

# UNIVERSIDAD BLAS PASCAL

Lic. en Turismo



Saber y Saber Hacer

## TRABAJO FINAL DE CARRERA

*“Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Provincia de Córdoba.”*

### AUTORES

Castoldi, Antonela.  
Ferreira, Estefanía.  
Gaido, Carolina.  
Galán, Clara.

### DOCENTES

Argüello, Juan  
Reguera, Alejandra  
Saunders, Shirley

## **AGRADECIMIENTOS**

---

En primer lugar queremos agradecer a la Universidad Blas Pascal, nuestra universidad, por brindarnos el espacio físico y académico, además de las herramientas necesarias para llevar adelante nuestro trabajo.

También, a todos los docentes que a lo largo de los cuatro años de la carrera nos han transmitido sus conocimientos y valores los cuales fueron de suma importancia a la hora de llevar a cabo este trabajo.

Además, deseamos agradecer especialmente a los profesores Shirley Saunders, Alejandra Reguera y Juan Alberto Argüello por su excelente predisposición en la corrección y coordinación de este trabajo, como así también por su constante estímulo.

Por último, pero no por eso menos importante, queremos valorar y agradecer la efectividad y calidez de Juan Pablo, Mara, Laura y Valeria, el equipo humano de la biblioteca de la Universidad quienes colaboraron con nosotras en la búsqueda de información y material académico.

## **DEDICATORIA**

---

A nuestros padres quienes nos apoyaron a lo largo de toda nuestra carrera, y nos animaron en todo momento para la concreción de éste, "nuestro gran trabajo final".

A nuestros hermanos que se "aguantaron" nuestros vaivenes temperamentales en estos últimos meses.

A nuestros compañeros de carrera, verdaderos amigos, que nos alimentaron el alma y nos llenaron de ganas de seguir adelante para concluir con esta etapa de nuestras vidas.

A Isa quien nos alojó con toda su calidez y energía en su hogar, y nos adoptó como hijas en todo momento.

A nuestras amigas de la vida...

A Lu Roma por ser nuestra "tutora" a lo largo de la carrera...

A mi Abu...simplemente Gracias! Este logro personal se lo debo en gran parte a ella....

A mi Lela que siempre estuvo presente alentándome.

A todos aquellas personas que sencillamente estuvieron a nuestro lado...

## **RESUMEN**

---

Este trabajo propone establecer lineamientos generales para el diseño de ecoetiquetas en la localidad de La Cumbrecita, Provincia de Córdoba, Argentina. Las ecoetiquetas surgieron, a nivel mundial, como una herramienta que permita garantizar el desarrollo sustentable, promoviendo una armónica interacción entre la empresa, el medio natural y el medio social circundante. Sin embargo, hoy en día, no existe en el país un sistema de ecoetiquetado que certifique la realización de buenas prácticas de manera coordinada entre la población local y el medio natural. Es por esto que al establecer los lineamientos generales, se necesita contar con el rol proactivo de los propietarios de las cabañas, ya que son ellos quienes brindan ciertas herramientas para definir los criterios. Además, los establecimientos de cabañas al estar certificados con ecoetiquetas pueden mejorar su imagen corporativa y el atractivo de la empresa, tanto para sus empleados como para la sociedad. Del análisis de los estudios realizados surge la idea de diseñar y crear la Etiqueta de Sustentabilidad Ecológica Argentina (ESEA). La misma se plantea de acuerdo a determinados criterios sobre el manejo de recursos tanto renovables como no renovables en la gestión de los establecimientos. Para un funcionamiento óptimo de esta ecoetiqueta es indispensable contar con un equipo de trabajo multidisciplinario que aporte conocimientos desde áreas diversas. Por último, se plantea la necesidad de establecer, en una segunda instancia, un sistema de certificación por niveles de acuerdo al grado de cumplimiento de los requisitos exigidos por las ESEA.

