on line, <http://www.argentinagbc.org.ar>

cuanto a su diseño y sus métodos constructivos y operativos. De acuerdo a la obtención de puntos se pueden obtener 4 niveles de rendimiento: certificado, plata, oro o platino. LEED clasifica las medidas consideradas sustentables en cinco áreas básicas: el tratamiento del terreno, el ahorro de energía, el uso racional del agua potable, la calidad del aire interior, y el ahorro de materiales o recursos<sup>27</sup>.

Con respecto al tratamiento del terreno, el criterio básico es el de seleccionar un sitio sustentable para la construcción del edificio de modo de evitar daños colaterales a la zona contigua al emprendimiento. Esto va de la mano con el control de la erosión y la sedimentación del terreno; la conservación de áreas verdes, restaurando altos porcentajes del área abierta remanente mediante la plantación de vegetación nativa u otra que se adapte al sitio; la accesibilidad al edificio a través de transporte público; la implementación de un programa de manejo de agua pluvial que reduzca la cantidad de agua vertida al sistema de alcantarillado y que a su vez mejore la calidad del agua vertida; la reducción de los efectos de la isla de calor (aumento de la temperatura por la absorción de rayos solares por superficies oscuras) a través del uso de superficies reflejantes o verdes; y la disminución de la polución lumínica nocturna. Los proyectos deberán orientarse con el objeto de maximizar el uso de luz solar y de superficies arboladas naturales.

Con respecto al uso eficiente del agua como recurso, se establece la importancia de reducir el consumo de agua potable, tanto para riego (reciclando agua de lluvia o aguas grises, o utilizando especies nativas que requieren menores cantidades de agua) como para instalaciones sanitarias (a través del reciclado de aguas o del uso de artefactos sanitarios eficientes, como ser, inodoros de doble descarga, griferías temporizadas o duchas con aireadores, o mingitorios sin uso de agua) y equipamientos (en el área de cocina, desde las regaderas hasta los lavavajillas industriales pueden ser diseñados “eficientemente”).

---

<sup>27</sup> Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line, <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>,

En cuanto al uso racional de la energía, la premisa básica es la de alcanzar un máximo nivel de eficiencia de energía para el edificio y sus sistemas. Esta eficiencia puede alcanzarse gracias al uso de sistemas de acondicionamiento y de iluminación eficientes, el uso de sensores, o la implementación de sistemas de generación de energías renovables in-situ (paneles fotovoltaicos, colectores solares, generadores eólicos, entre

otros). La reducción en el consumo de energía debe acompañarse con la eliminación del uso de refrigerantes basados en clorofluorocarbonos e hidroclorofluorocarbonos en sistemas de acondicionamiento, refrigerantes nocivos para el medio ambiente. Buenos materiales de aislación térmica, y la eliminación de puentes térmicos entre interior y exterior son condiciones básicas para un proyecto eficiente.

El uso racional de materiales y recursos parte de la creación de un programa de reciclado dentro del edificio que incorpore al proyecto un espacio central de recolección y almacenamiento de residuos reciclables. Esto se suma al uso de materiales que contengan materias primas recicladas, y la utilización de materiales naturales rápidamente renovables (como ser el algodón, el bambú, el corcho, etc.), y de materiales regionales (la cercanía a la obra disminuye la necesidad de transporte y por ende, la polución ambiental). Es importante seleccionar materiales que no dañen el medio ambiente (que no contengan productos –o generen gases- tóxicos) y que, si no son reciclados, reciban este tratamiento al finalizar su vida útil.

Con respecto a la calidad del aire interior, establece el diseño de un ambiente libre de humo, la prohibición de fumar en su interior y en la cercanía de accesos, ventanas, o tomas de aire exterior. Si esto no fuera posible, los espacios designados para fumadores deberán sellarse para evitar la contaminación del aire en los espacios contiguos. Establece además la importancia de monitorear continuamente las cantidades de dióxido de carbono emitidas (debe generarse una ventilación adecuada), y el uso de materiales con baja emisividad de compuestos orgánicos volátiles nocivos para nuestra salud. Esto incluye

alfombras, pinturas, adhesivos y selladores, y compuestos de madera y agrifibras. Independientemente del uso de materiales, todo proyecto debe tener en cuenta al usuario. En este sentido, debe ser capaz de controlar su propio ambiente (en cuanto a iluminación y temperatura); el acceso a luz natural y visuales hacia el exterior, son características fundamentales que garantizan el confort del huésped<sup>28</sup>.

El uso de elementos de limpieza ecológicos, blanquería de algodón o fibras naturales, papeles reciclados, o muebles y equipamientos con contenidos reciclados o de materias primas naturales son premisas que pueden ser incorporadas al proceso de operación de un hotel.

- **BIO-Hotels**

Los Bio-Hoteles representan una asociación de hoteles orgánicos distribuidos a través de Europa, cuenta con sesenta hoteles situados en Alemania, Austria, Italia, Suiza, España, Francia e Irlanda cuyo objetivo primordial es desarrollar una BIO-oferta controlada de alimentos. Los Bio-Hoteles requieren que todas las comidas servidas en sus establecimientos hoteleros sean absolutamente orgánicas, certifican la seguridad de los productos procedentes de una agricultura ecológica controlada, determinan con qué métodos deben tratarse las plantas y cómo deben criarse los animales orientados al consumo, tanto si se utiliza técnica genética como si no. Estos hoteles deben desarrollar una política de compra rigurosa, trabajando en conjunto con las compañías alimenticias para determinar cómo se produce el alimento que sirven. El bienestar del animal del campo es una de las piezas de la base de su ética. En consecuencia, solamente ofrecen a sus huéspedes productos orgánicos.

Este grupo proclama la necesidad de regular la calidad de los alimentos de sus miembros y asegura ser la única asociación de hoteleros de Europa que lo ha

---

<sup>28</sup> Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line, <http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>, (09/08/2009 13.06 hs)  
Ibídem, Diario del Hotelero

logrado. Al fundar el grupo en el año 2001, eran los únicos en declarar que aquello que los agricultores y procesadores ecológicos podían cumplir, también debía ser aplicable a la hotelería. Han desarrollado las metodologías de control que deben aplicarse sobre los Bio-Hoteles conjuntamente con las entidades estatales de control autorizadas de los países en los que actúan. Desde entonces, los controladores de estas empresas trabajan con la finalidad de comprobar si los cocineros cumplen con rigurosidad y exactitud las normas asociadas al procesamiento de productos ecológicos. Para ser miembro de la asociación BIO-Hotels es obligatoria la realización de controles biológicos regulares.

- **Etiqueta Swan**

La denominada “Etiqueta Cisne” (conocida mundialmente como “Swan”) es la etiqueta ecológica oficial de los países nórdicos, promovida como norma internacional que se otorga a los productos que cumplen con los criterios apropiados de reducción del impacto medioambiental. Fue presentada por el Consejo Nórdico de Ministros, una organización no lucrativa comisionada por el Gobierno y el Parlamento sueco. Las actividades dentro del Ecoetiquetado nórdico son coordinadas por la Junta de Etiquetado Ecológico nórdicos.

La misión del Cisne es contribuir con la reducción de la carga de consumo energético sobre el medio ambiente. El uso de etiquetado ecológico tiene la finalidad de orientar a los consumidores y compradores en la adquisición de productos mediante una conciencia “verde” contribuyendo de este modo a generar una sociedad mejor<sup>29</sup>.

El logo Swan demuestra que un producto es una buena elección en términos medioambientales<sup>30</sup>. Los productos que llevan la etiqueta Swan deben cumplir con ciertas normas ambientales. Tiene en cuenta el impacto del producto sobre el medio ambiente considerando todo el ciclo de vida del mismo, desde la selección

---

<sup>29</sup> Nordic Ecolabelling, “The Swan’s Mission”, on line , [http://www.ecolabel.nu/nordic\\_eco2](http://www.ecolabel.nu/nordic_eco2)

<sup>30</sup> Ecophon Group, “La etiqueta ecológica Nordic Swan”, on line, [http://www.ecophon.es/templates/webnormalpage\\_83819.aspx](http://www.ecophon.es/templates/webnormalpage_83819.aspx),



de las materias primas hasta su tratamiento como residuo. También establece los criterios con respecto a la calidad y el rendimiento de los mismos.

Entre los distintos requerimientos a satisfacer se destacan el de no poseer contenidos de sustancias peligrosas para el entorno o la salud, contener un alto nivel de materiales reciclables, requerir un bajo consumo de energía durante la producción y cumplir requerimientos generales para un impacto medioambiental bajo en agua, tierra y aire.

Por medio del etiquetado Swan se pueden reconocer aquellos productos que respetan el medioambiente. Este sistema de reconocimiento permite que se facilite la elección de este tipo de producto por parte de los consumidores ecológicamente responsables, que se estimule la oferta y demanda de aquellos productos y servicios que tienen el menor impacto negativo sobre el medio ambiente a través de la comunicación de información exacta y verificable sobre aspectos ambientales de productos y servicios, estimulando así el potencial de una mejora ambiental continua.

- **Normas ISO**

ISO son normas establecidas por la Organización Internacional de Normalización. Están conformadas por una corporación privada conformada por compañías privadas, incluyendo estándares nacionales en 147 países.

Sin embargo, no es una organización gubernamental, la misión original de ISO incluyó hacer estándares internacionales entre empresas y de esta manera se buscó una compatibilidad y estandarización entre los productos que van de un país a otro.

Las ISO que serán descriptas en este capítulo son las que se relacionan con calidad (9001) y medio ambiente (14000).

La ISO 9001 se basa en la gestión de calidad, cuyo propósito es que la organización mejore la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de requisitos y regulaciones aplicables para mejorar continuamente su desempeño. Mientras que la norma ISO 14000 tratan principalmente de gestión ambiental. Es decir, las acciones que la organización debe tomar para minimizar los efectos

nocivos que sus actividades causan en el ambiente, y así mejorar continuamente su desempeño ambiental.

Los hoteles certificados ISO 9001 garantizan una gestión de calidad, reforzada por la norma ISO 14001, que se basa en la mejora continua de las prestaciones medioambientales. Estos establecimientos respetan los principios de la norma en materia de gestión medioambiental. Contribuyen a reducir al mínimo el impacto de sus actividades en el medio ambiente y a mejorar en todo momento sus prestaciones medioambientales.

Esta acreditación demuestra que la organización está reconocida por más de 640.000 empresas en todo el mundo. Cada seis meses, un agente de certificadores realiza una auditoría a las empresas registradas con el objeto de asegurarse el cumplimiento de las condiciones que impone la norma.

- **Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001**

ISO 14001 es una serie de estándares internacionales, que especifican los requerimientos necesarios para desarrollar e implementar un sistema de gestión que asegure que su empresa gestiona la protección ambiental y la prevención de la contaminación manteniendo un adecuado equilibrio con las necesidades socio-económicas.

Los requisitos del sistema de gestión se encuentran detallados en la norma ISO 14001. Esta norma es aplicable a todo tipo y tamaño de organizaciones sin distinciones. Entre los requisitos más importantes se destacan: establecer una política ambiental, fijar objetivos, metas y desarrollar programas ambientales, detectar aspectos ambientales e identificar sus impactos más significativos, controlar las actividades asociadas a impactos ambientales importantes, documentar los procesos y formular los registros necesarios, evaluar el sistema mediante programas de auditorías internas, implementar acciones correctivas, preventivas y ciclos de mejora continua, revisar periódicamente el sistema debiendo formar parte de la misma la dirección de la organización.

Las organizaciones que pretendan obtener esta certificación deberán adecuar sus procesos a los requerimientos anteriormente descritos y contratar luego los servicios de un organismo certificador acreditado quien realizará auditorias a fin de efectuar una evaluación y diagnóstico de la misma. Este organismo podrá otorgar la certificación si la organización evaluada cumple con todos los requisitos establecidos por la norma.

Una organización que logre adecuar sus procesos con el fin obtener este tipo de certificación de gestión de la calidad ambiental podrá lograr una considerable reducción en los costos asociados a la administración de residuos, promover el ahorro en el consumo de energía y materiales, disminuir los costos de distribución, mejorar la imagen corporativa frente a organismos reguladores, clientes y público en general y mejorar continuamente el desempeño ambiental de la organización.

- **ISO 9001**

La norma ISO 9001 es la base del sistema de gestión de calidad, ya que es una norma internacional que se centra en todos los elementos de administración de calidad con los que una empresa debe contar para tener un sistema efectivo que permita administrar y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

Los clientes se inclinan por proveedores que cuentan con esta acreditación porque de este modo se aseguran que la empresa seleccionada disponga de un buen sistema de gestión de calidad.

- **ISO 14000**

Las normas ISO 14000 son adoptadas por aquellas organizaciones que están cada vez más interesadas en alcanzar y demostrar un sólido desempeño ambiental mediante el control de los impactos de sus actividades, productos y servicios sobre el medio ambiente, acorde con su política y objetivos ambientales. El desarrollo sostenible se ha convertido en una necesidad social que prácticamente es una obligación para intentar conseguir un equilibrio entre la

industria y el cuidado de los recursos naturales, de forma que podamos satisfacer las necesidades de los consumidores sin comprometer al medio ambiente y a las necesidades de próximas generaciones.

La ventaja de la implementación de este Sistema de Gestión para una empresa, además de los beneficios medioambientales, es que sitúan a las organizaciones en una posición de prestigio, ventajosa ante la creciente demanda del mercado exterior, de proveedores y productos certificados.

Por otra parte, refuerza los valores en las empresas como calidad del producto, imagen de la marca y eficiencia en la producción.

- **EcoSello Porteño**

El Ente de Turismo de la Ciudad de Buenos Aires lanzó el EcoSello.

Esta iniciativa permitirá que hoteles y hostels cuenten con una certificación de su gestión sustentable.

Esto busca promocionar e incentivar la puesta en práctica de una gestión sustentable en alojamientos turísticos porteños.

El Ecosello está destinado a las empresas que brindan servicios de alojamiento turístico de tipo Hotelero y Para-Hotelero (encuadrados en la ley de Regulación de Alojamientos Turísticos Nro. 4631/13 del GCBA). La certificación tiene por objeto la promoción y puesta en práctica de una gestión sustentable, basada en la aplicación de estrategias de prevención y reducción del impacto ambiental.

Los hoteles interesados en ingresar al programa, podrán hacerlo a partir de una solicitud ante la APrA, con lo que iniciarán un procedimiento de tres niveles de desarrollo. Para acceder al primer nivel, denominado “Compromiso”, se requerirá poseer el certificado de adhesión, elaborar un Plan de Mejoras con las actividades a realizar y los plazos, y definir la política ambiental de la empresa y las normas legales a cumplir.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> <http://www.dailyweb.com.ar/noticias/val/17765/buenos-aires-tendr%C3%A1-hoteles-con-gesti%C3%B3n-ambiental-certificada.html>

- **Norma IRAM-SECTUR 42200**

La Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR) y el Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM) han desarrollado una serie de normas específicas sobre sistemas de gestión en distintos rubros de la actividad turística.

Estas normas tienen como objeto presentar lineamientos de calidad, medio ambiente y seguridad sobre dichas actividades para dar respuesta a la exigente y creciente demanda de los usuarios de una gestión excelente y sustentable. Las claves para una gestión eco-responsable y eco-eficiente demanda de los usuarios de una gestión excelente y sustentable. La Norma IRAM-SECTUR 42200 es un sistema de gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente, aplicable a la Hotelería y tiene por objetivo establecer lineamientos básicos para una adecuada gestión integrada de calidad, ambiental y seguridad aplicada a todo establecimiento hotelero. Esta norma, enfocada a la mejora continua, establece en su anexo distintas recomendaciones en relación con la eco-gestión de los hoteles: control del consumo de energía y agua, gestión de aguas residuales, gestión de residuos, uso de productos químicos, políticas de compras y contribución con la biodiversidad. La norma IRAM-SECTUR 42000 es una excelente herramienta para mejorar la calidad de servicio y avanzar en la eco-gestión y sustentabilidad de un hotel.

Una de las más conocidas normas IRAM es La Etiqueta de Eficiencia Energética, que se pueden observar en la mayoría de los electrodomésticos.



## **6. ANALISIS F.O.D.A**

### **6.1. Identificación de Fortalezas**

- Posicionamiento diferencial
- Preocupación por el medio ambiente
- Número reducido de habitaciones lo que logra una atención más personalizada.
- Punto estratégico dentro de la ciudad, ya sea por negocios, gastronomía, o turismo en general.

### **6.2. Identificación de Debilidades**

- Debido al tipo de hotel, con sus sistemas y materiales ecológicos se necesita un mayor tiempo para su construcción y su implementación.
- Dificultad para predecir su ocupación real ya que es algo nuevo en el mercado.
- Falta de inversión inicial.

### **6.3. Identificación de Oportunidades**

- Es una de las pocas alternativas ecológicas dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.
- Plan GENREN, promovido por la Secretaría de Energía de la República Argentina. Fomenta el desarrollo de energías amigables con el ambiente, reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. diversificación de la Matriz Energética, promoción de las economías regionales y el desarrollo de la industria nacional.
- Por parte del turismo internacional hay un fuerte interés sobre estos hoteles, sumado a eso el incremento constante del turismo en Argentina.

- La moneda local es bastante conveniente para gran parte del mundo.

#### **6.4. identificación de las Amenazas**

- Crisis económica local, lo que desfavorece el turismo interno.
- Debido al desconocimiento de la gente de los verdaderos hoteles sustentables y de sus certificaciones, muchos competidores pueden anunciarse como hoteles sustentables.
- Mercado hotelero que todavía no despegó.
- Para el turismo argentino este segmento es nuevo.

## 7. MEDIDAS SUSTENTABLES DEL HOTEL

El edificio busca reducir el impacto medioambiental con su construcción y sus operaciones. Esto hace que el hotel sea responsable con:

- Energía
- Agua
- Dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y Ozono (O<sub>3</sub>)
- Aire
- Aislaciones
- Materiales

### 7.1. Prácticas Verdes

Por un lado en los jardines del hotel se utilizaron los “jardines verticales”. Estos constituyen una aislación natural del edificio. Ayudan a aislar tanto el frío como el calor, reducen el viento y absorben agua. Favorecen considerablemente al ahorro de energía y disminuyen las emisiones que conllevan a la reducción del uso.

Por otro lado, las plantas son una excelente fuente de recuperación de emisión de CO<sub>2</sub>. Estas plantas absorben más CO<sub>2</sub> del que emiten, lo que le posibilita al hotel compensar la emisión de dióxido de carbono que el mismo emite.

- Energía: se reduce el consumo a través de iluminación con lámparas Led, uso de equipos de aire acondicionado con programas eficientes, tarjetas de corte de luz en las habitaciones, detectores de movimiento en los pasillos para evitar que la luz este permanentemente prendida. Gracias a esto el hotel reduce aproximadamente un 80% su consumo en iluminación.<sup>32</sup>

---

<sup>32</sup> Ver en “consumos de electricidad”



- Agua: reducción del uso a partir de inodoros con doble botón. Los inodoros con doble descarga pueden reducir hasta un 40% el uso del agua.<sup>33</sup> Mediante los “techos verdes” se recupera el agua de lluvia y se utilizan las aguas grises como método de riego. Se realiza la gestión del agua de lluvia para contribuir a aliviar la saturación de la carga del sistema pluvial de la ciudad. Instalación de sistemas de riego por goteo, para reducir los desperdicios de agua y sustratos producidos por el riego excesivo. El impacto que se logra mediante este proceso es una reducción entre un 40% y un 60% de agua en relación con el riego por inundación.

En cuanto a la lavandería, además de usar equipos eficientes para el ahorro de agua, para los lavados de blancos y prendas de huéspedes se utilizan Eco Bolas.

Las Eco-Bolas son unas esferas no tóxicas que permiten lavar la ropa de forma ecológica sin detergentes ni suavizantes.

La esfera ecológica de lavado se diseñó científicamente para lavar sin detergente. En su interior contiene bolitas de cerámica de cuádruple efecto especial e imanes de acción permanente. Están basadas en una tecnología que utiliza cerámicas para conseguir el mismo fin que los detergentes: limpiar la ropa.

Las poderosas ondas energéticas, generadas por ondas infrarrojas e imanes, activan las moléculas del agua, al mismo tiempo, emiten iones que incrementan la tensión y actividad superficial de las moléculas del agua, lo cual es el principio básico para eliminar la suciedad. Al modificar la estructura molecular del agua, se disminuye la tensión superficial y eso hace que el agua penetre en las manchas, separándolas del tejido.

---

<sup>33</sup> Ver en “consumos de Agua”

De esta manera las bolitas de cerámica e imanes ionizan el agua, lo que les permite penetrar profundamente en las fibras de la ropa y quitar la suciedad sin dañar los tejidos. Además regulan la acidez del agua, el nivel de cloro, y generan una acción anti-calcárea. Así mismo esterilizan y desinfectan las prendas.<sup>34</sup>

Tiene hasta 3 años de vida útil o 1.000 lavados, con lo cual se ahorran decenas de kilos de detergente al año.

Producto 100% ecológico, libera al medio ambiente de los kilos de detergentes químicos que desechamos diariamente a través de las aguas residuales. Incluso el agua se puede reutilizar después del ciclo de lavado, en jardines, lavado de suelos, etc. En el tratamiento de las aguas residuales lo más costoso y difícil de eliminar son los químicos que contienen los detergentes.

- Aislaciones: mediante paredes y vidrios dobles se maximiza la aislación. Una buena aislación puede ayudar hasta un 50% al hotel a ahorrar energía para enfriar y calefaccionar sus ambientes. Además pueden ayudar notablemente al rendimiento de los equipos de aire acondicionado. Al reducir el esfuerzo y el consumo de los equipos se logra un considerable ahorro de energía.

Las plantas instaladas en las fachadas, paredes y terrazas crean un microclima y colaboran con el aislamiento térmico del edificio. En entornos cálidos, la presencia de vegetación puede llegar a refrescar la temperatura de 1 a 5 ° C.

- Dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y Ozono (O<sub>3</sub>): El exceso de CO<sub>2</sub> está considerado como la principal causa del calentamiento global, de ahí que se

---

<sup>34</sup> <http://www.eco-bolas.com/ecobolas.html> - Eco Bolas de Cerámica para Lavados

sitúe como gran objetivo en nuestra visión medioambiental. Mediante los jardines verticales y los techos verdes se recupera CO<sub>2</sub>

- **Materiales:** uso de materiales certificados, como por ejemplo, madera certificada FSC (Forest Stewardship Council). La FSC es una organización no gubernamental que desarrolla estándares y políticas para el manejo sostenible de los bosques. Tiene el objetivo de evitar el uso de productos de madera procedentes de fuentes inaceptables.<sup>35</sup>

Utilizar materiales de alta duración como mármol, piedra, hierro, hormigón. Se utiliza mucho vidrio, ya que es uno de los materiales que menos CO<sub>2</sub> emite en su fabricación, y debido a como esta puesto en el hotel ayuda con la iluminación natural.

- **Operaciones:** programa de reciclaje, reducción de uso de papel en cuanto a la folletería, se trata de utilizar más marketing digital, productos de limpieza de baja contaminación, compras a proveedores certificados.

Se busca concientizar a los huéspedes sobre el impacto de la lavandería en el medioambiente con el fin de limitar los lavados innecesarios. Se pone a disposición de los huéspedes bicicletas para que puedan desplazarse por la ciudad y así incentivar la movilidad sustentable.

---

<sup>35</sup> <http://es.fsc.org/madera-controlada.252.htm> - Certificación de Madera Controlada.

## 8. ENCUESTA

### 8.1. Encuesta eco-hotelería

La encuesta presentada a continuación se realizó con la nueva herramienta de Google, Google Drive Forms. La gente que realizó esta encuesta online son viajeros frecuentes, que consumen hotelería frecuentemente.

Esta encuesta sirvió para determinar el público que puede llegar a hospedarse en el hotel ecológico, y además sirvió para determinar la tarifa del hotel.

Primero se expondrá la encuesta y luego se mostraran los resultados que se obtuvieron de dicha encuesta.

1. ¿En qué grado te consideras una persona concientizada con el cuidado del medio ambiente?

Nada	1	2	3	4	5	Completamente
------	---	---	---	---	---	---------------

2. ¿Eres consumidor de productos ecológicos?

Si, habitualmente	
Alguna vez lo he hecho o estoy pensando en hacerlo	
No, no me interesa	

3. ¿Por qué razón viajas principalmente?

Por negocios	
Por placer	
Otros	

4. Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? (Ordenando por prioridad, 1 la más prioritaria y 5 la menos relevante)

	1	2	3	4	5
Localización					
Precio					
Diseño					
Servicios					
Ambiente saludable					

5. ¿Viajas con más gente? \*Elige las más habituales

Si, con mis hijos	
Si, con mis padres	
Si, con mi pareja	
Si, con mis amigos	
No, viajo solo	

6. ¿Conoces el concepto de hotel ecológico?

Si	
No	

7. Respecto al medioambiente, ¿estarías dispuesto a pagar más dinero por utilizar un alojamiento que ofreciera un entorno saludable respetando al máximo el cuidado del medio ambiente?

Si	
Si no hay mucha diferencia, si	
No	

8. Respecto a la tecnología, ¿estarías dispuesto a pagar más dinero por utilizar un alojamiento que ofreciera la última tecnología para prestar sus servicios?

Si	
Si no hay mucha diferencia, si	
No	

9. ¿Qué prácticas ecológicas estarías dispuesto a realizar en el hotel?

--

10. Respecto a la categoría, ¿de cuántas estrellas suelen ser los hoteles donde te alojas?

2 estrellas	
3 estrellas	
4 estrellas	
5 estrellas	
Otros	

11. Ante dos hoteles iguales en localización, precio, servicios y diseño, ¿priorizarías uno que fuera respetuoso con el medio ambiente sobre uno normal?

Si	
No	

13. ¿Cree usted que construir un hotel ecológico en la zona impulsaría el turismo?

Si	
No	

**La idea es realizar un hotel respetuoso con la salud y el medio ambiente.**

Se trata de un establecimiento situado en un edificio en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires certificado como eficiente con las actividades optimizadas para la reducción del impacto medioambiental. No se reduce ni el diseño ni los servicios prestados a nuestros clientes pero minimizando el uso de materiales dañinos para su salud y la del medio ambiente. La mayor parte de los productos utilizados serán ecológicos obteniendo de proveedores locales.

14. ¿Qué te parece nuestro anteproyecto?

Muy interesante	
Interesante	
Poco interesante	
Nada interesante	

15. ¿Te alojarías en dicho hotel?

Seguro que si	
Probablemente si	
Probablemente no	
Seguro que no	



Por último

16. Sexo

Hombre	Mujer
--------	-------

17. Grupo etario

20-25	
26-35	
36-45	
46-65	
Más de 65	

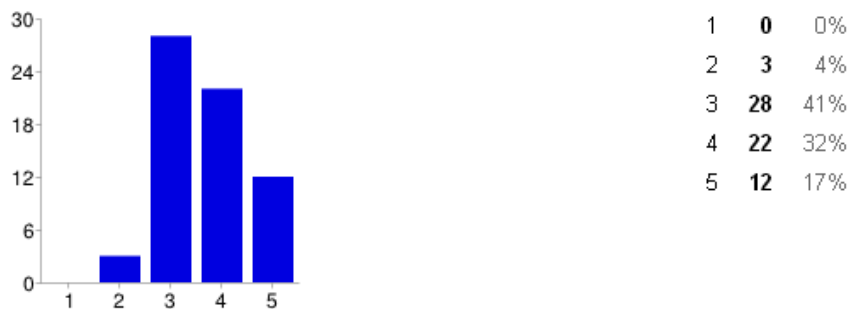
18. Sugerencias

--

## 8.2. Análisis de los resultados de las encuestas

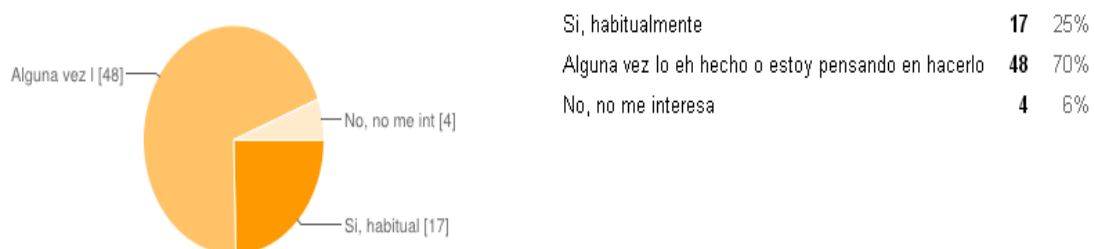
El análisis de la encuesta anteriormente presentada ha sido respondida por 69 personas, que además de responder, pudieron brindar alguna sugerencia para el anteproyecto.

**¿En qué grado te consideras una persona concientizada con el cuidado del medio ambiente?**



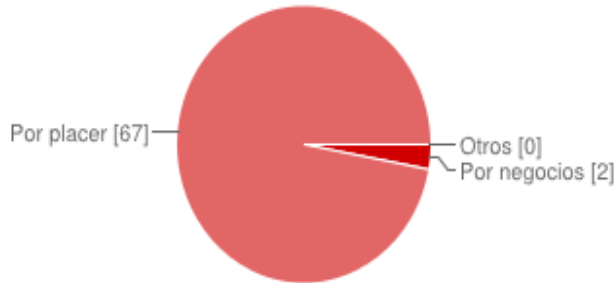
El 41% de la gente se consideró en un punto medio sobre la concientización del cuidado del medio ambiente.

**¿Eres consumidor de productos ecológicos?**



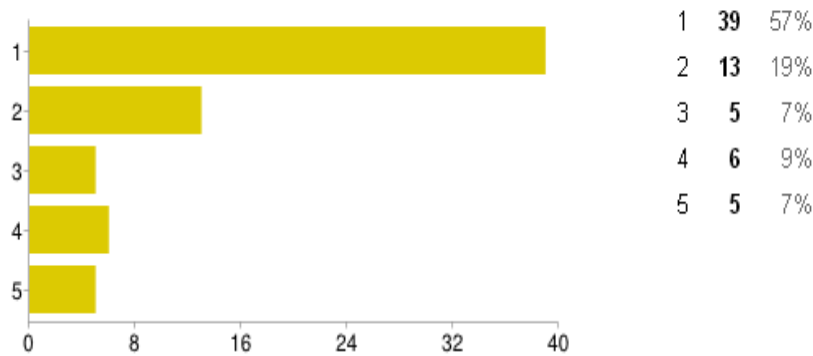
El 48% de las personas encuestadas respondieron que en algún momento han consumido productos o han realizado alguna práctica ecológica.

**¿Por qué razón viajas principalmente?**



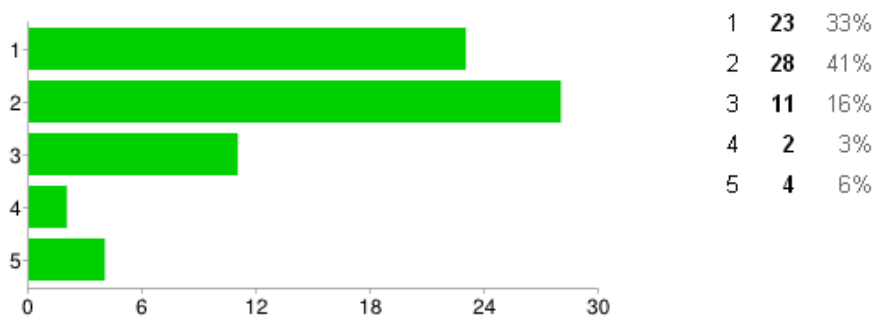
Por negocios	2	3%
Por placer	67	97%
Otros	0	0%

**Localización [Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? ]**



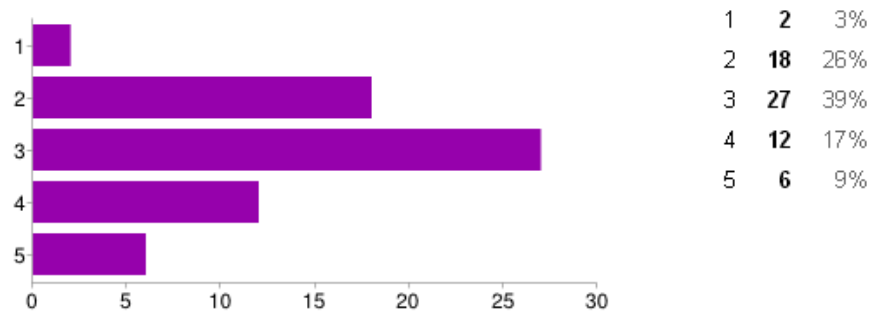
Más de la mitad de los encuestados consideraron que la localización es uno de los puntos más críticos a la hora de elegir su hospedaje.

**Precio [Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? ]**



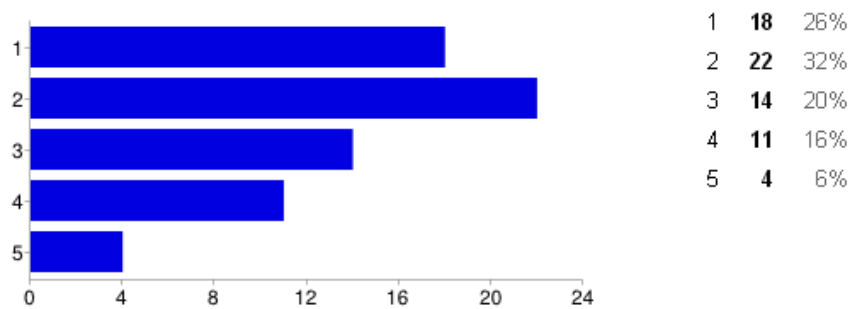
En este punto se pudo deducir que para la gente el valor del alojamiento no es lo más importante, mientras que las prestaciones sean las correctas el precio pasa a un segundo plano a la hora de tomar su decisión.

**Diseño [Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? ]**



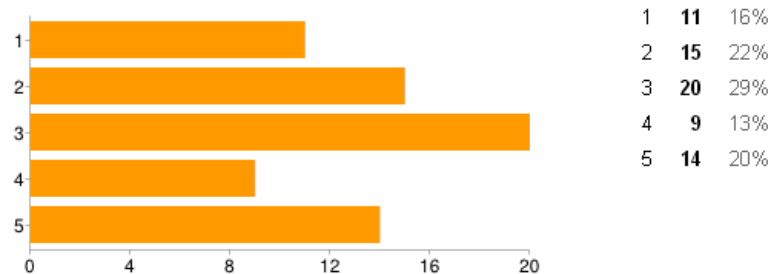
En cuanto al diseño las personas contestaron que no es uno de los puntos más relevantes.

**Servicios [Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? ]**



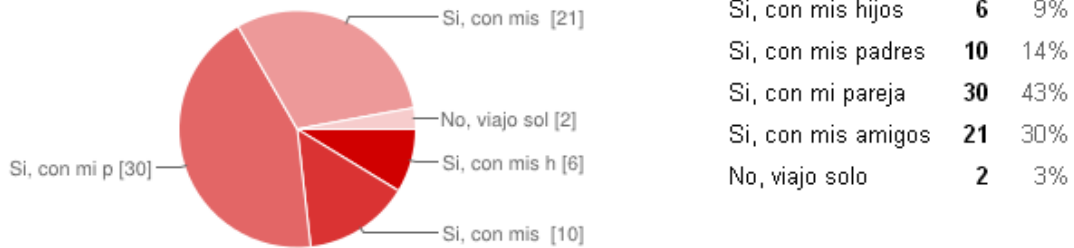
En respuesta a este punto los encuestados han sido coherentes con lo respondido respecto al precio, es decir, que sí consideran muy importante la calidad del servicio y las prestaciones del hotel.

**Ambiente saludable [Cuando viajas ¿qué variables consideras críticas a la hora de elegir alojamiento? ]**



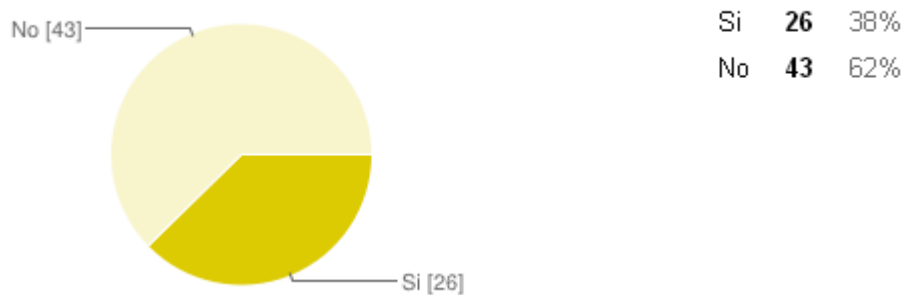
En este punto la mayoría de los encuestados ha valorado considerablemente un ambiente saludable a la hora de decidir su hotel, lo que nos alienta a redoblar nuestros esfuerzos en pos de lograr la satisfacción de los mismos.

**¿Viajas con más gente? \*Elige las más habituales**



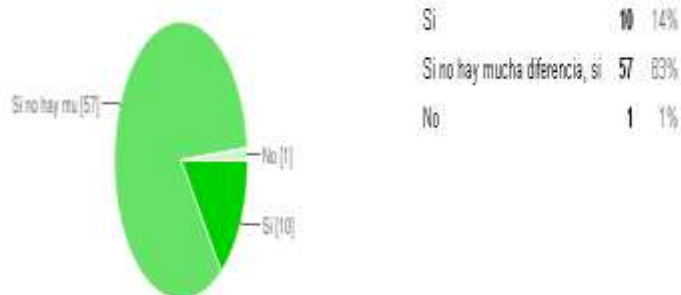
En este gráfico podemos observar que el 43% viaja en pareja. Hoy en día la mayoría de los viajes se realiza en pareja y nos pudo ayudar a deducir el público del hotel.

**¿Conoces el concepto de hotel ecológico?**



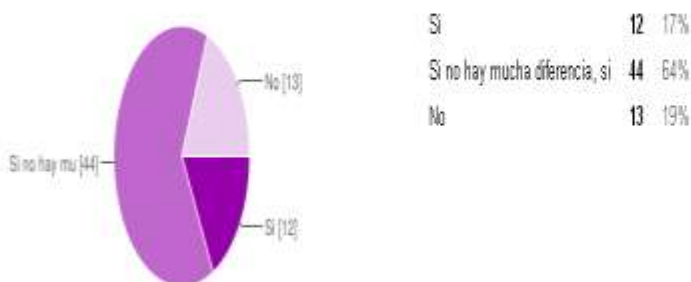
Más de la mitad de los que participaron en la encuesta dice no saber de que se trata un hotel ecológico. Ya que la mayoría de los encuestados son turistas locales, nos deja la conclusión de que la hotelería ecológica es algo muy nuevo en la Argentina y que no está muy dada a conocer. El servicio de excelencia que pretendemos brindar será en el corto plazo otra fuente de promoción y publicidad de este tipo de emprendimiento, manteniendo desde ya nuestro compromiso en el tiempo.

Respecto al medio ambiente, ¿estarias dispuesto a pagar más dinero por utilizar un alojamiento que ofreciera un entorno saludable respetando al máximo el cuidado del medio ambiente?



Vemos con agrado que la mayoría de la gente privilegia el hospedarse en un hotel que contribuye notablemente con el cuidado del medio ambiente, siempre y cuando el valor del alojamiento no registre una notable diferencia respecto a los competidores que no son considerados con el mismo.

Respecto a la tecnología, ¿estarias dispuesto a pagar más dinero por utilizar un alojamiento que ofreciera la última tecnología para prestar sus servicios?



Se han de implementar diversos procesos tecnológicos tendientes a lograr nuestro mayor objetivo. Es por eso que nos satisface sobre manera que la gran mayoría de los encuestados no tenga inconveniente en pagar un pequeño plus por alojarse en un hotel que este comprometido con dichas prácticas.