## ÍNDICE

---

Introducción	1
Metodología	5
Resultados y Discusión	
• Estudio exploratorio bibliográfico sobre marcos legales y políticas de desarrollo sostenible en Argentina.	9
• Estudio exploratorio bibliográfico sobre el origen de las ecoetiquetas.	14
• Estudio descriptivo sobre el grado de interés y predisposición de los dueños de las cabañas de La Cumbrecita para implementar ecoetiquetas.	21
• Plan de Negocios para la comercialización de las ecoetiquetas.	27
○ Estudio de Mercado.	29
○ Estudio Técnico.	46
○ Estudio Financiero.	68
Conclusión	72
Bibliografía	74



## INTRODUCCIÓN

---

Con el paso del tiempo, el Turismo se ha convertido en un motor mundial de desarrollo considerándose como una de las actividades económicas más importantes a nivel global. Su rápido crecimiento ha generado grandes cambios en las sociedades y economías de todas las regiones turísticas. Este fenómeno genera grandes beneficios en las comunidades locales:

*“En diferentes escenarios que van desde remotos lugares en los países menos desarrollados hasta regiones de los países más desarrollados, los administradores políticos persiguen con entusiasmo el desarrollo del turismo y, por medio de incentivos, la creación de infraestructura [...] con la esperanza de atraer inversiones y, así, generar crecimiento económico, crear puestos de trabajo, en fin, diversificar la economía (Ioannides Idebbage, 1997 citado por Tarlombani da Silveira, 2005).*

Todos los actores del sector turístico deben lograr identificar la importancia de esta ilimitada expansión del Turismo. Una vez identificado el valor de este crecimiento sumado a una eficaz planificación y gestión coordinadas, se alcanzarán resultados positivos. Por contraposición, no se podrán tomar decisiones inteligentes a la hora de plantear lineamientos y estrategias de acción, lo que traerá aparejado una degradación de los destinos tanto a nivel ambiental como social, siendo éstos la “materia prima” de la actividad turística.

No hay manera de negar los impactos positivos del turismo en las economías regionales. Sin embargo, este crecimiento masivo y abrupto trae aparejado efectos negativos en las regiones receptoras, tanto a nivel ambiental como sociocultural.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

Con relación a los impactos ambientales, consideramos como más alarmantes la contaminación del agua, aire, suelo, flora, fauna y espacios construidos por el hombre, así como también el uso desmedido de recursos no renovables. Así también, la degradación del patrimonio natural y cultural, congestión del tráfico y exceso del ruido.

Como impactos socioculturales, destacamos que la excesiva comercialización de la identidad, convirtiéndola en un *"show"*, genera una degradación de la misma. Además, la influencia de los turistas, genera cambios en los modos de vida, comportamientos y tradiciones, que hacen a la idiosincrasia de cada destino.

A causa de estos impactos, hoy en día la sustentabilidad pasa a ser un concepto central que propone la reevaluación del papel del turismo en la sociedad contemporánea. Un disparador clave de éste nuevo concepto, fue la Cumbre de Río de Janeiro en 1992, que propuso una nueva mirada de la actividad turística. En esta Declaración de Río se definieron los derechos y las obligaciones de los Estados respecto de principios básicos sobre el medio ambiente y el desarrollo. Sosteniendo que la incertidumbre en el ámbito científico no ha de demorar la adopción de medidas de protección del medio ambiente; los Estados tienen el derecho soberano de aprovechar sus propios recursos pero no han de causar daños al medio ambiente de otros Estados; la eliminación de la pobreza y la reducción de las disparidades en los niveles de vida en todo el mundo son indispensables para el desarrollo sostenible, y la plena participación de la mujer es imprescindible para lograr el desarrollo sostenible.

La sustentabilidad implica una planificación a largo plazo que contemple la integridad ecológica, la eficiencia económica y la equidad social, siendo estos los tres principios básicos del desarrollo sustentable. No obstante, se observa una falta tanto a nivel global



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

como local de un accionar concreto, convirtiéndose este concepto sólo en un discurso político indiscriminado.

*“El turismo sustentable tiene el potencial de convertirse en una expresión tangible del desarrollo turístico. Sin embargo, aún corre el riesgo de permanecer inerte e irrelevante como una opción política que sea viable para el mundo real del turismo en la medida que no ocurra una transferencia efectiva de las ideas hacia la acción”. (Pigram, 1990 citado por Tarlombani da Silveira, 2005).*

Si bien en nuestro país no se presentan muchas acciones concretas se puede observar que en estos últimos años se ha incrementado la preocupación por el medio ambiente y los factores sociales, que intervienen en la actividad turística.