### ¿Qué practica ecológica estarías dispuesto a realizar en el hotel?

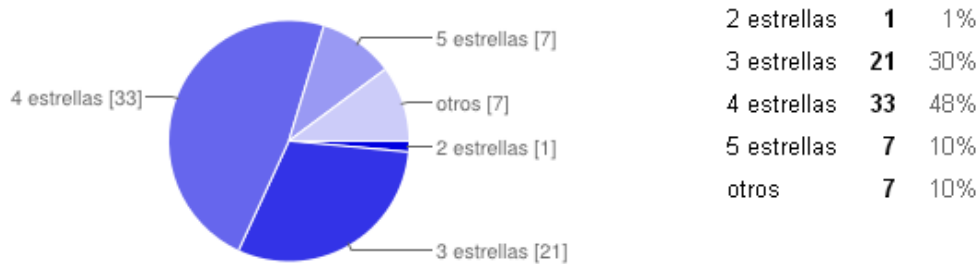
- Reducción en la utilización de agua. Materiales reciclables. Elementos de limpieza no contaminantes. Ahorro de energía. Separación y reciclaje de residuos. Tratamiento de agua y aceites.
- No excedería el uso del agua en el aseo.
- Con respecto a los residuos.

- Ahorrar agua, luz, utilizar al máximo la luz del día etc.
- Reciclado No tirar basura.
- Separar residuos.
- Laundry no diario Consumo medido de aparatos electrónicos. Utilización de vajilla no descartable Basura dividida.
- La que ellos me impongan.
- Clasificación de residuos según materiales. Utilización eficiente de la energía eléctrica y agua.
- Graduar el agua en duchas e inodoros.
- agua de lluvia, paneles de Luz solar.
- Cuidado del agua y utilización de materiales reciclables.
- Lo que normalmente hago teniendo en cuenta el medio ambiente: extremar los cuidados con el agua en primer lugar, no dejar canillas abiertas más tiempo del necesario, tomar duchas cortas. No dejar prendidas las luces más tiempo del necesario. Mientras no cambie de huésped, no es necesario cambiar las sábanas todos los días.
- Paneles solares.
- Separación de residuos.
- No utilizar toallas distintas diariamente para economizar agua.
- Usar moderadamente el agua potable.
- Utilizar los toallones más de una vez, evitando el envío frecuente a lavandería, separar los cartones del papel higiénico.
- La verdad, seguiría las normas propuestas por el alojamiento, ya que, si bien no tengo demasiada experiencia en el tema, estoy abierta para contribuir a una mejor calidad de vida en mi estadía.

La mayoría de los encuestados tomarían medidas ecológicas en cuanto a los residuos y al agua.

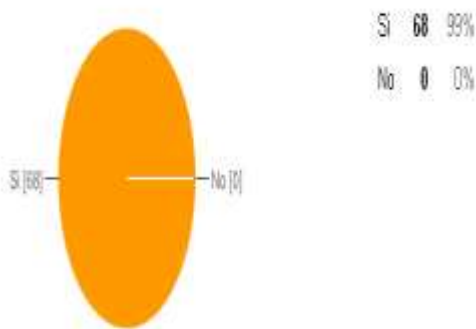
Esto pudo determinar algunas prácticas para poner en marcha en el hotel.

**Respecto a la categoría, ¿de cuántas estrellas suelen ser los hoteles donde te alojas?**



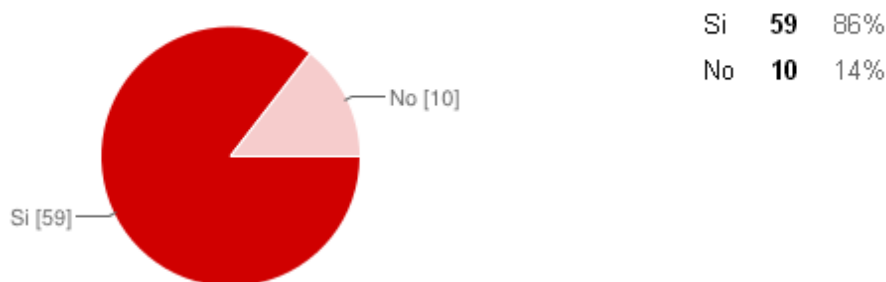
El 48% de la gente se hospeda en hoteles 4 estrellas. Esto es importante ya que el hotel que se ha de poner en marcha está considerado como 4 estrellas.

**Ante dos hoteles iguales en localización, precio, servicios y diseño, ¿priorizarías uno que fuera respetuoso con el medio ambiente sobre uno normal?**



El 100% de la gente dijo que ante dos hoteles con las mismas prestaciones y precios prefieren uno que sea respetuoso con el medio ambiente.

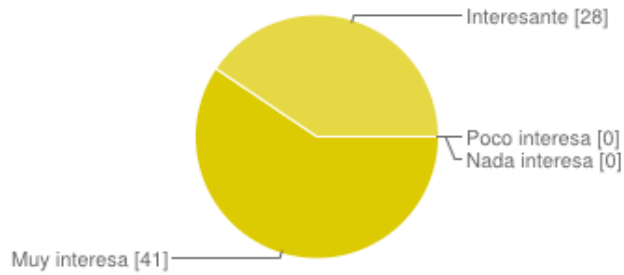
**¿Cree usted que construir un hotel ecológico en la zona impulsaría el turismo?**



El 86% de los encuestados opinó que estos hoteles impulsarían el turismo ya que se abriría un nuevo segmento dentro de la ciudad.



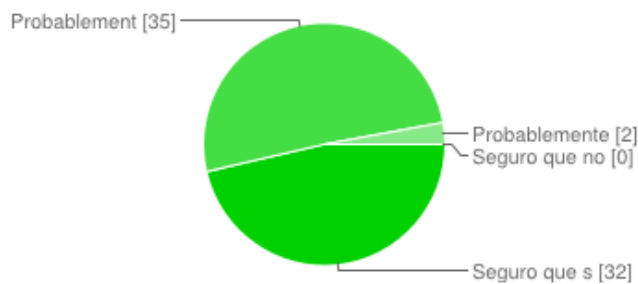
**¿Qué te parece el proyecto?**



Muy interesante	<b>41</b>	59%
Interesante	<b>28</b>	41%
Poco interesante	<b>0</b>	0%
Nada interesante	<b>0</b>	0%

El entusiasmo demostrado por los encuestados respecto a este anteproyecto no da las fuerzas necesarias para continuar con el mismo.

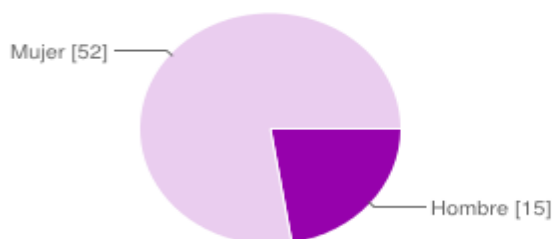
**¿Te alojarías en dicho hotel?**



Seguro que si	<b>32</b>	46%
Probablemente si	<b>35</b>	51%
Probablemente no	<b>2</b>	3%
Seguro que no	<b>0</b>	0%

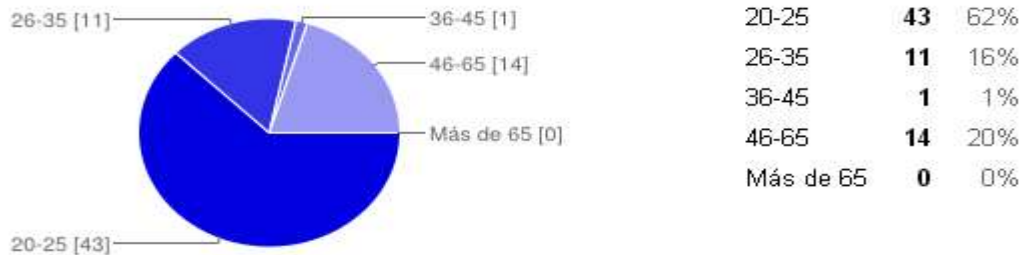
Un 51% dijo que probablemente se hospedaría en un hotel completamente ecológico.

**Sexo**



Hombre	<b>15</b>	22%
Mujer	<b>52</b>	75%

### Grupo etario



Estos últimos dos ítems de la encuesta nos ayudaron a definir el perfil de nuestros huéspedes. Este último en particular nos permite observar que la gente joven también asume un compromiso con el cuidado del medio ambiente.

### ¿Alguna sugerencia que puedas brindar?

- Las sugerencias son las enumeradas en las prácticas ecológicas. Intensificaría la publicidad dentro y fuera del hotel mediante el uso de medios informáticos, evitando el máximo posible el uso de papel. Capacitar al personal para lograr también su compromiso para este proyecto y para con cada una de sus familias. Suerte con el proyecto!
- Proyecto brillante! Obviamente, incluiría alojamiento para las mascotas de los pasajeros.
- Enfocarse en UNA característica diferenciadora.
- Utilización de energía eólica por ejemplo.
- Es muy positivo el proyecto.
- Quiero ser accionista de este hotel.
- Supongo que si el hotel priorizaría el cuidado del medio ambiente, se dan por entendidas ciertas cuestiones en relación al cuidado del agua, poluciones, etc.
- buenos precios...y que sea buen servicio a pesar de lo ecológico.
- Realizar la comunicación del emprendimiento de tal manera que se sepa qué tipo de organización lo financia, para evitar adjudicarlo falazmente al sector privado o al Gobierno de la Ciudad, que ya viene trabajando sobre estas políticas con gran intensidad.
- Crear conciencia en cuanto a los beneficios que daría al medio ambiente utilizar otros recursos.

### **8.3. Conclusión sobre la encuesta**

La encuesta resultó ser muy enriquecedora para el anteproyecto ya que determinó si realmente la gente sabía de que se tratan los hoteles ecológicos. Además de esto también sirvió para determinar el público al que apuntaría el hotel.

También ayudó a determinar un precio, ya que la gente contestó cuanto estaría dispuesto a pagar al alojarse con respecto a los principales competidores que ofrecen una estadía convencional sin tener nada ecológico.

Algunas de las personas también pudieron brindar sugerencias que fueron tenidas en cuenta a la hora de explicar las prácticas verdes que realiza el hotel.

Se dedujo también que la gente no conoce muy bien lo que sería un hotel 100% ecológico. Esto se debe a que todavía en Argentina este segmento no está muy explotado, pero más allá de esto alguno de los encuestados se sintió entusiasmado en conocer más sobre estos hoteles lo que es un punto positivo.

## **9. SEGMENTACION DEL MERCADO**

Con el fin de realizar una segmentación del mercado, y así poder determinar el público al que apunta el establecimiento turístico, se tienen en cuenta una serie de variables, tales como características geográficas, demográficas , socio-económicas.

Los productos y servicios que la empresa ofrecerá, estarán destinados a un público joven compuesto de hombres y mujeres de 20 a 55 años de un nivel socio-económico de clase media-alta y que viajan en forma individual, en parejas y en familia.

Al momento de viajar se deciden por establecimientos hoteleros que ofrezcan un servicio personalizado e innovador durante su estadía.

Tienen un estilo de vida aventurera e independiente y en cuanto a su personalidad son sociables, activos, desenvueltos, participativos, relajados, interesados con la ecología y tecnológicos

Asimismo, la empresa está enfocada tanto a un mercado nacional como internacional, especialmente a personas provenientes del interior del país, de países limítrofes como Brasil, Chile, Uruguay y Paraguay, también Colombia, México y demás países de América del Norte, así como del continente europeo, Asia e incluso de Oceanía.

## **10. OBJETIVOS COMERCIALES PREVISTOS**

Los objetivos comerciales de un emprendimiento se dividen en corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta que los primeros comprenden el lapso de un año, los segundos se extienden a cinco años y los últimos refieren al período posterior a los primeros cinco años de operación. Todos ellos deben estar encaminados hacia el mismo fin de modo que su sumatoria permita alcanzar el objetivo final de la organización.

Se desarrolla a continuación los objetivos comerciales de “EcoBit Hotel” en los diferentes plazos:

- **Corto plazo**

El principal objetivo de la organización es el ingreso exitoso al mercado. Se busca lograr un posicionamiento de marca que permita el reconocimiento por parte tanto de turistas como de ciudadanos locales. Uno de los pilares del desarrollo del hotel es el encuentro de personas provenientes de otros países con la cultura local de la zona. La confluencia de ambos permitirá a “EcoBit Hotel” aumentar sus ingresos basados en el incremento de los índices de ocupación así como en la participación de actividades pagas organizadas por el hotel.

Se espera lograr una ocupación del 95% en temporada alta, un 75% en temporada media y cubrir un 50% de ocupación durante temporada baja.

- **Mediano Plazo**

A mediano plazo se estima el recupero total de la inversión. Asimismo, se espera la aceptación por parte del público local.

Buscamos también la consolidación de los objetivos propuestos en primera instancia a través del afianzamiento en los principales portales de turismo, lo cual será posible si el público se encuentra a gusto y satisfecho con la oferta propuesta.

- **Largo Plazo**

Una vez recuperada la inversión, el establecimiento comenzará a generar rentabilidad positiva.

De esta forma, podría evaluarse la posibilidad de reinversión. Dependiendo de los ingresos y los porcentajes de ocupación, podría ampliarse el establecimiento a fin de incorporar nuevas habitaciones, aumentando la capacidad potencial del establecimiento.

Incorporación de nuevas actividades y el aumento de convenios con industrias asociadas que puedan beneficiar al hotel y aumentar su popularidad.

Como fin último, se contempla la posibilidad de inauguración de una cadena de hoteles en Latinoamérica. Teniendo en cuenta el hecho de que “EcoBit Hotel” posee un sistema de membresía, el mismo constituiría la base perfecta para el desarrollo de una cadena con sucursales en distintas partes del continente.

## **11. VISION Y MISION**

### **11.1. VISION**

Es nuestra visión diseñar, desarrollar, implementar y dar a conocer masivamente la difusión de las técnicas ecológicas que nos permitan como gerenciadore del anteproyecto lograr el tan anhelado cuidado de nuestro medio ambiente. Hacemos extensivo este deseo a nuestro personal, nuestros proveedores y por sobre todo a nuestros huéspedes

### **11.2. MISION**

La encuesta realizada nos permitió conocer los gustos, preferencias y predilecciones de los potenciales huéspedes de nuestro hotel.

Es por ello que nuestra misión se enfoca principalmente a satisfacer sus deseos y necesidades, sin descuidar nuestro principal objetivo, el desarrollo de un proyecto sustentable.

Brindarles a nuestros huéspedes la mejor estadía en un espacio donde se conjuga el confort con la oportunidad de disfrutar y aprender los beneficios que le reportan tener acciones tendientes a la preservación del medio ambiente.

Toda nuestra energía está dirigida a ser un hotel que sea un ejemplo a seguir bajo nuestro concepto y visión sostenible.

## 12. ESTUDIO PARA EL PRECIO EN RELACION A LOS PRINCIPALES COMPETIDORES

HOTEL	DIRECCION	PRECIO (\$)
Hotel Boutique Purobares	Coronel Niceto Vega 4788	2000
Palermo Viejo Bed & Breakfast	Coronel Niceto Vega 4629	1700
Bulnes Eco Suites	Bulnes 1905	1600
L´Hôtel Palermo	Thames 1562	1100
1555 Malabia House Hotel	Malabia 1555	1000
Palo Santo Hotel	Bonpland 2275	950
Hotel Ultra Buenos Aires	Gorriti 4929	850
Jam Suites Hotel	Malabia 1442	750

Los hoteles analizados anteriormente son los principales competidores de la zona teniendo en cuenta su infraestructura y sus servicios. Algunos de ellos tienen prácticas ecológicas, ya sea por cuestiones de materiales o artefactos o por cuestiones operativas, aunque no están avalados por ninguna organización.

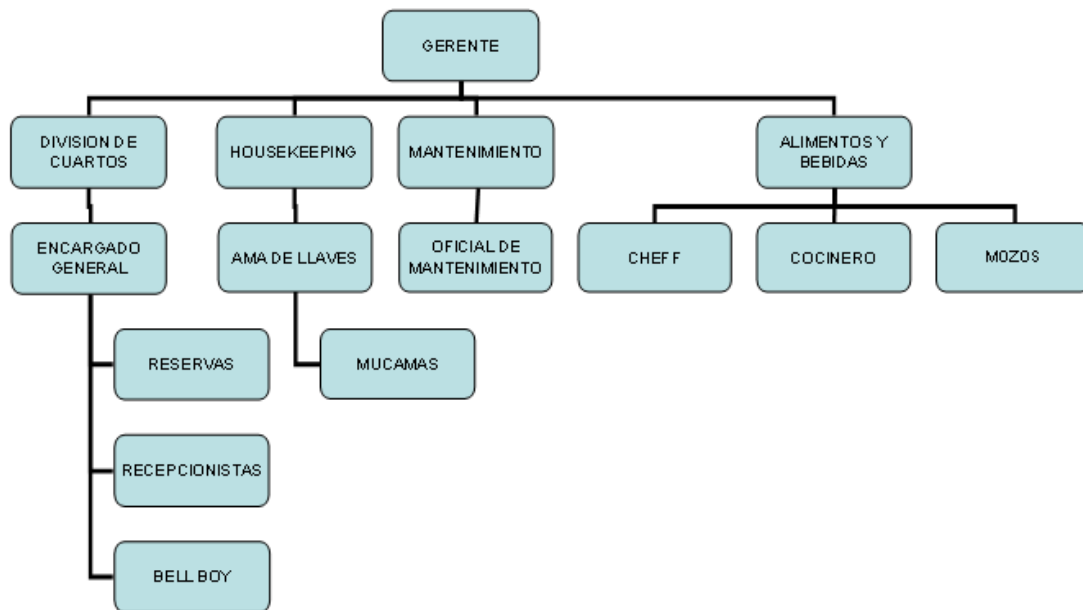
El análisis realizado nos permitió establecer el valor de la estadía en nuestro hotel, tratando de tener el mejor precio promedio de la zona.

El mismo nos permitió determinar un valor promedio entre \$1000 y \$1200 para el primer año.



## 13. PROYECTO ECONOMICO FINANCIERO DEL ECO – HOTEL

### 13.1. ORGANIGRAMA

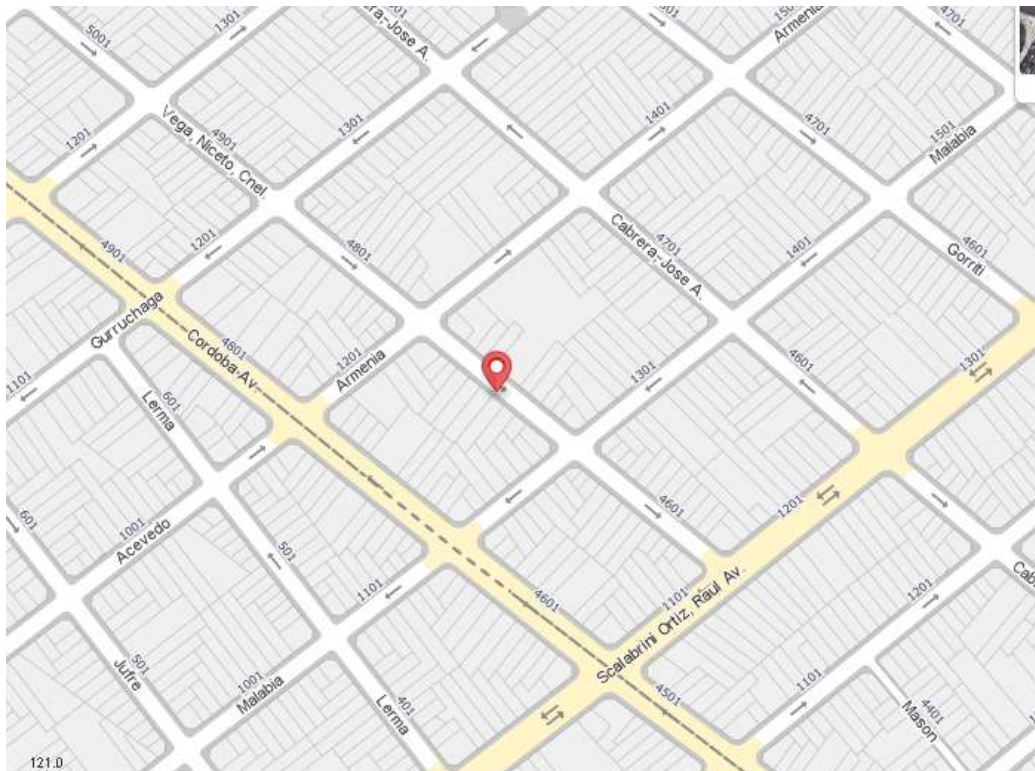


El hotel cuenta con 22 empleados, que están distribuidos de la siguiente manera:

- Un gerente
- Un encargado general
- Un encargado de reservas
- Cuatro recepcionistas
- Tres bell boy
- Una ama de llaves
- Cuatro mucamas
- Un oficial de mantenimiento
- Un cheff
- Un cocinero
- Cuatro mozos

## 13.2. DATOS SOBRE EL TERRENO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL INMUEBLE

UBICACIÓN DEL TERRENO: El terreno se encuentra ubicado en la cuadra Coronel Niceto Vega 4748, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.



SUPERFICIE DEL TERRENO: La medida lineal del terreno es de 38 metros y la longitudinal es de 10 metros, lo que da una superficie de 380 metros cuadrados.

F.O.S: 0.7

F.O.T: 1.6

ALTURA MAXIMA PERMITIDA EN LA CONSTRUCCIÓN: 12 metros (se pueden ganar metros de altura si el último piso se construye para adentro con un ángulo de 45 grados o 2 metros para adentro desde la línea municipal)

ALTURA CONSTRUIDA: 14.1 metros

CALCULO DEL F.O.S:  $380\text{m}^2 \times 0.7 = 266 \text{ m}^2$  construibles.

CALULO DEL F.O.T:  $380\text{m}^2 \times 1.6 = 608 \text{ m}^2$  cubiertos.

CÓDIGO DE ZONIFICACION: El código de zonificación que se aplica es el R2B1, que expresa lo siguiente:

- Son zonas de carácter residencial similar a las R2A con menor intensidad de ocupación total.
- Topología edilicia: Se permiten edificios entre medianeras, de perímetro semilibre y de perímetro libre. Los edificios de perímetro libre se permitirán únicamente en parcelas mayores de  $2500 \text{ m}^2$  o un cuarto de manzana.
- Altura máxima: Para el caso de edificios entre medianera y perímetro semilibre, la altura máxima será de 10.50 m a contar desde la cota de la parcela determinada por la Dirección de Catastro permitiéndose la construcción de un piso retirado a una distancia mínima de 2.00 m desde la L.O. y por debajo de un plano inclinado de  $45^\circ$  desde la altura de 10.50 m y con un plano límite horizontal a 13.50 m desde la cota de la parcela. En el caso de edificios de perímetro libre el plano límite horizontal: 21.00 m a contar desde la cota de parcela.
- F.O.T: 1.60
- F.O.S: El que resulta de las normas de tejido salvo lo dispuesto en los Cuadros de Usos. La Línea de Frente Interno (LFI) coincidirá con Línea Interna de Basamento (LIB).
- Usos: Los que resulten de aplicar las disposiciones de los Cuadros de Usos.
- Observaciones: Se permiten construcciones habitables hasta un plano horizontal ubicado a más de 3.50 m del terreno natural dentro del 30% ocupable en el centro libre de manzana.
- a) Edificios entre medianeras: Tejido: Cumplirán las disposiciones generales de la Sección 4 de acuerdo a:  $R = h/d = 2,4$  Altura máxima: 10,50

- m. a contar desde la cota de la parcela determinada por la Dirección de Catastro permitiéndose la construcción de un piso retirado a una distancia mínima de 2 m. desde la L.O. y por debajo de un plano inclinado de 45° desde la altura de 10,50 m. y con un plano límite horizontal a 13,50 m. desde la cota de la parcela.
- b) Edificios de perímetro libre: Únicamente en parcelas mayores de 2.500 m<sup>2</sup> o un cuarto de manzana debiendo cumplimentar en todos los casos lo dispuesto en el Artículo 2.2.2 del Código de Planeamiento Urbano.
  - Plano límite horizontal: 21,00 m. a contar desde la cota de parcela.
  - c) Edificios de perímetro semilibre: Tejido: Cumplirá con las disposiciones generales de la Sección 4 de acuerdo a: Altura máxima: 10,50 m. a contar desde la cota de la parcela determinada por la Dirección de Catastro permitiéndose la construcción de un piso retirado a una distancia mínima de 2 m. desde la L.O. y por debajo de un plano inclinado de 45° desde la altura de 10,50 m. y con un plano límite horizontal a 13,50 m. desde la cota de la parcela.  $r = h'/d' = 5$

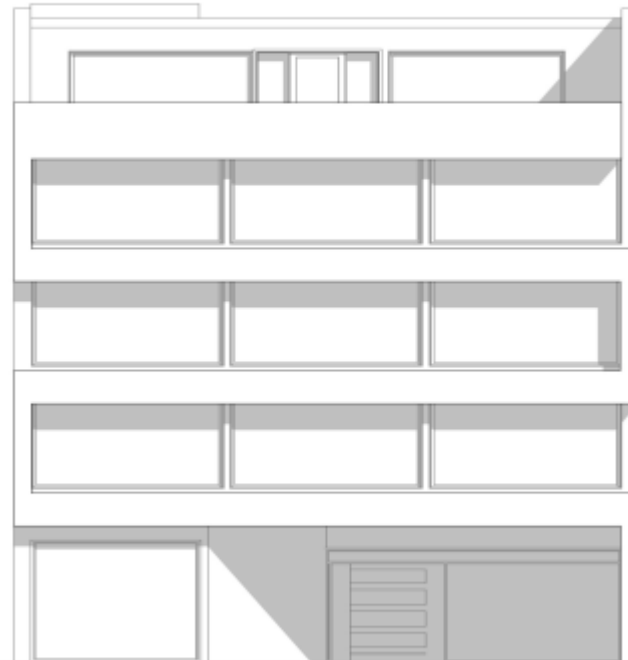
### 13.3. DISTRIBUCCION DE LA ALTURA CONSTRUIDA ENTRE TODAS LAS PLANTAS

	HABITACIONES		
	Metros por piso	ESTÁNDAR	SUPERIOR
habitaciones piso 4	2,6	1	2
habitaciones piso 3	2,6	3	3
habitaciones piso 2	2,6	3	3
habitaciones piso 1	2,6	3	3
lobby	2,9		
(losas)	0,8		
Altura Total	14,1		
Total de habitaciones por tipo		10	11
<b>TOTAL DE HABITACIONES</b>	<b>21</b>		

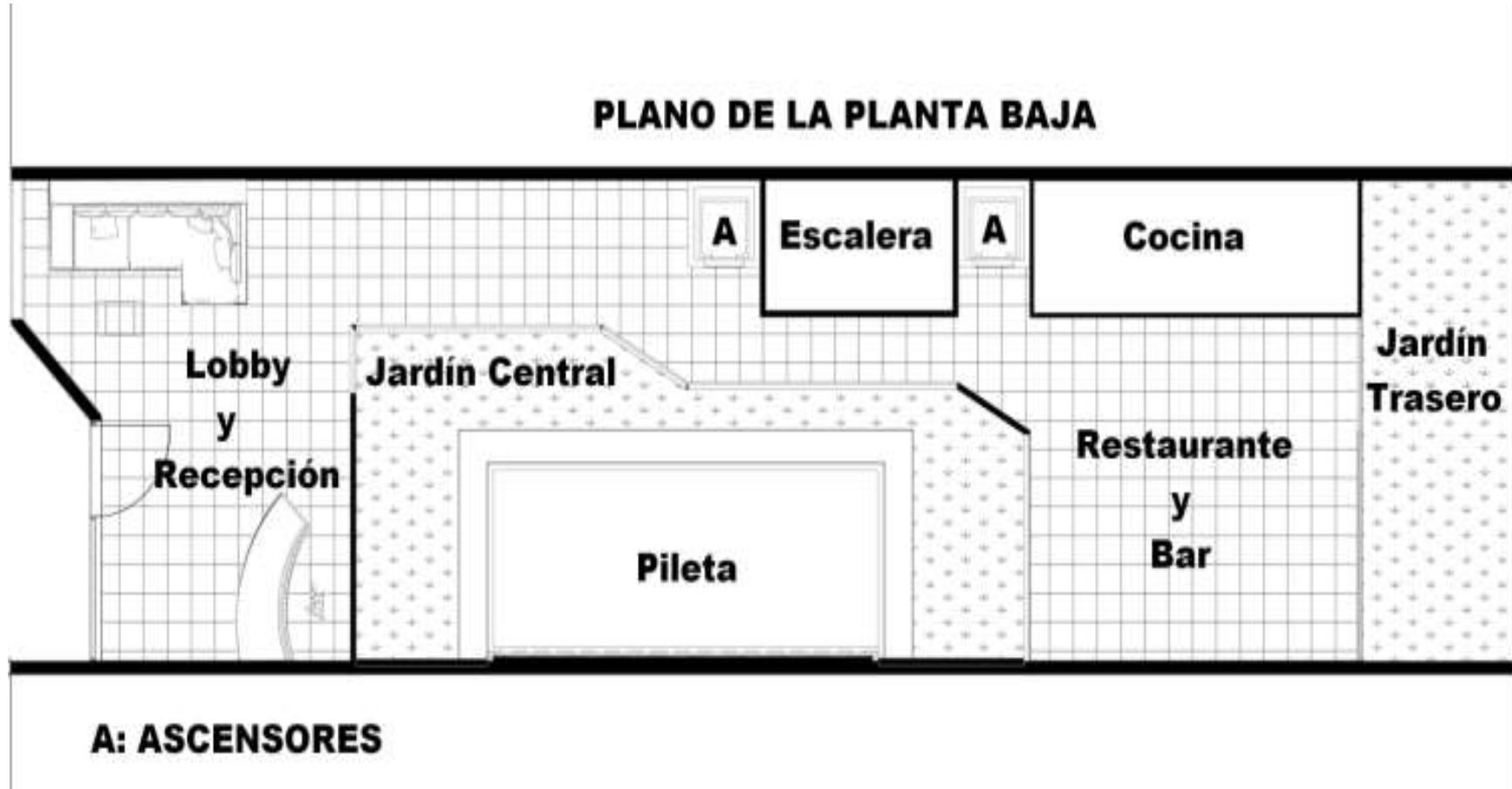
El hotel cuenta con cuatro pisos de habitaciones. En el piso número cuatro también se encuentra el gimnasio y el spa.

En la planta baja se encuentran los dos jardines, uno de ellos con pileta; y el restaurante.

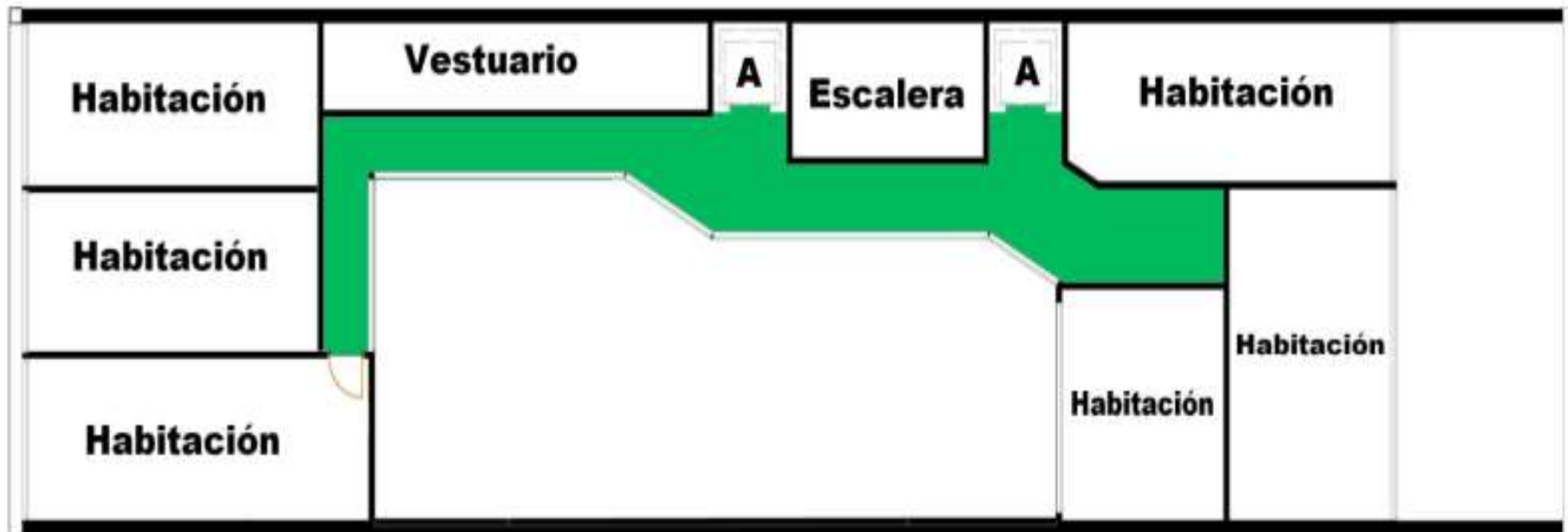
### 13.4. PLANOS E IMAGENES ILUSTRATIVAS DEL HOTEL



## PLANO DE LA PLANTA BAJA



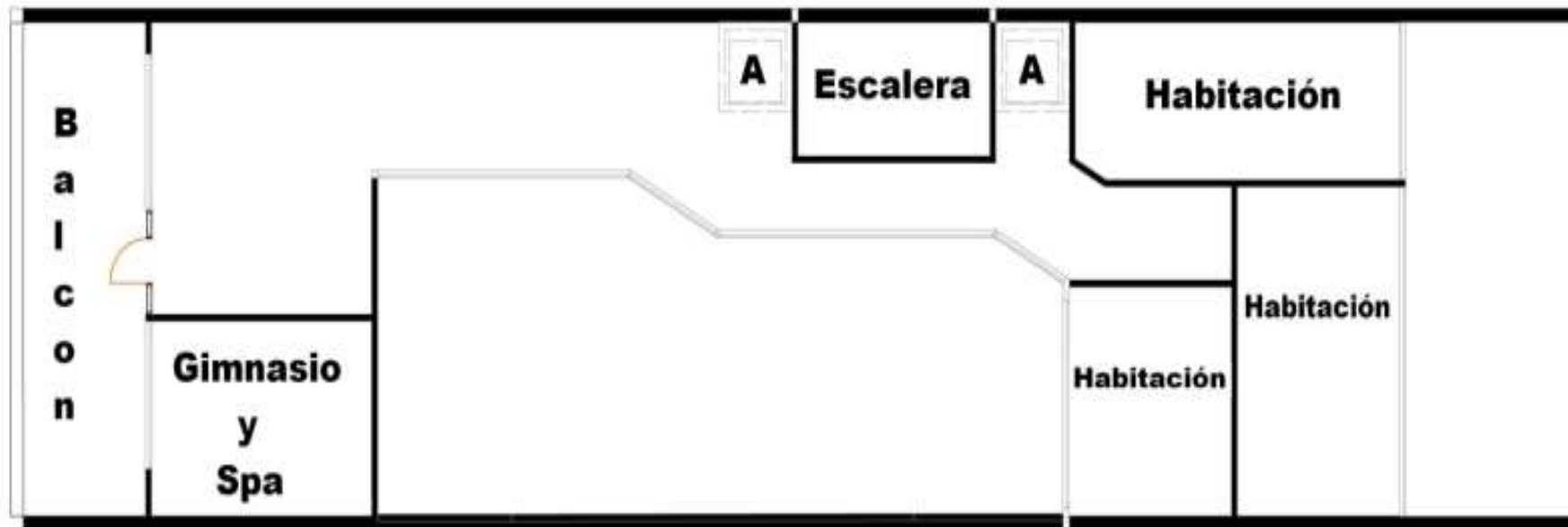
## PLANO DE LOS PISOS 1, 2 Y 3



**A: ASCENSORES**



## PLANO DEL CUARTO PISO



**A: ASCENSORES**

## FACHADA DEL HOTEL





## TIPO DE HABITACION NUMERO 1





## TIPO DE HABITACION NUMERO 2



### TIPO DE HABITACION TRASERA NUMERO 3



## JARDÍN CENTRAL CON LA PILETA Y SU JARDÍN VERTICAL





## BALCON VERDE A LA CUADRA



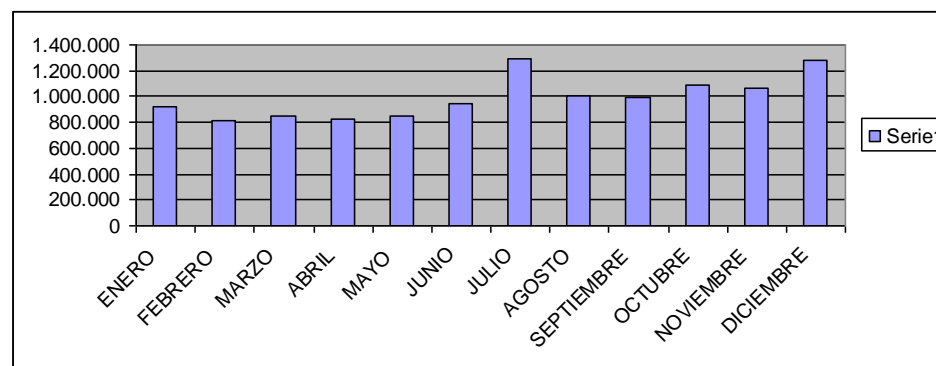


## TECHO VERDE CON TUBOS Y PANELES SOLARES



### 13.5. RESUMEN DE LOS INGRESOS POR SECTOR

CÓDIGO	CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES POR RUBRO
1	ALOJAMIENTO	520.800	470.400	488.250	472.500	488.250	535.500	742.140	585.900	567.000	624.960	604.800	664.020	6.764.520
2	TELÉFONO E INTERNET	20.800	18.600	19.500	18.900	19.500	21.400	29.600	23.400	22.800	24.900	24.100	26.500	270.000
3	MINIBARES	48.100	40.500	43.200	40.800	43.200	50.300	52.300	47.800	45.000	43.700	45.700	59.600	560.200
4	RESTAURANTE Y BAR	262.400	232.200	242.900	233.500	242.900	271.300	395.200	281.500	290.200	324.800	312.800	398.500	3.488.200
5	ROOM SERVICE	64.200	54.100	57.600	54.500	57.500	67.100	78.400	67.200	63.400	74.800	80.900	132.800	852.500
<b>TOTALES MENSUALES</b>		<b>916.300</b>	<b>815.800</b>	<b>851.450</b>	<b>820.200</b>	<b>851.350</b>	<b>945.600</b>	<b>1.297.640</b>	<b>1.005.800</b>	<b>988.400</b>	<b>1.093.160</b>	<b>1.068.300</b>	<b>1.281.420</b>	<b>11.935.420</b>
<b>TOTAL ACUMULADO</b>			1.732.100	2.583.550	3.403.750	4.255.100	5.200.700	6.498.340	7.504.140	8.492.540	9.585.700	10.654.000	11.935.420	
<b>VARIACIONES EN \$</b>			-100.500	35.650	-31.250	31.150	94.250	352.040	-291.840	-17.400	104.760	-24.860	213.120	
<b>VARIACIONES EN %</b>			-10,97	4,37	-3,67	3,80	11,07	37,23	-22,49	-1,73	10,60	-2,27	19,95	



### 13.6. COMPOSICION DE LOS RUBROS PARA LA DETERMINACION DE LOS INGRESOS

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL POR RUBRO
CÓDIGO1 ALOJAMIENTO	PORCENTAJE DE OCUPACIÓN EN EL MES (%)	80	80	75	75	75	85	95	75	75	80	80	85	
	DÍAS DEL MES	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
	VALOR DE CADA HABITACIÓN	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
	CANTIDAD DE HABITACIONES	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
	VALOR DEL ALOJAMIENTO (*)	520.800	470.400	488.250	472.500	488.250	535.500	742.140	585.900	557.000	624.960	604.800	664.020	6.754.520
CÓDIGO2 TELEFONO E INTERNET	ESTIMADO	20.800	18.800	19.500	18.900	19.500	21.400	29.600	23.400	22.800	24.900	24.100	25.500	270.000
CÓDIGO3 MINIBARES	ESTIMADO	48.100	40.500	43.200	40.800	43.200	50.300	52.300	47.800	45.000	43.700	45.700	59.600	560.200
CÓDIGO4 RESTAURANTE Y BAR	ESTIMADO	262.400	232.200	242.900	233.500	242.900	271.300	395.200	281.500	290.200	324.800	312.800	398.500	3.488.200
CÓDIGO5 ROOMSERVICE	ESTIMADO	64.200	54.100	57.600	54.500	57.500	67.100	78.400	67.200	63.400	74.800	80.900	132.800	852.500
TOTALES POR MES		916.300	815.800	851.450	820.200	851.350	945.600	1.297.640	1.005.800	988.400	1.093.160	1.068.300	1.281.420	11.935.420

(\*) Para determinar el valor del ingreso por alojamiento se ha tomado el valor de cada habitación por la cantidad de habitaciones. A este valor se lo ha multiplicado por la cantidad de días del mes, y por último al resultado obtenido se le ha aplicado el porcentaje de ocupación estimado para cada mes.