El mejor ejemplo que permite reflejar esta situación es la Ley Nacional de Turismo, sancionada en diciembre del 2004, la cual tiene como algunos de sus principios rectores a:

- o *El desarrollo sustentable:* El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. El desarrollo sustentable se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.
- o *La calidad:* Es prioridad optimizar la calidad de los destinos y la actividad turística en todas sus áreas a fin de satisfacer la demanda nacional e internacional.
- o *La competitividad:* Asegurar las condiciones necesarias para el desarrollo de la actividad a través de un producto turístico competitivo y de inversiones de capitales nacionales y extranjeros.

Es posible también apreciar al Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), como otro ejemplo clave el cual tiene como estrategia principal, reforzar la competitividad del sector





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

incidiendo en los aspectos que directamente condicionan con su productividad y eficacia.

A nivel provincial se observa claramente una falta de acciones concretas que contribuyan a alcanzar un desarrollo sustentable. El sector de los establecimientos hoteleros es uno de los que se ve fuertemente afectado en cuanto a esta necesidad. Es decir, no existe un programa que promueva una gestión de calidad orientada a la sustentabilidad.

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo final de carrera fue establecer lineamientos generales para el diseño de ecoetiquetas que se implementen en cabañas turísticas. Utilizando como caso de aplicación la localidad de La Cumbrecita, Región de Calamuchita, Córdoba.



## METODOLOGÍA

---

### 1. Estudio exploratorio bibliográfico sobre marcos legales y políticas de desarrollo sostenible en Argentina.

Este estudio se llevó a cabo en base a los siguientes autores:

- Constitución Nacional (1994)
- Guillermo Cano (1993), citado por Morales Lamberti (2005)
- Guimarães (2002), citado por Morales Lamberti (2005)
- Informe de Brundtland (1987)
- Ley 25.675 de Política Ambiental Nacional (2002)
- Morales Lamberti (2005)

### 2. Estudio exploratorio bibliográfico sobre el origen de las ecoetiquetas.

Este estudio se llevó a cabo en base a los siguientes autores:

- Organización Mundial del Turismo
- Pigram (1990) , citado por Tarlombani da Silveira (2005)
- Raúl Halac (2001)
- Swarbrooke (2000) , citado por Tarlombani da Silveira (2005)
- Tarlombani da Silveira (2005)

### 3. Estudio descriptivo sobre el grado de interés y predisposición de los dueños de las cabañas de La Cumbrecita para implementar ecoetiquetas.

- Unidad de Análisis:
  - Treinta (30) propietarios de cabañas turísticas de la localidad de La Cumbrecita.
- Variables:
  - Interés en aplicar una certificación de calidad ecoturística.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Conocimiento previo sobre el desarrollo sustentable y los organismos que apliquen este tipo de certificación.
  - Predisposición a realizar prácticas sustentables en sus cabañas.
  - Criterios a tener en cuenta para la selección del personal.
  - Grado de interés de los huéspedes en la protección del medio ambiente.
  - Lugar de procedencia de los huéspedes.
  - Tipo de turistas que se alojan en el establecimiento.
  - Motivos que impulsan a los propietarios de las cabañas a estar interesados en la certificación.
- Técnicas:

Encuesta vía correo electrónico de acuerdo al siguiente detalle:

1. ¿Le interesaría aplicar una certificación de calidad ecoturística sustentable en su establecimiento de cabaña? ¿Por qué?
2. ¿Conoce algún organismo que otorgue esta certificación?
3. ¿Qué entiende por desarrollo sustentable?
4. ¿Qué prácticas implementaría para que dicho desarrollo se lleve a cabo en su establecimiento de cabaña?
5. Marque con una cruz cuál de las siguientes acciones llevaría a cabo en su establecimiento en caso de aplicar una certificación de este tipo:
  - Citaría información mediante carteles o folletos sobre posibles impactos ambientales que podría efectuar el turista y la cabaña.
  - Invitación al huésped a la reutilización de toallas y sábanas.
  - Aplicación de mecanismos para el ahorro de agua.
  - Recogida selectiva de materiales residuales.
  - Implementación de formas de iluminación ahorradoras de energía.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Uso de fuentes de energía y recursos renovables.
  - Comunicación sobre temas ambientales a su personal.
  - Ninguna
6. ¿Actualmente en su establecimiento, lleva a cabo alguna práctica que considera que aporta en la protección del medio ambiente? ¿Cuál?
7. A la hora de seleccionar personal, ¿qué criterios de los siguientes tiene en cuenta?
- Formación profesional y universitaria especializada.
  - Conocimiento de idiomas
  - Oriundo de ésta localidad
  - Menores de 30 años
  - Mayores de 30 años
  - Ninguna
8. ¿Sus huéspedes se encuentran interesados con la protección del medio ambiente?
- Se interesan
  - Les es indiferente
  - No se interesan
9. ¿Qué tipos de turistas en su mayoría son los que se alojan en su establecimiento?
- Nacionales
  - Internacionales
10. En su mayoría, sus huéspedes son:
- A. Menores de 30  
Mayores de 30
  - B. Familias con hijos menores de 15 años  
Familias con hijos mayores de 15 años  
Jubilados  
Solteros
11. ¿Cuáles de los siguientes motivos son los que lo impulsan a estar interesado en la certificación?



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Preocupación por el medio ambiente.
- Lograr una ventaja competitiva en el mercado.
- Proyección de una imagen empresarial socialmente responsable.
- Reducción de costos.
- Incremento de los ingresos.
- Otros.
- Ninguno.

**4.** Plan de Negocios para la comercialización de las ecoetiquetas.

- Estudio de Mercado.
  - Características del Sector
  - Análisis de la Oferta
  - Análisis de la Demanda
  - Análisis de la Competencia
  - Proveedores y Disponibilidad
  
- Estudio Técnico.
  - Localización
  - Ingeniería del Proyecto
  - Recursos Humanos
  - Marco Legal
  - Características de las Ecoetiquetas ESEA
  
- Estudio Financiero.



## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

---

### *Estudio exploratorio sobre marcos legales y políticas de desarrollo sostenible en Argentina.*

Con el objeto de indagar acerca de la cuestión política y regulatoria en cuanto al ambiente y el desarrollo sustentable de la Argentina se elaboró este estudio. Gracias a la realización del mismo fue posible comprender que el Derecho Ambiental en nuestro país surgió como una disciplina jurídica cuando se comprendió que todos los elementos del medio ambiente son interdependientes entre sí, incluso el hombre. Desde ese entonces, sus principios, normas, instituciones y prácticas según Morales Lamberti (2005) plantearon un nuevo paradigma del desarrollo, una ética de la sustentabilidad que coloca al ser humano en el centro de ese proceso.

Al colocar al ser humano en el centro del proceso de desarrollo sostenible resulta imprescindible, según afirma Gimaraes (2002, citado por Morales Lamberti), apoyar un nuevo estilo que sea:

- Ambientalmente sostenible en el acceso y uso de recursos naturales y en la preservación de la biodiversidad.
- Socialmente sostenible en la reducción de pobreza y desigualdades sociales.
- Culturalmente sostenible en la conservación del sistema de valores y símbolos de identidad.
- Políticamente sostenible al profundizar la democracia y garantizar la participación de todos en la toma de decisiones públicas.

Estos aspectos coinciden con las pautas planteadas en el Informe de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de la ONU, encabezada por la doctora noruega Gro Harlem Brundtland (1987), para la prosecución de un desarrollo sostenible.

Este nuevo estilo o paradigma de desarrollo es responsabilidad de todos los ciudadanos. Los mismos deben tener presente al Derecho Ambiental debido a que es un instrumento para gobernar y al mismo



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

tiempo, una herramienta de participación para la sociedad, ya que la Argentina es un país democrático.

*(...) implica una gestión de todos, por tanto, un proceso complementario y recíproco de fortalecimiento del Estado y de la sociedad civil para asegurar un desarrollo sustentable. Morales Lamberti (2005).*

A causa de esto, fue de gran importancia comprender el objeto del derecho sobre el medio ambiente. Para Guillermo Cano (1993, citado por Morales Lamberti) el mismo comprende las normas legales referentes al uso y conservación de todos los bienes, fenómenos y elementos que componen el ambiente humano, en tanto influyan en la calidad del entorno.

También resultó importante el Artículo 124 de la Constitución Nacional que plantea que el dominio y la jurisdicción sobre los recursos naturales corresponde como poder reservado a las provincias, y la jurisdicción ambiental es por definición provincial. Existiendo una excepción que se plantea en el artículo 41:

*Corresponde a la nación dictar las normas que contengan los presupuestos mínimos de protección, y a las provincias, las necesarias para complementarlas, sin que aquéllas alteren las jurisdicciones locales.*

Lo expresado implica la inviabilidad jurídica constitucional del dictado un código del ambiente por parte del Congreso, limitándose única y exclusivamente al dictado de presupuestos mínimos de protección ambiental.