Aclaración código 4: Si bien es cierto que el emprendimiento se halla inmerso en un polo con variedad en oferta gastronómica, entendemos adecuado el ingreso estimado por tal concepto, considerando, a valores actuales un precio promedio del cubierto de \$ 170,- por persona y una atención de almuerzo y cena. Es decir: 21 habitaciones por 2 personas por habitación, nos da 42 personas. Estimando una atención del 60% de los huéspedes en este sector, nos da 25 personas por \$ 170 el cubierto resulta \$ 4.250 por turno de atención. En resumen estimamos razonable los \$ 8.500 diarios lo que arroja aproximadamente \$ 255.500 de ingresos por este concepto para el mes de enero.

### 13.7. RESUMEN DE LOS EGRESOS POR SECTOR

CÓDIGO	CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES POR RUBRO
1	DIVISIÓN DE CUARTOS	202.827	197.277	198.327	197.977	191.527	272.266	191.527	196.933	191.177	191.827	191.477	283.387	2.506.532
2	ALIMENTOS Y BEBIDAS	314.552	288.011	310.352	302.905	310.352	340.656	310.352	312.868	302.905	310.352	302.905	350.312	3.758.522
3	MANTENIMIENTO	14.635	13.885	14.035	13.985	16.035	22.227	15.035	14.951	13.985	14.535	13.985	20.635	187.923
4	ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA	44.720	44.510	44.720	44.650	44.720	65.025	44.720	44.720	44.650	44.720	44.650	65.095	576.900
5	VENTAS - COMERCIALIZACIÓN	24.012	21.237	22.312	21.287	23.112	32.180	23.112	21.985	22.287	22.112	23.087	31.983	288.705
8	GASTOS DE EXPLOTACIÓN	104.017	104.017	103.091	103.091	103.091	104.943	106.795	103.091	103.091	104.017	104.017	105.395	1.248.656
9	IMPUESTOS DEVENGADOS	28.789	25.774	26.844	25.906	26.841	29.668	40.229	31.474	30.952	34.095	33.349	39.743	373.663
<b>TOTALES MENSUALES</b>		<b>733.551</b>	<b>694.711</b>	<b>719.680</b>	<b>709.801</b>	<b>715.677</b>	<b>866.965</b>	<b>731.769</b>	<b>726.022</b>	<b>709.047</b>	<b>721.657</b>	<b>713.470</b>	<b>896.550</b>	<b>8.938.900</b>
<b>TOTAL ACUMULADO</b>			1.428.262	2.147.942	2.857.743	3.573.420	4.440.385	5.172.154	5.898.176	6.607.223	7.328.880	8.042.350	8.938.900	
<b>VARIACIONES EN \$</b>			38.840	-24.969	9.879	-5.876	-151.288	135.195	5.747	16.975	-12.611	8.188	-183.080	
<b>VARIACIONES EN %</b>			5,29	-3,59	1,37	-0,83	-21,14	15,59	0,79	2,34	-1,78	1,13	-25,66	

### 13.8. COMPOSICION DE LOS RUBROS PARA LA DETERMINACION DE LOS EGRESOS DIRECTOS POR SECTOR

SECTORES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
<b>C DIVISIÓN DE CUARTOS (13)</b>													
F Sueldos y Jornales	100.133	100.133	100.133	100.133	100.133	100.133	100.133	103.471	100.133	100.133	100.133	100.133	<b>1.204.932</b>
F SAC (dic es 50 % de agosto x mejor sueldo)						50.066						51.735	<b>101.802</b>
F Cargas Sociales	62.044	62.044	62.044	62.044	62.044	93.067	62.044	64.113	62.044	62.044	62.044	96.169	<b>811.748</b>
F Consumos del Personal (almuerzos y cenas)	10.850	9.800	10.850	10.500	10.850	10.500	10.850	10.850	10.500	10.850	10.500	10.850	<b>127.750</b>
F TV cable	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	<b>24.000</b>
F Gastos varios habitaciones	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200	<b>86.400</b>
F Uniforme y equipos (15 equipos a 300 \$ c/uno)	4.500												<b>4.500</b>
F Telefonía abonos	13.800	13.800	13.800	13.800	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.300	7.300	13.000	<b>117.800</b>
F Telefonía gastos y servicios	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	2.300	<b>27.600</b>
<b>TOTALES</b>	<b>202.827</b>	<b>197.277</b>	<b>198.327</b>	<b>197.977</b>	<b>191.527</b>	<b>272.266</b>	<b>191.527</b>	<b>196.933</b>	<b>191.177</b>	<b>191.827</b>	<b>191.477</b>	<b>283.387</b>	<b>2.506.532</b>
<b>ALIMENTOS Y BEBIDAS (6)</b>													
F Sueldos y Jornales	46.964	46.964	46.964	46.964	46.964	46.964	46.964	48.529	46.964	46.964	46.964	46.964	<b>565.129</b>
F SAC (dic es 50 % de agosto x mejor sueldo)						23.482						24.265	<b>47.746</b>
F Cargas Sociales	28.538	28.538	28.538	28.538	28.538	42.807	28.538	29.489	28.538	28.538	28.538	44.234	<b>373.373</b>
F Consumos del Personal (almuerzos y cenas)	10.850	9.800	10.850	10.500	10.850	10.500	10.850	10.850	10.500	10.850	10.500	10.850	<b>127.750</b>
F Costo de materia prima - alimentos	150.000	135.484	150.000	145.161	150.000	145.161	150.000	150.000	145.161	150.000	145.161	150.000	<b>1.766.129</b>
F Costo de materia prima - bebidas	70.000	63.226	70.000	67.742	70.000	67.742	70.000	70.000	67.742	70.000	67.742	70.000	<b>824.194</b>
F Artículos de limpieza	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	<b>48.000</b>
F Uniforme y equipos (14 equipos a 300 \$ c/uno)	4.200												<b>4.200</b>
<b>TOTALES</b>	<b>314.552</b>	<b>288.011</b>	<b>310.352</b>	<b>302.905</b>	<b>310.352</b>	<b>340.656</b>	<b>310.352</b>	<b>312.868</b>	<b>302.905</b>	<b>310.352</b>	<b>302.905</b>	<b>350.312</b>	<b>3.756.522</b>
<b>EGRESOS DIRECTOS TOTALES</b>	<b>517.379</b>	<b>485.289</b>	<b>508.679</b>	<b>500.882</b>	<b>501.879</b>	<b>612.922</b>	<b>501.879</b>	<b>509.802</b>	<b>494.082</b>	<b>502.179</b>	<b>494.382</b>	<b>633.699</b>	<b>6.263.053</b>



### 13.9. COMPOSICION DE LOS RUBROS PARA LA DETERMINACION DE LOS EGRESOS INDIRECTOS POR SECTOR

SECTORES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
<b>MANTENIMIENTO (1)</b>													
F Sueldos y Jornales	7.994	7.994	7.994	7.994	7.994	7.994	7.994	8.261	7.994	7.994	7.994	7.994	<b>96.200</b>
F SAC (dic es 50 % de agosto x mejor sueldo)						3.997						4.130	<b>8.128</b>
F Cargas Sociales	4.490	4.490	4.490	4.490	4.490	6.735	4.490	4.640	4.490	4.490	4.490	6.960	<b>58.745</b>
F Consumos del Personal (almuerzos y cenas)	1.550	1.400	1.550	1.500	1.550	1.500	1.550	1.550	1.500	1.550	1.500	1.550	<b>18.250</b>
F Uniforme y equipos (2 equipos a 300 \$ c/uno)	600												<b>600</b>
V Gastos varios de mantenimiento					2.000	2.000	1.000	500		500			<b>6.000</b>
<b>TOTALES</b>	<b>14.635</b>	<b>13.885</b>	<b>14.035</b>	<b>13.985</b>	<b>16.035</b>	<b>22.227</b>	<b>15.035</b>	<b>14.951</b>	<b>13.985</b>	<b>14.535</b>	<b>13.985</b>	<b>20.635</b>	<b>187.923</b>
<b>ADMINISTRACIÓN y GERENCIA (1)</b>													
F Sueldos y Jornales del Gerente	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	27.500	<b>330.000</b>
F SAC						13.750						13.750	<b>27.500</b>
F Cargas Sociales ( no corresponde)													<b>0</b>
F Consumos del Personal (almuerzos y cenas)	2.170	1.960	2.170	2.100	2.170	2.100	2.170	2.170	2.100	2.170	2.100	2.170	<b>25.550</b>
F Viáticos y Movilidad - Combustible	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	<b>6.000</b>
F Honorarios Abono del Contador	13.250	13.250	13.250	13.250	13.250	19.875	13.250	13.250	13.250	13.250	13.250	19.875	<b>172.250</b>
F Gastos varios de administración y gestión	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	<b>10.800</b>
F Gastos de librería	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	<b>4.800</b>
<b>TOTALES</b>	<b>44.720</b>	<b>44.510</b>	<b>44.720</b>	<b>44.650</b>	<b>44.720</b>	<b>65.025</b>	<b>44.720</b>	<b>44.720</b>	<b>44.650</b>	<b>44.720</b>	<b>44.650</b>	<b>65.095</b>	<b>576.900</b>

SECTORES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
<b>ENCARGADO GENERAL (1)</b>													
F Sueldos y Jornales del vendedor	12.936	12.936	12.936	12.936	12.936	12.936	12.936	13.368	12.936	12.936	12.936	12.936	<b>155.668</b>
F SAC (dic.es 50 % de agosto x mejor sueldo)						6.468						6.684	<b>13.152</b>
F Cargas Sociales	7.250	7.250	7.250	7.250	7.250	10.876	7.250	7.492	7.250	7.250	7.250	11.238	<b>94.860</b>
F Consumos del Personal (almuerzos y cenas)	775	700	775	750	775	750	775	775	750	775	750	775	<b>9.125</b>
F Uniforme y equipos	500												<b>500</b>
F Publicidad y Propaganda	1.200				800	800	800			800	800		<b>5.200</b>
F Gastos varios de comercialización	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	<b>4.200</b>
F Imprenta	1.000		1.000		1.000		1.000		1.000		1.000		<b>6.000</b>
<b>TOTALES</b>	<b>24.012</b>	<b>21.237</b>	<b>22.312</b>	<b>21.287</b>	<b>23.112</b>	<b>32.180</b>	<b>23.112</b>	<b>21.985</b>	<b>22.287</b>	<b>22.112</b>	<b>23.087</b>	<b>31.983</b>	<b>288.705</b>
<b>GASTOS DE EXPLOTACIÓN</b>													
V Luz (*)	13.630	13.630	12.778	12.778	12.778	14.481	16.185	12.778	12.778	13.630	13.630	14.481	163.554
V Gas (*)	691	691	648	648	648	734	820	648	648	691	691	691	8.246
V Agua (*)	495	495	464	464	464	526	588	464	464	495	495	1.021	6.435
F Amortizaciones (+)	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	82.202	986.421
F Seguros	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	7.000	84.000
<b>TOTALES</b>	<b>104.017</b>	<b>104.017</b>	<b>103.091</b>	<b>103.091</b>	<b>103.091</b>	<b>104.943</b>	<b>106.795</b>	<b>103.091</b>	<b>103.091</b>	<b>104.017</b>	<b>104.017</b>	<b>105.395</b>	<b>1.248.656</b>
<b>IMPUESTOS DEVENGADOS</b>													
V Ingresos Brutos - 3%	27.489	24.474	25.544	24.606	25.541	28.368	38.929	30.174	29.652	32.795	32.049	38.443	358.063
F A.B.L. 1300 m <sup>2</sup> X \$ 1 por m <sup>2</sup>	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	1.300	15.600
<b>TOTALES</b>	<b>28.789</b>	<b>25.774</b>	<b>26.844</b>	<b>25.906</b>	<b>26.841</b>	<b>29.668</b>	<b>40.229</b>	<b>31.474</b>	<b>30.952</b>	<b>34.095</b>	<b>33.349</b>	<b>39.743</b>	<b>373.663</b>
<b>EGRESOS INDIRECTOS TOTALES</b>	<b>216.172</b>	<b>209.422</b>	<b>211.001</b>	<b>208.918</b>	<b>213.798</b>	<b>254.043</b>	<b>229.890</b>	<b>216.220</b>	<b>214.964</b>	<b>219.478</b>	<b>219.087</b>	<b>262.850</b>	<b>2.675.846</b>

(\*)Consumos estimados según los porcentajes de ocupación en cada mes.

(+)De acuerdo al cuadro de amortizaciones de la hoja 128



### 13.10. EGRESOS GENERALES TOTALES MENSUALES

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
EGRESOS DIRECTOS TOTALES	517.379	485.289	508.679	500.882	501.879	612.922	501.879	509.802	494.082	502.179	494.382	633.699	6.263.053
EGRESOS INDIRECTOS TOTALES	216.172	209.422	211.001	208.918	213.798	254.043	229.890	216.220	214.964	219.478	219.087	262.850	2.675.846
EGRESOS GENERALES TOTALES	733.551	694.711	719.680	709.801	715.677	866.965	731.769	726.022	709.047	721.657	713.470	896.550	8.938.900

### 13.11. CALCULO DE SUELDOS Y CARGAS SOCIALES

SECTORES	BASICOS SEGÚN ESCALA SALARIAL	TOTAL BASICOS POR SECTOR	ART. 11.3	ART. 11.4	ART. 11.5	ART. 11.6	PLUS 6%	REMUNE-RATIVO NO AL BASICO	RETENCIONES A EMPLEADO				SUELDO NETO (1 a 7 - 8 a 11)	CONTRIBUCIONES PATRONALES					CARGAS SOCIALES TOTALES QUE PAGA EMPLEADOR	
									ART. 23.3	ART. 25	O.SOCIAL	S.SOCIAL		ART. 23.3	ART. 24	O.SOCIAL	S.SOCIAL	A.R.T.		A.R.T.
									1%	2,5%	3%	11%		1%	2%	5,1%	21,9%	PORCEN-TUAL 2%		FIJO \$ 25 POR PERSONA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17			
									(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(% s/suma 1 a 6)	(8 A 11+ 12 A 17)	
<b>13 DIVISIÓN DE CUARTOS</b>																				
1 RESERVA	7.008	7.008		701	701	841	420	1.402	97	242	580	1.064	9.090	97	193	493	2.118	193	25	5.102
4 RECEPCIONISTAS	7.008	28.032		2.803	2.803	3.364	1.682	1.402	387	967	2.321	4.255	32.156	387	774	1.973	8.472	774	100	20.409
3 BELL BOYS	6.163	18.489		1.849	1.849	2.219	1.109	1.233	255	638	1.531	2.807	21.517	255	510	1.301	5.588	510	75	13.470
1 AMA DE LLAVES	7.008	7.008		701	701	841	420	1.402	97	242	580	1.064	9.090	97	193	493	2.118	193	25	5.102
4 MUCAMAS	6.163	24.652		2.465	2.465	2.958	1.479	1.233	340	850	2.041	3.742	28.279	340	680	1.735	7.450	680	100	17.960
TOTALES DEL SECTOR													<u>100.133</u>							<u>62.044</u>
<b>6 ALIMENTOS Y BEBIDAS</b>																				
1 CHEFF	7.008	7.008		701	701	841	420	1.402	97	242	580	1.064	9.090	97	193	493	2.118	193	25	5.102
1 COCINEROS	6.435	6.435		644	644	772	386	1.287	89	222	533	977	8.347	89	178	453	1.945	178	25	4.687
4 MOZOS	6.435	25.740		2.574	2.574	3.089	1.544	1.287	355	888	2.131	3.907	29.526	355	710	1.812	7.779	710	100	18.749
TOTALES DEL SECTOR													<u>46.964</u>							<u>28.538</u>
<b>MANTENIMIENTO</b>																				
1 OFICIAL	6.163	6.163		616	616	740	370	1.233	85	213	510	936	7.994	85	170	434	1.863	170	25	4.490
<b>GENERAL(1)</b>																				
1 ENCARGADO GENERAL	9.973	9.973		997	997	1.197	598	1.995	138	344	826	1.514	12.936	138	275	702	3.014	275	25	7.250

## CALCULO DE SUELDOS Y CARGAS SOCIALES – NOTAS ACLARATORIAS

El cálculo de sueldos y cargas sociales se realizó de acuerdo a lo establecido en la escala de agosto-septiembre-octubre 2014 (FEHGRA) C.C.T 389/04, Capital Federal, Gran Buenos Aires y La Plata.

Para el mes de agosto se calcula un día extra por el 2 de agosto, día del gastronómico.

Para el aguinaldo del mes de diciembre se toma como base el salario del mes de agosto por ser el mejor sueldo del segundo semestre.

### Artículos de la escala salarial que se aplican respecto al salario básico:

- ART. 11.3: antigüedad, no corresponde por ser el primer año.
- ART. 11.4: adicional por alimentación, 10% sobre salario básico.
- ART. 11.5: asistencia perfecta, 10% sobre su salario.
- ART. 11.6: complemento de servicio, 12% sobre su salario.
- Remunerativo no al básico (acuerdo 2014 expediente número 1.611.692/14 suma remunerativa no al básico).
- 6 % plus (solo para todas las empresas de Zona Norte y Capital Federal) expediente N° 1129253/05 M.T.S.S.

### Artículos de la escala salarial que se aplican respecto a las contribuciones patronales:

- ART. 23.3: 1% sepelio.
- ART. 25: 2.5% retención cuota sindical.
- Seguro social: 11%.
- Aseguradora riesgo de trabajo – fijo: 25 \$ por persona.
- Aseguradora riesgo de trabajo – porcentual: 2% sobre el salario.

## 13.12. DETERMINACIÓN DEL CONSUMO DE ELECTRICIDAD MENSUAL

	EQUIPOS					COSTO POR 1 EQUIPO EN EL MES 0,35	COSTO TOTAL POR EQUIPO EN EL MES (7)=(1) X (6)
	POTENCIA		CONSUMO HORAS		KWH		
	CANTIDAD (1)	EN WATTS (2)	KWH (3)=(2)/1000	EN UN DIA (4)	EN UN DIA (5)=(3) X (4)		
FREIDORA 33 LITROS	1	2000	2	5	10	105	105
CÁMARA FRIGORÍFICA	1	1400	1,4	24	33,6	352,8	352,8
HELADERAS BEBIDAS	3	160	0,16	24	3,84	40,32	120,96
FREEZER	2	220	0,22	24	5,28	55,44	110,88
LAVAVAJILLAS	1	3000	3	12	36	378	378
BATIDORA	1	250	0,25	5	1,25	13,125	13,125
VELADORES	50	60	0,06	10	0,6	6,3	315
AIRE ACONDICIONADO FRÍO/CALOR	30	2200	2,2	10	22	231	6930
TELEVISORES LCD	30	100	0,1	10	1	10,5	315
SECADORES DE PELO	25	500	0,5	1	0,5	5,25	131,25
TELÉFONOS	30	30	0,03	1	0,03	0,315	9,45
LAMPARAS LED	1000	7	0,007	8	0,056	0,588	588
MINIBAR	23	90	0,09	24	2,16	22,68	521,64
INFORMÁTICA	4	400	0,4	24	9,6	100,8	403,2
CONTROLADOR FISCAL	1	50	0,05	24	1,2	12,6	12,6
COMPUTADORAS P/HUÉSPEDES	2	300	0,3	12	3,6	37,8	75,6
ASPIRADORAS	3	750	0,75	15	11,25	118,125	354,375
ASCENSOR PARA 5 PISOS	2	20000	20	15	300	3150	6300
TOTALES			31,517		441,966	4640,64	17037

Los cálculos se realizaron tomando en cuenta:

- un promedio de 30 días por mes
- 0,35 \$ KW por hora
- 1000 WATTS equivalen a 1 KW

### 13.13. CALCULO PARA EQUIPOS FOTOVOLTAICOS

Cada equipo fotovoltaico brinda 0.8 Kwh. de potencia y el hotel consume 31.517 Kwh.

$31.517 / 0.8 = 39$ . (El hotel necesitaría 39 equipos fotovoltaicos).

Cada equipo tiene un valor de \$15.000.- X 39 equipos = \$585.000.-

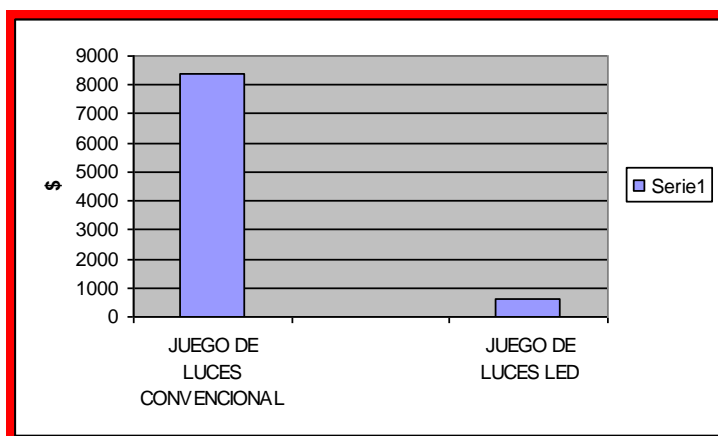
El hotel por mes gasta \$17.017.- en electricidad. Con ese valor, los equipos fotovoltaicos se amortizarían en 35 meses. ( $\$585.000.- / \$17.017.- = 35$ ).

### 13.14. COMPARACION ENTRE LAMPARAS CONVENCIONALES Y LAMPARAS LED

Cálculo entre habitaciones y áreas comunes.

Cada lámpara Led consume 7 watts.

	LAMPARAS				COSTO POR EQUIPO EN EL MES	COSTO TOTAL POR EQUIPO EN EL MES	
	POTENCIA	CONSUMO		EN UN DIA			
		EN WATTS	HORAS				KWH
CANTIDAD (1)	(2)	(3)=(2)/1000	(4)	(5)= (3) X (4)	(6)= (5)X0,35 X 30	(7)= (1) X (6)	
JUEGO DE LUCES CONVENCIONAL	1000	100	0,1	8	0,8	8,4	8400
JUEGO DE LUCES LED	1000	7	0,007	8	0,056	0,588	588



**EL HOTEL AHORRA \$7812 POR MES CON LA COMPRA DE LAMPARAS LED.**

### 13.15. DETERMINACIÓN DEL CONSUMO DE GAS MENSUAL

- Se considera un promedio de 30 días por mes con una tasa promedio de ocupación del 83%.
- El precio por m<sup>3</sup> de gas es de \$0,15.
- 1m<sup>3</sup> de gas equivale a 9.3 Kcal.
- 20kcal equivalen a 20 grados por m<sup>3</sup>.

	LITROS POR EQUIPO	MEDIDA	USO EN EL DIA	TOTAL LITROS
DUCHA	18	MINUTO	22	396
LAVAVAJILLAS	15	ENJUAGUE	20	300
DUCHA PERSONAL	18	MINUTO	390	7020
<b>TOTAL</b>				<b>7716</b> L

#### GAS PARA CALENTAR EL AGUA:

Litros de agua caliente por día: 7716

Litros de agua caliente por mes: para este cálculo se consideran:

a) En primer lugar, las ducha que toman los huéspedes y se lo multiplica por los días del mes. A este resultado se lo multiplica por la cantidad de habitaciones y se le aplica el porcentaje de ocupación promedio.

b) Por otro lado se suman los litros diarios consumidos por el lavavajillas y se le adiciona el consumo diario de la ducha de personal. A este resultado se lo multiplica por 30, es decir los días por mes promedio.

Por último se suman ambos ítems, es decir que, en este caso tenemos

$$((396 \times 30 \times 21 \times 83 \%) + (300 + 7020) \times 30) = 426668.4$$

$$\text{M3 por mes: } 426668.4 / 1000 = 426.67$$

Kcal.:  $426.67 \times 20 = 8533.368$

M3 de gas:  $8533.368 \times 9.3 = 917.57$

SUBTOTAL:  $917.57 \times 0.15\$ = \$137.67.-$

	<u>KCAL</u>	<u>USO EN EL DIA</u>	<u>TOTAL</u>
COCINA 8 HORNALLAS	1800	6	10800
HORNO PASTELERO 24 MOLDES	2700	6	16200
PARRILLA A GAS	3000	6	18000
TOTAL			<u><u>45000</u></u> KCAL

**GAS PARA CONSUMO DE COCINA:**

Kcal.: 45000

M3 de gas:  $45000 \times 9.3 = 4838.71$

SUBTOTAL:  $4838.71 \times \$0.15 = \$725.81.-$

**CONSUMO TOTAL DE GAS: \$863.44.- POR MES**

### 13.16. DETERMINACIÓN DEL CONSUMO DE AGUA MENSUAL

- Se considera un promedio de 30 días por mes.
- Cálculo por habitación base doble - 2 personas.
- Se estima un precio de 0,70 \$ por metro cúbico de agua.
- 1000 litros equivalentes a 1m<sup>3</sup>.

HABITACIONES	LITROS QUE USA	MEDIDA	USO EN EL DIA	TOTAL LITROS
DUCHA	18	MINUTO	20	360
INODORO	18	BOTÓN	6	108
PILETA	20	MINUTO	15	300
TOTAL POR DIA				<u>768</u> L
TOTAL 21 HAB POR DIA				<u>16128</u> L
TOTAL DE M <sup>3</sup> POR DIA				<u>16,13</u> m <sup>3</sup>

RESTAURANTE y ÁREAS PUBLICAS	LITROS QUE EN USO	MEDIDA	USO EN EL DIA	TOTAL LITROS
LAVAVAJILLAS	15	ENJUAGUE	20	300
DUCHA PERSONAL	18	MINUTO	220	3960
BAÑO DEL PERSONAL	38		231	8778
LIMPIEZA GENERAL	300		1	300
TOTAL POR DIA				<u>13338</u> L
TOTAL DE M <sup>3</sup> POR DIA				<u>13,338</u> m <sup>3</sup>



Consumo diario de agua:

- habitaciones 16,130 m<sup>3</sup>

- restaurante y áreas públicas 13.338 m<sup>3</sup>

Total: 29.468 m<sup>3</sup>

Consumo mensual de agua:

Al consumo diario de agua se lo multiplica por 30 días promedio, es decir:  $29,468 \text{ m}^3 \times 30 = 883,98 \text{ m}^3$

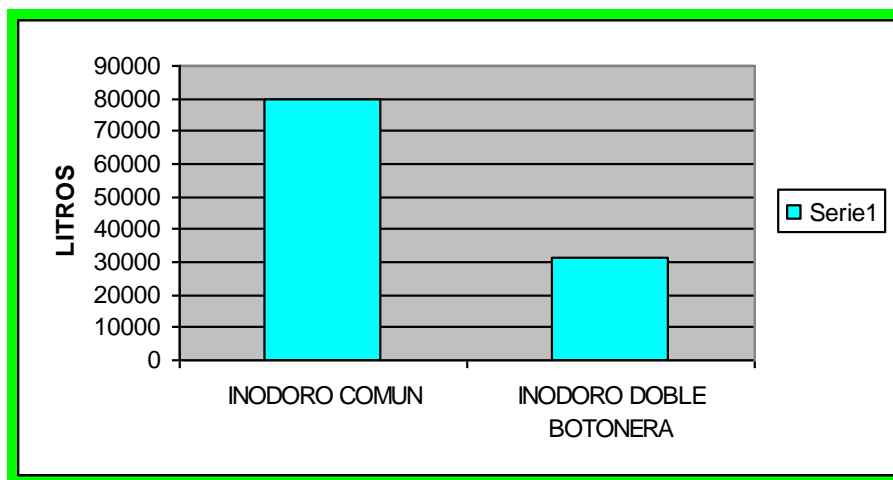
Costo del consumo mensual de agua:

Al resultado obtenido precedentemente se lo multiplica por el valor del m<sup>3</sup> de agua, es decir:  $883,98 \text{ m}^3 \times 0,70 \$ = \$ 618,79$

### 13.17. COMPARACIÓN DE INODOROS CONVENCIONALES E INODOROS CON DOBLE BOTON

	<u>INODORO COMUN</u>	<u>INODORO DOBLE BOTONERA</u>
HUESPEDES	68040	26460
PERSONAL	11880	4620
TOTAL	79920	31080

Los cálculos de los huéspedes se realizaron en base al uso de descargas por día, por la cantidad de habitaciones y la cantidad de días del mes; y las del personal en base a las descargas por día, por la cantidad de empleados, por la cantidad de días del mes.



SE UTILIZARIAN 46860 L MENOS DE AGUA COMPRANDO INODOROS  
CON DOBLE BOTON

### 13.18. EGRESOS ANUALES – TOTALES POR SECTOR

#### TOTAL DE EGRESOS DIRECTOS POR RUBRO

	<b>ANUALES</b>	
DIVISIÓN DE CUARTOS	2.506.532	
ALIMENTOS Y BEBIDAS	<u>3.756.522</u>	6.263.053

#### TOTAL DE EGRESOS INDIRECTOS

MANTENIMIENTOS	187.923	
ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA	576.900	
VENTAS - COMERCIALIZACIÓN	288.705	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	1.248.656	
IMPUESTOS DEVENGADOS	<u>373.663</u>	2.675.846

<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>8.938.900</b>	<b>8.938.900</b>
-------------------------	------------------	------------------

### 13.19. DETALLE Y VALUACIÓN DEL MOBILIARIO Y DE LAS INSTALACIONES

<b>MOBILIARIO PARA LA COCINA</b>				<b>CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MOBILIARIO</b>	<b>INSTALACIÓN</b>
COCINA 8 HORNALLAS	7000	1	7000		7000
FREIDORA 33 LITROS	2500	1	2500	2500	
HORNO PASTELERO 24 MOLDES	4000	1	4000		4000
CÁMARA FRIGORÍFICA	7000	1	7000		7000
HELADERAS PARA BEBIDAS	1500	2	3000	3000	
FREEZER	3000	1	3000	3000	
CAMPANA REDONDA	8000	1	8000		8000
MESA DE TRABAJO TOTAL	10000	2	20000		20000
AMASADORA 90 KILOS	12000	1	12000		12000
SOBADORA	10000	1	10000		10000
LAMINADORA	16000	1	16000		16000
BALANZA	1200	1	1200	1200	
LAVAVAJILLAS	2000	1	2000	2000	
MAQUINA DE CAFÉ	3000	2	6000	6000	
PARRILLA A GAS	2000	1	2000	2000	
BATIDORA	4000	1	4000	4000	
JUEGO DE LUCES (Incluye lámparas led)	500	10	5000	5000	
<b>TOTAL</b>			<b>112700</b>		

**MOBILIARIO PARA LAS HABITACIONES**

**CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES**

DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL	MOBILIARIO	INSTALACIÓN
SOMMIER	2000	21	42000	42000	
ESCRITORIOS	400	21	8400	8400	
SILLAS	70	50	3500	3500	
MESAS DE LUZ	120	45	5400	5400	
VELADORES	70	45	3150	3150	
JUEGO DE PERCHAS	40	120	4800	4800	
SABANAS, FRAZADAS Y ACOLCHADOS	500	65	32500	32500	
AIRE ACONDICIONADO FRÍO/CALOR	3000	21	63000		63000
TELEVISORES LCD	3500	21	73500	73500	
SECADORES DE PELO	200	21	4200	4200	
TELÉFONOS	80	21	1680	1680	
JUEGO DE TOALLONES Y TOALLAS	60	150	9000	9000	
JUEGO DE LUCES (Incluye lámparas led)	500	50	25000	25000	
MINIBAR	1500	21	31500	31500	
EQUIPAMIENTO DEL BAÑO	2000	21	42000		42000
CORTINAS	150	21	3150	3150	
CAJA FUERTE	350	21	7350		7350
<b>TOTAL</b>			<b>360130</b>		

**MOBILIARIO PARA ÁREAS PÚBLICAS Y RECEPCIÓN**

DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
MESADA PARA RECEPCIÓN	10000	1	10000
INFORMÁTICA	2000	2	4000
TELEFONÍA	100	2	200
SILLONES	2000	4	8000
MESAS VARIAS	500	4	2000
TELEVISORES LCD	2	3500	7000
MATAFUEGOS	200	20	4000
MUEBLES VARIOS	4000	1	4000
ARTICULOS PARA DECORACION	4000	1	4000
CONTROLADOR FISCAL	2000	1	2000
LUCES DE EMERGENCIA	20	25	500
COMPUTADORAS PARA HUÉSPEDES	1500	2	3000
AIRE ACONDICIONADO	3000	3	9000
JUEGO DE LUCES (Incluye lámparas led)	500	30	15000
<b>TOTAL</b>			<b>72700</b>

**CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES**

MOBILIARIO	INSTALACIÓN
	10000
4000	
200	
8000	
2000	
7000	
4000	
4000	
4000	
2000	
500	
3000	
	9000
15000	

**MOBILIARIO PARA ÁREAS HOUSEKEEPING Y MANTENIMIENTO**

DESCRIPCIÓN	PRECIO POR UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
ASPIRADORAS	300	3	900
CARROS DE LIMPIEZA	400	3	1200
HERRAMIENTAS VARIAS	3000	1	3000
ESTANTERÍAS	350	9	3150
JUEGO DE LUCES (Incluye lámparas led)	500	5	2500
<b>TOTAL</b>			<b>10750</b>

**CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES**

MOBILIARIO	INSTALACIÓN
	900
	1200
	3000
	3150
	2500

<b>MOBILIARIO PARA EL RESTAURANTE</b>				<b>CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MOBILIARIO</b>	<b>INSTALACIÓN</b>	
MESAS	250	40	10000	10000		
SILLAS	120	100	12000	12000		
MANTELES	30	100	3000	3000		
BLANCOS	30	200	6000	6000		
SET DE VAJILLA Y CRISTALERÍA	10000	1	10000	10000		
AIRE ACONDICIONADO	3000	2	6000		6000	
JUEGO DE LUCES (Incluye lámparas led)	500	10	5000	5000		
<b>TOTAL</b>			<b>52000</b>			
<b>MOBILIARIO PARA EL JARDÍN EXTERNO</b>				<b>CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MOBILIARIO</b>	<b>INSTALACIÓN</b>	
REPOSERAS	350	40	14000	14000		
BARRA DE TRAGOS	4000	1	4000		4000	
<b>TOTAL</b>			<b>18000</b>			
<b>INSTALACIONES Y MOBILIARIOS GENERALES</b>				<b>CLASIFICACION PARA AMORTIZACIONES</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PRECIO POR UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>	<b>MOBILIARIO</b>	<b>INSTALACIÓN</b>	<b>EQ SOLAR</b>
CALDERA	20000	1	20000		20000	
ASCENSOR PARA 4 PISOS	125000	2	250000		250000	
EQUIPO FOTOVOLTAICO	15000	39	585000			585000
GRUPO ELECTRÓGENO	8000	3	24000		24000	
BOMBA DE AGUA	10000	1	10000		10000	
TERMOTANQUES SOLARES	9000	2	18000			18000
MESAS Y SILLAS PARA EL PERSONAL	500	30	15000	15000		
EQUIPOS VARIOS GYM Y SPA	20000	1	20000	20000		
<b>TOTAL</b>			<b>942000</b>			
<b>TOTAL DE MOBILIARIOS E INSTALACIONES</b>			<b>1568280</b>	<b>435930</b>	<b>529350</b>	<b>603000</b>

## 13.20. CALCULO DE LAS AMORTIZACIONES

### 1 - TERRENO

SI BIEN EL TERRENO NO SE AMORTIZA CONTABLEMENTE, SE CONSIDERA SU VALOR DENTRO DE LA INVERSION INICIAL

**VALOR DEL TERRENO** 630000 U\$S  
 VALOR DEL TERRENO EN PESOS, CONSIDERANDO 8,50 \$ U\$S = 5355000

### 2 - CONSTRUCCIÓN

**VALOR DE LA CONSTRUCCIÓN** 2850000 U\$S SON 1140 M2 A RAZON DE 2500 DOLARES EL METRO DE CONSTRUCCION

PISO	SECTOR	SUPERFICIE CONSTRUIDA	
PLANTA BAJA	LOBBY	207	(incluye baños) (236 M2 POR PISO)
PISOS 1 A 3	HABITACIONES	708	
PISO 4	HABITACIONES Y SPA	225	

TOTAL M2 CONSTRUIDOS **1140**

VALOR M2. CONSTRUIDO EN u\$s **2500**

VALOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN PESOS 2850000 X 8,50 = 24225000

PERIODO DE AMORTIZACIÓN 50 AÑOS, 600 MESES

**AMORTIZACIÓN DEL EDIFICIO EN 50 AÑOS**  $\frac{24225000}{600}$  **40375 \$ / MES DE AMORTIZACIÓN**



BITLER, EZEQUIEL –Anteproyecto de un Eco-Hotel en la CABA



**3 - MOBILIARIO**

VALOR TOTAL DEL MOBILIARIO

435930

PERIODO DE AMORTIZACIÓN 5 AÑOS, ES DECIR 60 MESES

**AMORTIZACIÓN DEL MOBILIARIO**

$\frac{435930}{60}$

**7266 \$ / MES DE AMORTIZACIÓN**

**4 - INSTALACIONES**

VALOR TOTAL DEL INSTALACIONES

529350

PERIODO DE AMORTIZACIÓN 10 AÑOS, 120 MESES

**AMORTIZACIÓN DE LAS INSTALACIONES**

$\frac{529350}{120}$

**4411 \$ / MES DE AMORTIZACIÓN**

**5 - EQUIPOS FOTOVOLTAICOS Y TERMOTANQUES SOLARES**

VALOR TOTAL

603000

PERIODO DE AMORTIZACIÓN 20 MESES

**AMORTIZACIÓN**

$\frac{603000}{20}$

**30150 \$ / MES DE AMORTIZACIÓN**

**AMORTIZACIONES TOTALES POR MES**

**82202**

**INVERSION INICIAL**

**31148280**

### 13.21. INGRESOS Y EGRESOS MENSUALES, RESULTADOS NETOS MENSUALES Y EL TOTAL ANUAL

TOTAL	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTALES
<b>INGRESOS</b>	916.300	815.800	851.450	820.200	851.350	945.600	1.297.640	1.005.800	988.400	1.093.160	1.068.300	1.281.420	11.935.420
<b>EGRESOS</b>	733.551	694.711	719.680	709.801	715.677	866.965	731.769	726.022	709.047	721.657	713.470	896.550	8.938.900
<b>RESULTADO</b>	<b>182.749</b>	<b>121.089</b>	<b>131.770</b>	<b>110.399</b>	<b>135.673</b>	<b>78.635</b>	<b>565.871</b>	<b>279.778</b>	<b>279.353</b>	<b>371.503</b>	<b>354.830</b>	<b>384.870</b>	<b><u>2.996.520</u></b>