Se entiende por presupuesto mínimo a toda norma que concede una tutela ambiental uniforme o común para todo el territorio nacional, y que tiene por objeto imponer condiciones necesarias para asegurar la protección ambiental. En su contenido debe prever las condiciones



necesarias para garantizar la dinámica de los sistemas ecológicos, mantener la capacidad de carga y en general, asegurar la preservación ambiental y el desarrollo sustentable. (Art. 6 de la Ley 25.675 de Política Ambiental Nacional).

Para analizar la situación política ambiental nacional, fue necesario previamente definir su significado. Una política ambiental es el conjunto de principios que orientan a la protección del medio ambiente de una sociedad.

Esta defensa de la protección del ambiente según Morales Lamberti (2005) puede plantearse en formas muy variadas y desde fuentes muy diversas, ya sea desde cuerpos legislativos hasta organizaciones de la sociedad civil. Un ejemplo concreto de estas últimas es el caso de las ecoetiquetas, las cuales están dirigidas a prever o mitigar los daños ambientales.

Como se sabe, una política puede ser explícita o implícita. La Ley 25.675 de Política Ambiental Nacional es un claro ejemplo de política concreta de vital importancia. Resultó importante destacar, luego del análisis de esta Ley, el artículo 2 donde se plantea el siguiente objetivo:

*Establecer un sistema federal de coordinación interjurisdiccional, para la implementación de políticas ambientales de escala nacional y regional.*

Es decir, que el desarrollo sustentable del país requiere de una política coordinada y participativa. Como respuesta a esta necesidad, es posible mencionar la creación del Consejo Federal del Medio Ambiente (COFEMA). *Éste se constituye como organismo permanente para la concertación y elaboración de una política ambiental coordinada entre los Estados miembros (Morales Lamberti, 2005).* Además, la Ley de Política Ambiental Nacional define otros objetivos que resultaron relevantes para este estudio. Algunos de ellos son:





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Promover el mejoramiento de la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.
- Fomentar la participación social en los procesos de toma de decisiones.
- Asegurar la conservación de la diversidad biológica.
- Establecer procedimientos y mecanismos adecuados para la minimización de riesgos ambientales.

Retomando la idea de que el hombre ocupa un lugar central en el proceso del desarrollo sostenible junto a la idea de la necesidad de una política coordinada y participativa, es necesario mencionar el Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable iniciado en el año 2004. El objetivo general del plan de acuerdo a los miembros de la Unidad de Coordinación del mismo, es constituirse en el proceso orientador y articulador de actuaciones que en forma sinérgica reafirme voluntades, optimice recursos y encamine estos esfuerzos hacia un modelo concertado de desarrollo turístico sustentable para el país.

En cuanto a las premisas que guiaron la formulación de este plan se observó una leve coincidencia con los aspectos mencionados anteriormente necesarios para una prosecución de un desarrollo sostenible. Entre estos principios rectores del plan se consideraron importantes para este trabajo de investigación los siguientes:

- La sustentabilidad.
- El desarrollo equilibrado del espacio turístico nacional.
- El sistema de incentivos y estímulos para el desarrollo turístico regional, el cual alienta especialmente a Pymes y microempresas, grupos en los cuales se puede enmarcar a la empresa de Ecoetiquetas.

Por último, en relación a los principios mencionados con anterioridad junto a los conceptos de calidad y seguridad, cabe señalar la existencia de la Norma Argentina IRAM Sector 42.200. La misma



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

representó una iniciativa pionera en la normalización argentina. Su objetivo es:

*Establecer lineamientos básicos para una adecuada gestión integrada de calidad, ambiente y seguridad aplicada a todo establecimiento hotelero.*

Siendo el más claro ejemplo de un accionar concreto dentro de la política ambiental del país con respecto al desarrollo sostenible de la actividad turística.



*Estudio exploratorio bibliográfico sobre el origen de las ecoetiquetas.*

Este trabajo intenta impactar en el desarrollo y la sustentabilidad de la actividad turística a través de la creación e implementación de ecoetiquetas en cabañas. Para ello, se eligió una de las líneas de investigación que proponen Guevara Ramos y Sergio Molina en su publicación "Hacia un estado de la cuestión en investigación turística" (2006). Esta línea de investigación está orientada hacia la planeación, el desarrollo y la sustentabilidad turística. Se necesitó, en primer lugar, investigar y estudiar el impacto que genera el turismo en los siguientes aspectos:

- económico
- ambiental
- sociocultural

Fue de gran importancia comprender que los impactos del turismo según Tarlombani da Silveira (2005) son todo o cualquier efecto producido sobre los aspectos de naturaleza física, biológica, sociocultural y económica.