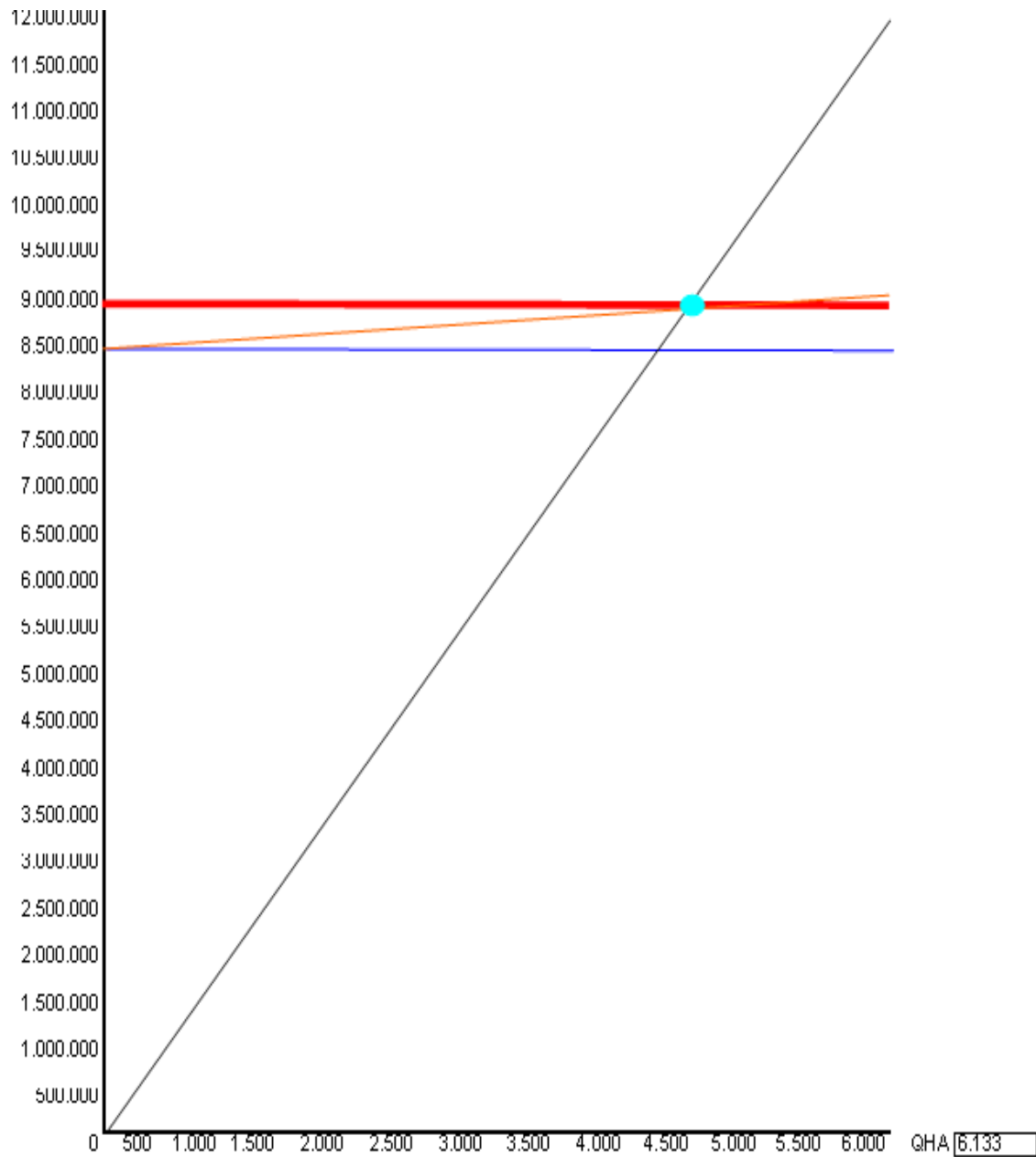
### 13.22. DETERMINACION DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

INGRESOS TOTALES	11.935.420
TOTAL COSTO FIJO	<b>8.402.602</b>
TOTAL COSTO VARIABLE	536.298
COSTO TOTAL	<b>8.938.900</b>
PE \$= $\frac{8.402.602}{1 - \frac{536.298}{11.935.420}}$	<b>8.797.921</b>

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
<b>% OCUPACION</b>	80	80	75	75	75	85	95	75	75	80	80	85
<b>QH DISPONIBLES</b>	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21
<b>DIAS DEL MES</b>	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
<b>QH VENDIDAS EN EL MES</b>	521	470	488	473	488	536	618	488	473	521	504	553
<b>QH ACUMULADAS</b>		991	1.479	1.952	2.440	2.976	3.594	4.082	4.555	5.076	5.580	6.133

El punto de equilibrio en habitaciones se logra a fin del mes de septiembre con 4500 habitaciones vendidas tal como se observa en el gráfico siguiente

## DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO - GRAFICO



----- INGRESOS TOTALES

----- COSTOS FIJOS

----- COSTOS VARIABLES

----- PUNTO DE EQUILIBRIO

### 13.23. COMPOSICIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

<b>TERRENO</b>	<b>5355000</b>
<b>CONSTRUCCION</b>	<b>24225000</b>
<b>MOBILIARIO</b>	<b>435930</b>
<b>INSTALACIONES</b>	<b>529350</b>
<b>EQUIPOS FOTOVOLTAICOS Y TERMOTANQUES SOLARES</b>	<b>603000</b>
<b>TOTAL</b>	<b><u>31148280</u></b>

### 13.24. PROYECCIÓN A 10 AÑOS

**INVERSION INICIAL 31.148.280**

CIFRAS ANUALES

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
PORCENTAJE DE INFLACION		18	18	18	15	15	15	12	12	10	10
TOTAL DE INGRESOS		11.935.420	14.919.275	18.649.094	22.378.913	26.854.695	31.688.540	37.392.477	43.001.349	49.451.551	54.396.706
TOTAL DE EGRESOS		8.938.900	11.173.625	13.967.031	16.760.437	20.112.524	23.732.778	28.004.679	32.205.380	37.036.187	40.739.806
BENEFICIO ECONOMICO	<b>-31.148.280</b>	2.996.520	3.745.650	4.682.063	5.618.476	6.742.171	7.955.762	9.387.799	10.795.969	12.415.364	13.656.900
VARIACION		-28.151.760	-24.406.109	-19.724.046	-14.105.570	-7.363.399	592.362	9.980.161	20.776.130	33.191.493	46.848.394

Las cifras colocadas en la columna “año 1” corresponden a los totales determinados precedentemente.

Para los años subsiguientes se ha tomado como base los importes del año 1 ajustándolos por una inflación estimada.

Se realizó suponiendo que la inflación en los próximos 10 años tenderá a reducirse.

Gracias a esto se puede ver que el beneficio económico se logra al sexto año.

### **13.25. ANALISIS DE EVALUACION DEL ANTEPROYECTO T.I.R Y V.A.N**

- La T.I.R expresa la rentabilidad en términos porcentuales. La T.I.R para nuestro anteproyecto es de un 16%, lo que quiere decir que el rendimiento anual es de un 16% sobre la inversión realizada. La cifra resulta del beneficio económico tomado desde el año 0, dividido por la tasa promedio, que en nuestro caso es de un 12%, valor que se obtiene del promedio del porcentaje de inflación estimado para los próximos 10 años.
- El V.A.N es una técnica que se emplea para la evaluación del anteproyecto que considera los flujos y también asume la existencia del valor cronológico del dinero. El V.A.N de este anteproyecto es de \$ 26.825.403 Esta cifra resulta del beneficio económico desde el año 1, dividido la tasa promedio, que en nuestro caso es de un 12%, valor que se obtiene del promedio del porcentaje de inflación considerado para los próximos 10 años.

Gracias a esto podemos concluir que el anteproyecto es viable, ya que la T.I.R. supera en un 4% al promedio de porcentaje de inflación.

Debido a la coyuntura político económico en la que se halla inmerso nuestro país resulta complejo determinar en la actualidad una inversión alternativa que no implique riesgo empresario.

Una de las características más importantes para diferenciar una alternativa de inversión de otra, es el nivel de riesgo que supone.

En una inversión, los rendimientos futuros no son seguros. Pueden ser grandes o modestos, pueden no producirse, e incluso puede significar perder el capital invertido. Esta incertidumbre se conoce como *riesgo*.

No existe inversión sin riesgo. Pero algunos productos implican más riesgo que otros.

Cada inversor tiene que decidir el nivel de riesgo que está dispuesto a asumir en busca de rentabilidades mayores

### 13.26. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

- **Supuesto 1:**

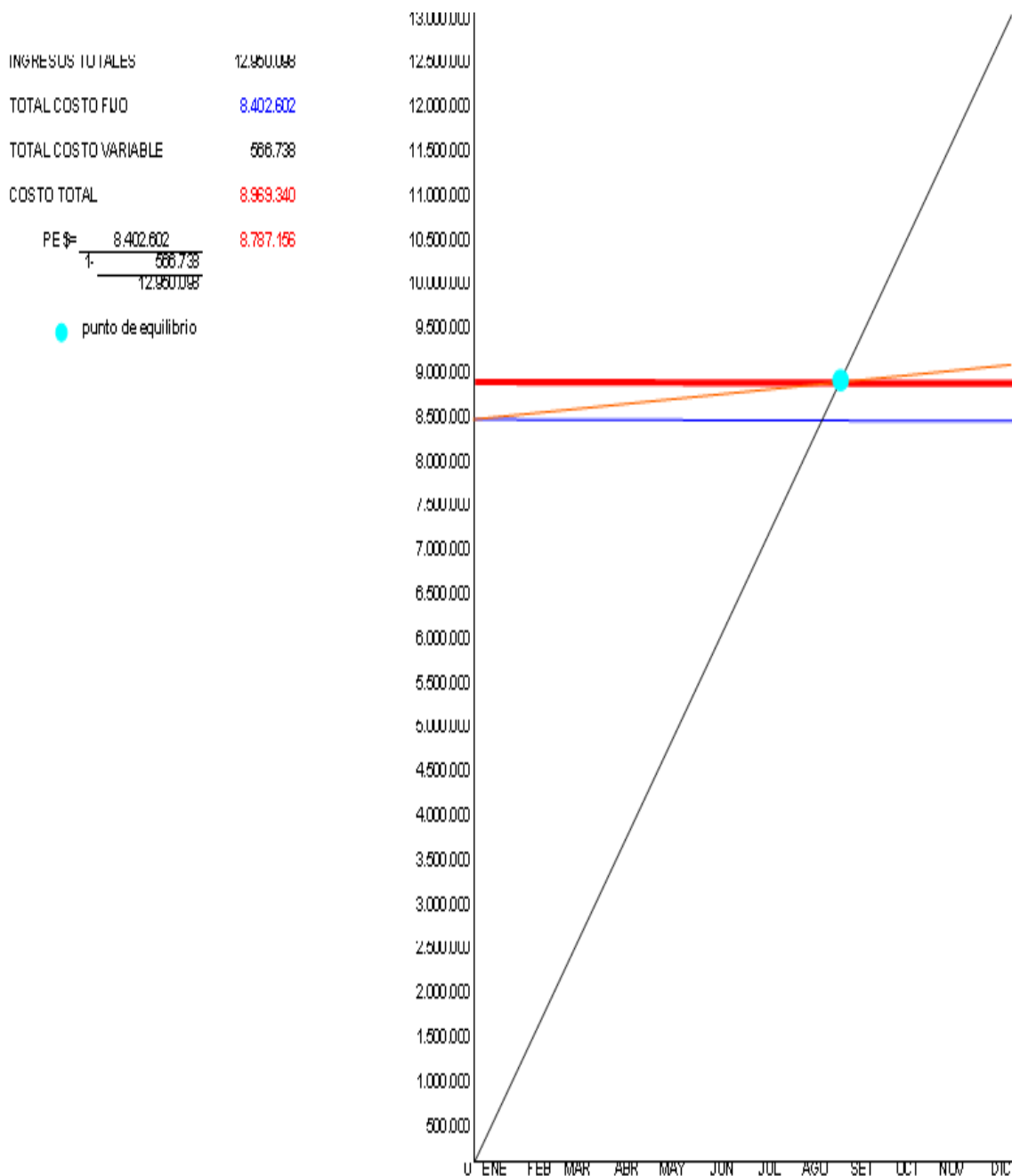
Se considera un aumento del 15% el valor de la habitación, y se observa un incremento del 8,5 % en los ingresos totales. Los costos variables se han incrementado en un 5,7 % ya que solo se modifica el impuesto a los ingresos brutos y permanecen sin alteración los valores de luz, gas y agua pues estos últimos no guardan relación con el valor de la habitación.

La utilidad neta se ha incrementado en un 32,8 %

ANALISIS DE SENSIBILIDAD - SUPUESTO 1								
	<u>SIN VARIACION</u>	<u>CON VARIACION</u>	VARIACION					
			<u>COSTO VARIABLE</u>		<u>INGRESOS</u>		<u>UTILIDAD</u>	
			\$	%	\$	%	\$	%
<b>COSTO FIJO</b>	8.402.602	8.402.602						
<b>COSTO VARIABLE</b>	536.298	566.738	30.440	5,7				
<b>COSTO TOTAL</b>	8.938.900	8.969.340						
<b>INGRESOS</b>	11.935.420	12.950.098			1.014.678	8,5		
<b>UTILIDAD</b>	2.996.520	3.980.758					984.238	32,8



### SUPUESTO 1 – PUNTO DE EQUILIBRIO



----- INGRESOS TOTALES

----- COSTOS FIJOS

----- COSTOS VARIABLES

----- PUNTO DE EQUILIBRIO

- **Supuesto 2**

Se reduce en un 10% el valor de la habitación, lo que implica una reducción en los ingresos de un 5,7 %. En este caso los costos variables han disminuido un 3,8 % ya que solo se modifica el impuesto a los ingresos brutos y permanecen sin alteración los valores de luz, gas y agua. Pues estos últimos no guardan relación con el valor de la habitación.

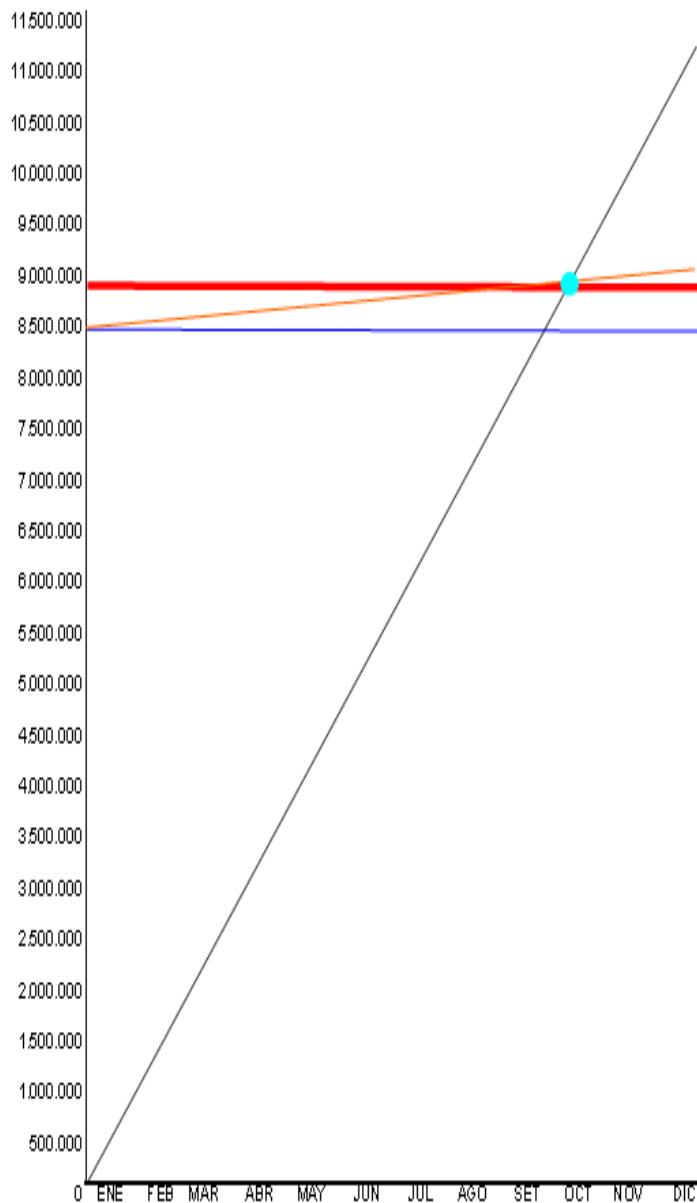
La utilidad neta ha disminuido un 21,9 % %.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD - SUPUESTO 2									
	SIN VARIACION	CON VARIACION	VARIACION						
			COSTO VARIABLE		INGRESOS		UTILIDAD		
			\$	%	\$	%	\$	%	
<b>COSTO FIJO</b>	8.402.602	8.402.602							
<b>COSTO VARIABLE</b>	536.298	516.004	-20.294	-3,8					
<b>COSTO TOTAL</b>	8.938.900	8.918.606							
<b>INGRESOS</b>	11.935.420	11.258.968			-676.452	-5,7			
<b>UTILIDAD</b>	2.996.520	2.340.362					-656.158	-21,9	

### SUPUESTO 2 – PUNTO DE EQUILIBRIO

INGRESOS TOTALES	11258.968
TOTAL COSTO FIJO	8402.602
TOTAL COSTO VARIABLE	516.004
COSTO TOTAL	8918.606
PE \$= $\frac{8402.602}{1 - \frac{516.004}{11258.968}}$	8806.194

● punto de equilibrio



- INGRESOS TOTALES
- COSTOS FIJOS
- COSTOS VARIABLES
- PUNTO DE EQUILIBRIO

- **Supuesto 3**

En este caso se estima un incremento en el porcentaje de ocupación en un 5%, como así también en los importes consignados en los códigos 2, 3, 4 y 5. Esto implica un aumento de un 5,7 % en los ingresos. En este caso el porcentaje de los costos variables (impuesto sobre los ingresos brutos, luz, gas y agua), se han incrementado en un 3,8 % ya que solo estos dependen del importe de los ingresos.

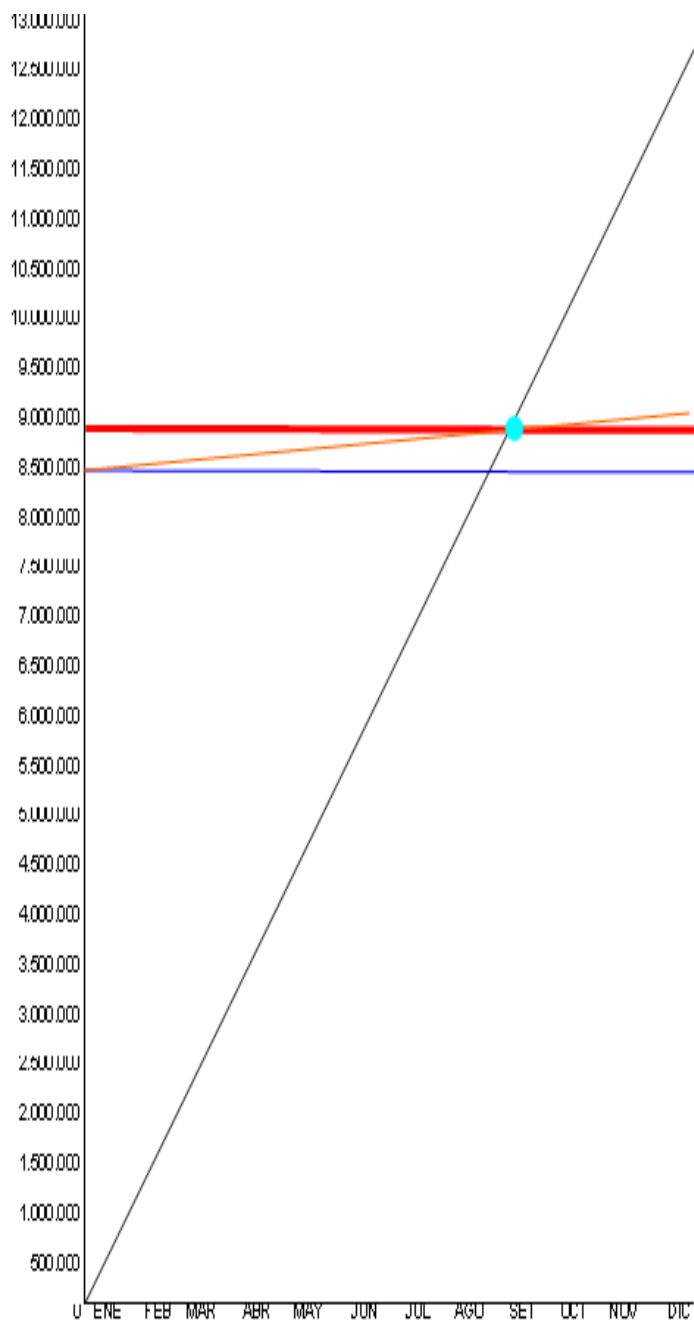
La utilidad neta ha aumentado un 22 %.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD - SUPUESTO 3								
	SIN VARIACION	CON VARIACION	VARIACION					
			COSTO VARIABLE		INGRESOS		UTILIDAD	
			\$	%	\$	%	\$	%
<b>COSTO FIJO</b>	8.402.602	8.402.602						
<b>COSTO VARIABLE</b>	536.298	556.711	20.413	3,8				
<b>COSTO TOTAL</b>	8.938.900	8.959.313						
<b>INGRESOS</b>	11.935.420	12.615.855			680.435	5,7		
<b>UTILIDAD</b>	2.996.520	3.656.542					660.022	22,0

### SUPUESTO 3 – PUNTO DE EQUILIBRIO

INGRESOS TOTALES	12.615.855	
TOTAL COSTO FIJO	8.402.602	
TOTAL COSTO VARIABLE	566.711	
COSTO TOTAL	8.969.313	
PE \$=	$\frac{8.402.602}{1 - \frac{566.711}{12.615.855}}$	8.790.508

● punto de equilibrio



----- INGRESOS TOTALES

----- COSTOS FIJOS

----- COSTOS VARIABLES

----- PUNTO DE EQUILIBRIO

- **Supuesto 4**

Se reduce el porcentaje de ocupación y consecuentemente las demás prestaciones del hotel en un 25,5 %, sin tener esta disminución correlación alguna con ningún otro factor, lo que implica una disminución de un 25,5 % en los ingresos. En este caso el total de los costos variables disminuye un 17 %.

La conclusión de este supuesto es que si la tasa de ocupación disminuye más de un 25,5% no se alcanzan a cubrir los costos fijos y los variables.

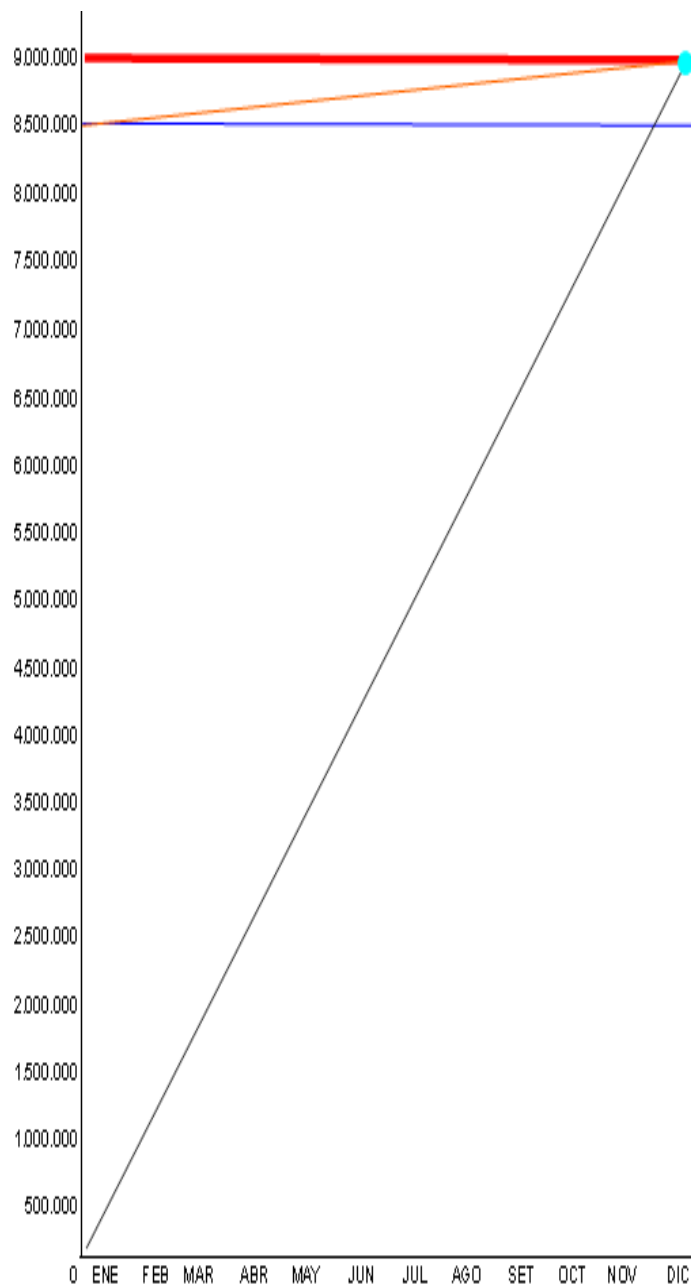
Tal como se observa en el siguiente cuadro la utilidad se reduce sustancialmente.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD - SUPUESTO 4								
	SIN VARIACION	CON VARIACION	VARIACION					
			COSTO VARIABLE		INGRESOS		UTILIDAD	
			\$	%	\$	%	\$	%
<b>COSTO FIJO</b>	8.402.602	8.402.602						
<b>COSTO VARIABLE</b>	536.298	444.992	-91.306	-17,0				
<b>COSTO TOTAL</b>	8.938.900	8.847.594						
<b>INGRESOS</b>	11.935.420	8.891.888			-3.043.532	-25,5		
<b>UTILIDAD</b>	2.996.520	44.294					-2.952.226	-98,5

### SUPUESTO 4 – PUNTO DE EQUILIBRIO

INGRESOS TOTALES	8.891.888	
TOTAL COSTO FIJO	8.402.602	
TOTAL COSTO VARIABLE	444.992	
COSTO TOTAL	8.847.594	
PE \$=	$\frac{8.402.602}{1 - \frac{444.992}{8.891.888}}$	8.845.260

● punto de equilibrio



----- INGRESOS TOTALES

----- COSTOS FIJOS

----- COSTOS VARIABLES

----- PUNTO DE EQUILIBRIO

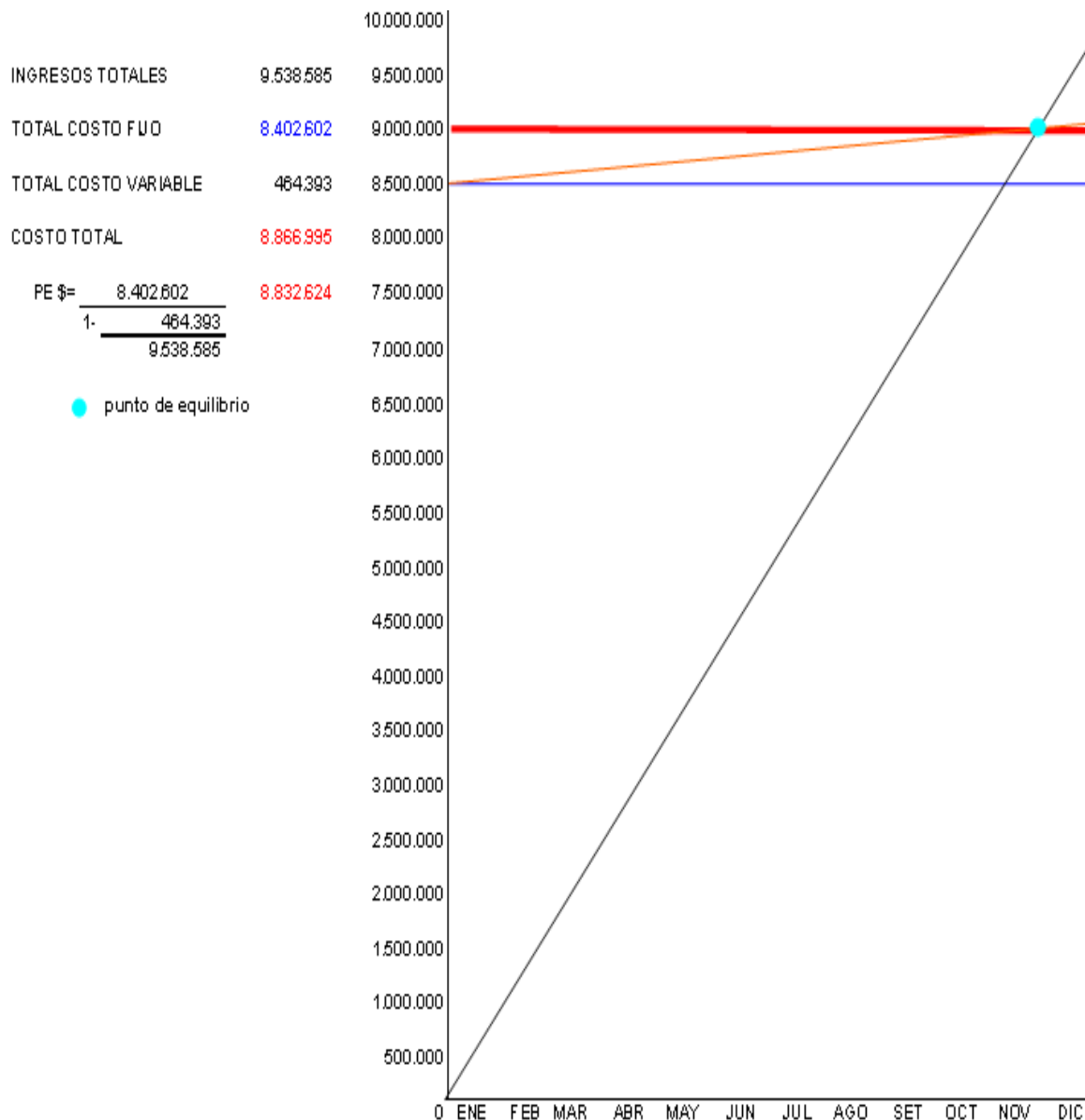
- **Supuesto 5**

En este caso se ha considerado un contexto inflacionario del 25 % aplicado al valor de la habitación y de las demás prestaciones del hotel. Consecuentemente se ha estimado una baja de la tasa de ocupación de un 30 %. En este supuesto los costos variables han disminuido en un 13.4 %, los ingresos en un 20,1 % y la utilidad se redujo en un 77.6 %.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD - SUPUESTO 5								
	SIN VARIACION	CON VARIACION	VARIACION					
			COSTO VARIABLE		INGRESOS		UTILIDAD	
			\$	%	\$	%	\$	%
<b>COSTO FIJO</b>	8.402.602	8.402.602						
<b>COSTO VARIABLE</b>	536.298	464.393	-71.905	-13,4				
<b>COSTO TOTAL</b>	8.938.900	8.866.995						
<b>INGRESOS</b>	11.935.420	9.538.585			-2.396.835	-20,1		
<b>UTILIDAD</b>	2.996.520	671.590					-2.324.930	-77,6



### SUPUESTO 5 – PUNTO DE EQUILIBRIO



----- INGRESOS TOTALES

----- COSTOS FIJOS

----- COSTOS VARIABLES

----- PUNTO DE EQUILIBRIO

### **CONCLUSION DEL ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

En los supuestos 1, 2 3 y 5 se concluye que a pesar de las distintas variables modificadas, los costos totales han podido ser absorbidos sin inconvenientes.

En el supuesto 4, manteniendo todas las variables estáticas y modificando solo la tasa de ocupación, queda demostrado que nos es imposible lograr absorber los costos totales.

## **14. CONCLUSION FINAL DEL ANTEPROYECTO**

El anteproyecto que nos ocupa comenzó a desarrollarse considerando que en nuestro país, mas precisamente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, existía la oportunidad de desplegar un concepto de hotel poco explorado hasta el momento, “el concepto de Eco Hotel”.

Dicha oportunidad se confirmó por la tendencia mostrada en la encuesta realizada, donde hemos observado que la mayoría de los entrevistados mostraba un especial interés por este tipo de emprendimiento, tanto desde el punto de vista de la inversión como de la ocupación.

Existe una demanda insatisfecha de personas comprometidas con la problemática medioambiental y seriamente interesadas en recibir nuevas propuestas alineadas a sus preferencias.

Como fuentes de información se consultaron: normativa nacional e internacional aplicable, estándares internacionales de calidad y normativas emitidas por diversos organismos certificadores, medioambientales y ecologistas.

En los últimos años se ha producido a nivel mundial, en especial en países desarrollados, una creciente conciencia respecto del cuidado del medioambiente, esto se ha puesto de manifiesto por el constante cumplimiento de dichas normativas.

En Argentina, a pesar de apreciarse una creciente sensibilidad social por la calidad ambiental, el turismo sostenible es un concepto innovador que requiere de un cambio cultural. Es así que la educación del turismo en aspectos medioambientales adquiere relevancia.

Si bien este análisis puso al descubierto que el anteproyecto posee aspectos que requieren de un mayor análisis par su adecuada concreción, puede decirse que se trata de una propuesta innovadora, en un mercado incipiente y con gran potencial de crecimiento y escalabilidad. Mediante una adecuada estrategia de comunicación y difusión, se podrá dotar al Hotel de una sólida imagen,

reconocimiento y singular posicionamiento en la mente de los potenciales clientes, logrando identificarse como uno de los primeros en desarrollar una oferta ecológica integral en el país, permitiendo generar una posición de liderazgo, solidez y compromiso susceptible de ser sostenida en el tiempo.

El EcoBit Hotel tiene como propósito brindar el servicio de hospedaje a viajeros tanto nacionales como internacionales, cubriendo las expectativas de los turistas durante su estadía, satisfaciendo sus exigencias a través de un servicio de calidad siempre a la vanguardia tecnológica y dentro de un marco respetuoso de la normativa vigente en materia de diseño y desarrollo sustentable.

Es por eso que invertir en una construcción de un hotel con arquitectura ecológica sostenible nos obliga a replantear todo el proceso de proyecto y construcción, con el fin de que la gente vaya concientizando el daño que se le ha hecho al medio ambiente, de esta manera poder disminuir el consumo energético necesario, optimizar los materiales y recursos utilizados, mejorar el bienestar y salud humana.

Si bien es cierto que la realización de este tipo de emprendimiento conlleva un sin número de costos iniciales diferenciados por lo específico y dificultoso que resulta la concreción de algunos objetivos, tendremos en los períodos subsiguientes como contrapartida el ahorro en la utilización de técnica sustentable, lo que nos permitió en conclusión fijar precios mas competitivos, acercándonos al precio promedio de mercado, con el agregado primordial de elevar la calidad del servicio brindado y mantener el cuidado de nuestro medio ambiente.

Al analizar los resultados presentados en la evaluación financiera, es decir el VAN y la TIR podemos concluir que el anteproyecto es factible de realizar.

De la misma forma al revisar los resultados del estudio de mercado, podemos concluir que a pesar de tener competencia directa nuestro anteproyecto tiene un valor agregado porque es un hotel destinado a cuidar el medio ambiente y un lugar de relajación por lo que tendría gran aceptación y acogida con la visita de los turistas.

Nuestro hotel ofrece a los turistas un servicio personalizado puntualizando la protección y conservación ambiental. Es por esto que con una buena publicidad y la administración adecuada este proyecto hará obtener una gran rentabilidad sus dueños y socios que quieran participar en el.

Nunca antes en la historia del planeta los cambios fueron tan rápidos como en los tiempos actuales. El cambio climático, la degradación de las aguas del planeta, la extinción de especies, el crecimiento de la pobreza y la violencia, la escasa participación ciudadana en la resolución de los conflictos, no son mas que síntomas de una crisis ambiental, que no tiene antecedentes en la historia de la humanidad.

Todos o casi todos somos conscientes de alguno de los problemas mencionados, de que la situación ambiental planetaria está cambiando con rumbos inciertos. Ser conscientes del problema nos invita a asumir nuestra responsabilidad frente a esos cambios; nos pone a todos al borde de dos caminos: uno nos lleva a continuar con las prácticas actuales, el otro nos estimula a participar de los cambios.

## 15. BIBLIOGRAFIA

### BIBLIOGRAFIA GENERAL

- Panorama OMT del turismo internacional. Organización Mundial del Turismo, Edición 2012.
- Ascanio, A. (2009). Turismo Sustentable: el equilibrio en el siglo XXI.
- Declaración de Río Sobre Medio Ambiente y Desarrollo Principio N° 3. 1992
- OMT. Introducción al Turismo. 1998
- Baca Urbina Gabriela. Cap 2: “Estudio de Mercado”.
- Hernández Díaz. “Proyectos Turísticos”
- Acerenza, M.A: Cap 5 y 6. En: Administración del turismo. Conceptualización y organización
- Carta de Turismo Sostenible – Lanzarote, 27/28 de abril de 1995.
- Opcit, Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, 2009
- Philip Kotler - Marketing Management”
- Juan Carlos Vázquez – Tratado de Costos, tomo II

### ARTICULOS PERIODISTICOS CONSULTADOS

Artículo periodístico, gestión ambiental:

<http://www.dailyweb.com.ar/noticias/val/17765/buenos-aires-tendr%C3%A1-hoteles-con-gesti%C3%B3n-ambiental-certificada.html>

Hacia Una Hotelería Más Sustentable y Verde – Claves de una Gestión Eco-Responsable y Eco-Eficiente – AHT (Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina, presentado en la Feria Internacional de Hotelería y Gastronomía HOTELGA (Buenos Aires, 2011)

Artículo periodístico Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line,

<http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>, Ibídem, Diario del Hotelero

Artículo periodístico, Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line,

<http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>,

Artículo periodístico, Diario del Hotelero, “Sustentabilidad y Hotelería – Certificaciones LEED”, on line,

<http://www.diariodelhotelero.com.ar/noticiasDetalle.php?xid=484>

Artículo Periodístico sobre hotelería verde:

[http://www.diariolibre.com/noticias/2009/07/06/i206254\\_hoteles-verdes-retoturismo.html](http://www.diariolibre.com/noticias/2009/07/06/i206254_hoteles-verdes-retoturismo.html)

Artículo Periodístico sobre el eco turismo en inglés: TIES (The International Ecotourism Society ), “Fact Sheet: Global Ecotourism”, septiembre 2006, on line,

<http://www.ecotourism.org/>,

Clarín, EcoSello porteño

EcoSello Porteño: <http://www.dailyweb.com.ar/noticias/val/17765/buenos-aires-tendr%C3%A1-hoteles-con-gesti%C3%B3n-ambiental-certificada.html>

Clarín, ecología sustentable

Clarín, Nota sobre el hotel Palo Santo

## **BIBLIOGRAFIA ON LINE**

Cambio climático global:

<http://chileyelcambioclimaticoglobal.blogspot.com.ar/2007/10/efecto-invernadero.html>,

[www.booking.com](http://www.booking.com)

[www.despegar.com.ar](http://www.despegar.com.ar)

Plano para la realización del proyecto:

<http://www.argenprop.com/Propiedades/Detalles/6904430--Terreno-en-Venta-en-Capital-Federal>

Códigos de Zonificación: <http://www.arquitectonline.com/r2b1.htm>

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Resolución 501/95”, on line, [http://www2.medioambiente.gov.ar/mlegal/eia/res501\\_95.htm](http://www2.medioambiente.gov.ar/mlegal/eia/res501_95.htm)

Hoteles Ecológicos – concepto, normativas, funcionamiento y relación con la ética. <http://katheryn2009.blogspot.com.ar/> -

F.O.D.A: <http://www.buenosnegocios.com/notas/231-analisis-foda-diagnostico-decidir>

Información sobre Palermo: <http://www.palermoservicios.com.ar/historia.php>

Información sobre Palermo:

<http://www.buenosaires123.com.ar/barrios/palermo.php>

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Agenda 21”, on line, <http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/agenda21/ageindi.htm>

Espacio Living, “Diseño sustentable: lujo 100% "verde"”, on line, [http://www.espacioliving.com/nota.asp?nota\\_id=1098199](http://www.espacioliving.com/nota.asp?nota_id=1098199)

Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sustentable, “Agenda 21”, on line, <http://www2.medioambiente.gov.ar/acuerdos/convenciones/rio92/agenda21/ageindi.htm>

Información sobre la Cumbre de la Tierra:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cumbre\\_de\\_la\\_Tierra](http://es.wikipedia.org/wiki/Cumbre_de_la_Tierra)

Green Globe, “Sustainable Travel & Tourism Starts Here” en ingles, on line, [www.greenglobe.org](http://www.greenglobe.org)



BITLER, EZEQUIEL –Anteproyecto de un Eco-Hotel en la CABA



Argentina Green Building Council, Construcciones Sustentables, “Que es LEED”, on line, <http://www.argentinagbc.org.ar>

Nordic Ecolabelling, “The Swan’s Mission”, on line  
[http://www.ecolabel.nu/nordic\\_eco2](http://www.ecolabel.nu/nordic_eco2)

Ecophon Group, “La etiqueta ecológica Nordic Swan”, on line,  
[http://www.ecophon.es/templates/webnormalpage\\_83819.aspx](http://www.ecophon.es/templates/webnormalpage_83819.aspx),

Certificación de Madera Controlada, <http://es.fsc.org/madera-controlada.252.htm> -