Según Cañadas y Gascón (2005) Desde el plano económico, es posible citar algunos impactos positivos del turismo convencional en las economías regionales. Siempre se ha considerado a esta actividad como fuente generadora de empleo, capaz de desarrollar nuevas infraestructuras, capaz de incrementar la entrada de divisas, y de mejorar la formación profesional.

Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte (Cañadas y Gascón, 2005 citados en [www.canalsolidario.org](http://www.canalsolidario.org)).



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

Junto a estos impactos negativos se encuentran la inflación por el aumento de los precios de la tierra y de los bienes de primera necesidad, y por ende, el aumento del costo de vida.

En relación a los impactos ambientales es posible mencionar dentro de las más importantes:

- La contaminación del suelo y el agua.
- La urbanización de zonas naturales.
- La destrucción de espacios construidos por el hombre.
- Los cambios en el paisaje.
- El uso desmedido de recursos no renovables.
- La contaminación del aire por el uso de vehículos, aires acondicionados y calefactores.

Enmarcados en el último aspecto o plano de análisis de los impactos del turismo convencional, se encuentran los socioculturales. Entre ellos se destacan la incidencia en la prostitución; la incidencia en las costumbres y hábitos, es decir, la transculturación; el aumento en el consumismo debido a que aumentan los ingresos de la población local a causa de la generación de empleos. Por otra parte, el desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social.

Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales para dejarlos sólo en lo "visible", que es tratado como una mercancía más. Existen casos en donde las comunidades locales despliegan grandes actos culturales como atracción para el turista, pero fuera de su propio contexto cultural.

*Ante los costos ambientales y sociales del turismo de masas, convencional y gregario propio de una sociedad de consumo y organizado industrialmente, nace una nueva alternativa, responsable y sustentable, selectiva en términos económicos, en valores y comportamientos. De esta forma, se diseña un turismo más integrado*



*cultural y ambientalmente.* (Covaco, 1996 citado por Tarlombani da Silveira, 2005).

Como bien afirmó Tarlombani da Silveira, el suceso que impulsó el cambio de perspectiva de la actividad turística fue el Globe '90 en Vancouver, Canadá, en donde se hizo referencia de los beneficios que podrían resultar del turismo sustentable:

Dentro de estos efectos se pudo hacer referencia a aquellos beneficios resultantes de un turismo sustentable:

- El turismo sustentable debe estimular la comprensión de los impactos del turismo en los ambientes natural, cultural y humano.
- El turismo sustentable debe asegurar una distribución justa de costos y beneficios.
- El turismo debe generar empleo local, tanto directo como indirecto, en otros sectores de soporte a la gestión de recursos.
- El turismo debe estimular a la industria doméstica lucrativa.
- El turismo genera entrada de divisas para el país e inyecta capital y dinero nuevo a la economía regional y local.
- El turismo diversifica la economía regional y local.
- El turismo sustentable intenta tomar decisiones en todos los segmentos de la sociedad, inclusive en la población local, permitiendo la coexistencia del turismo con otros usuarios de los recursos. Incorpora planificación y zonificación asegurando el desarrollo del turismo de acuerdo con la capacidad de carga de los ecosistemas.
- El turismo estimula el desarrollo del transporte local, de las comunicaciones y de otras infraestructuras básicas para la comunidad.
- El turismo crea facilidades de recreación que pueden ser usadas por las comunidades locales. Asimismo, estimula y ayuda a cubrir los gastos de preservación de sitios arqueológicos, construcciones y lugares históricos.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- El turismo cultural intensifica la autoestima de la comunidad local y ofrece la oportunidad de una mayor comprensión y comunicación entre los pueblos de características diferentes.
- El turismo sustentable desde la óptica ambiental muestra la importancia de los recursos naturales y culturales para la economía de una comunidad al igual que su bienestar social, pudiendo ayudar a preservarlos.

(Swarbrooke, 2000 citado por Tarlombani da Silveira, 2005).

De este modo, fue posible observar que estos impactos positivos del turismo tienen una estrecha relación, a nivel conceptual, con el desarrollo sostenible. Según la Organización Mundial del Turismo, *el desarrollo sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de los recursos de forma que puedan satisfacer las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida.*

La sostenibilidad en el turismo abarca tres elementos: sociedad, ambiente y economía y su fundamento es el equilibrio de la interacción entre estos tres elementos.

Si bien, se puede observar un creciente interés por desarrollar una nueva modalidad alternativa que logre consolidar los principios de sustentabilidad en la actividad turística, Pigram (1990) afirma que falta transferir efectivamente las ideas en acciones concretas.

Sin embargo, en las últimas dos décadas fueron surgiendo gradualmente diferentes propuestas de acción que contribuyeron a la planificación de servicios turísticos sustentables. Algunas de las mismas fueron:

-



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- La Agenda 21, es el marco de acción de Naciones Unidas para un desarrollo ecológicamente eficiente, formulado en 1992 en la Conferencia de Río de Janeiro sobre el Medio Ambiente y Desarrollo y aprobado por 173 gobiernos representantes.

Abarca una enorme diversidad de temáticas y recomendaciones para un futuro sustentable a nivel planetario, entre los aspectos que se incluyen vinculados a la educación y a la formación ambiental.

La Agenda es un conjunto de iniciativas y de acciones promotoras de nuevas formas de accionar ciudadano y de gobernabilidad para el desarrollo sustentable.

Con relación a lo que dicha Agenda establece, se desprende la llamada "Agenda 21 Local", entendida como la suma de actividades y programas en los que interviene el municipio conformando un movimiento de base hacia un desarrollo sustentable. Es un proceso completo organizado "en casa", en el cual las ideas y proyectos de mucha gente van formando una nueva realidad cada vez más sustentable, gracias a que permite el desarrollo de distintos lugares.

- El Consejo Internacional para las Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI), es una asociación de gobiernos municipales creado con la misión de fortalecer la capacidad de éstos para iniciar procesos de desarrollo sostenible, los que deben permitir anticipar y luego aportar soluciones tangibles a los problemas ambientales globales mediante el efecto acumulativo de acciones a nivel local.

Es una entidad organizada de manera democrática con un consejo compuesto por todos los gobiernos municipales miembros, creado en 1990 por el PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente).

El ICLEI es responsable de formular los objetivos estratégicos de la institución, los que se traducen en campañas internacionales donde los municipios interesados se comprometen a cumplir determinadas metas de desarrollo sostenible.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

La afiliación a este consejo les otorga a sus miembros acceso a una red mundial de personas y entidades con intereses comunes.

- El Centro de Derechos Humanos y Medio Ambiente (CEDHA), es una organización no gubernamental dedicada a la promoción y defensa de los derechos ambientales y de los derechos humanos mediante el desarrollo y fortalecimiento de los vínculos existentes entre ambas ramas del derecho, acentuando su interdependencia.

(Halac, 2001)

Otra de las prácticas relacionada directamente con la actividad turística que se vislumbró en las últimas décadas, fue la certificación de productos a través de ecoetiquetas. Según Casanova García, las etiquetas ecológicas o ecoetiquetas son logotipos otorgados por un organismo oficial que garantiza al consumidor que la incidencia que el producto o servicio tiene sobre el medioambiente es mínima, siempre en relación a productos de la misma categoría, es decir, con las mismas características de finalidad y uso. Para cada categoría de productos hay unos criterios ecológicos que permiten la evaluación y concesión de la ecoetiqueta, que es válida durante un periodo máximo de tres años. El producto está siempre bajo control del organismo que otorga la ecoetiqueta.

Uno de los principales objetivos de los sistemas de ecoetiquetado es facilitar la información, la capacidad de selección y el criterio objetivo de los consumidores. El éxito de estos programas depende de la respuesta del propio consumidor. En efecto, la base del sistema consiste en la elección final del producto de consumo por el comprador según sus exigencias medioambientales.

Fue Alemania, el primer Estado en crear una etiqueta ecológica oficial, en 1978, con la popular figura del *Der Blaue Engel*, parte inseparable de los productos alemanes fabricados durante los años 80.





En el año 1992, aparece el Reglamento 880/92, para la concesión de la Etiqueta Ecológica. El objeto de este reglamento fue el de unificar y dar eficacia a las diversas etiquetas ecológicas existentes en los diferentes Estados.

Con el paso del tiempo, este sistema de ecoetiquetado fue incorporado por aquellos países del mundo que comenzaban a comprometerse con el medio ambiente. (Ver Tabla 1)

**Tabla 1: Ejemplos de sistemas de ecoetiquetado**

País/Región	Sistema de ecoetiquetado
Alemania	Ángel azul
Canadá	Choix Environmental
Japón	Ecomark
Consejo Nórdico	Cisne Blanco
Estados Unidos	Green Seal y Green Cross
Suecia	Good Environmental
Nueva Zelanda	Environmental Choice
India	Eomark
Francia	Nf Environnement
Singapur	Green Label Singapore
Holanda	Milieukeur
Austria	Umweltbundesamt
España	Marca AENOR Medio Ambiente
Unión Europea	Sistema Comunitario de Concesión de Etiqueta Ecológica
Cataluña	Distintiu de Garantía de Qualitat Ambiental

**Fuente: SEOÁNEZ, M. 1999. Pág. 69 citado en Casanova García (2004)**

Con el tiempo, este sistema de certificación también se aplicó en el ámbito del turismo y en sus diferentes sectores. Las más conocidas a nivel internacional son: Bandera Azul, Proyecto Life Visit y La Etiqueta Ecológica Europea.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

*Estudio descriptivo sobre la predisposición de los dueños de las cabañas de La Cumbrecita para implementar ecoetiquetas.*

A lo largo de la investigación surgió la necesidad de recolectar datos primarios que permitieron analizar y comprender el grado de interés de los dueños de las diferentes cabañas de La Cumbrecita para implementar ecoetiquetas.

Esta recolección de información primaria se llevó a cabo a través de una encuesta por correo electrónico a 30 propietarios de las diferentes cabañas turísticas que se encuentran en la localidad anteriormente mencionada, de los cuales se obtuvo una respuesta de 13.

Las encuestas fueron cortas y sencillas, es decir, fáciles de entender y responder. Por medio de éstas también se evaluó:

- El compromiso actual de los propietarios de las cabañas con respecto al desarrollo sustentable.
- Conocimiento actual de los propietarios de las cabañas acerca de certificaciones y buenas prácticas para un desarrollo sustentable.
- Procedencia de sus huéspedes.
- Actitud de los huéspedes en cuanto a la protección del medio ambiente.

El análisis de las respuestas a estas encuestas permite observar que el 100 % de los propietarios de las cabañas que respondieron, se encuentra altamente interesado en aplicar una certificación de calidad ecoturística sustentable en sus establecimientos. Los motivos que los impulsan a estar interesados en la certificación son principalmente la preocupación por el medio ambiente, la reducción de costos y la proyección de una imagen empresarial socialmente responsable.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

A su vez los dueños de las cabañas hicieron hincapié en que el turista se siente más seguro, cuantas más certificaciones de calidad exhiba el establecimiento.

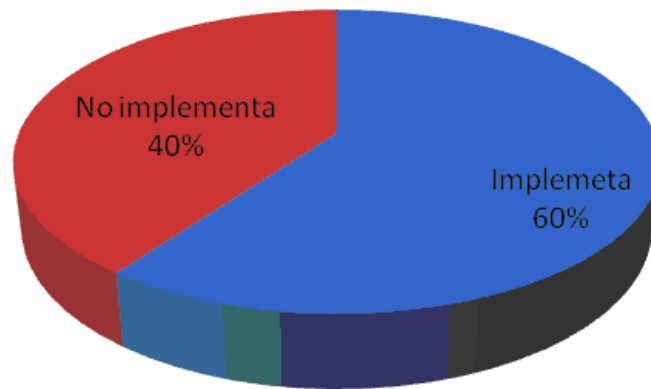
Sin embargo, a pesar de estar interesados, ningún establecimiento conoce algún organismo que otorgue este tipo de certificaciones; ni tampoco tienen un concepto claro de lo que es un desarrollo sustentable.

Al analizar qué prácticas o acciones se llevarían a cabo en los establecimientos a la hora de aplicar este tipo de certificación, se observó que todos los encuestados están dispuestos a:

- Citar información mediante carteles o folletos sobre posibles impactos ambientales que podría efectuar el turista y la cabaña.
- Invitar al huésped a la reutilización de sábanas y toallas.
- Aplicar mecanismos para el ahorro de agua.
- Recogida selectiva de materiales residuales.
- Implementar formas de iluminación ahorradoras de energía.
- Comunicar sobre temas ambientales a su personal.

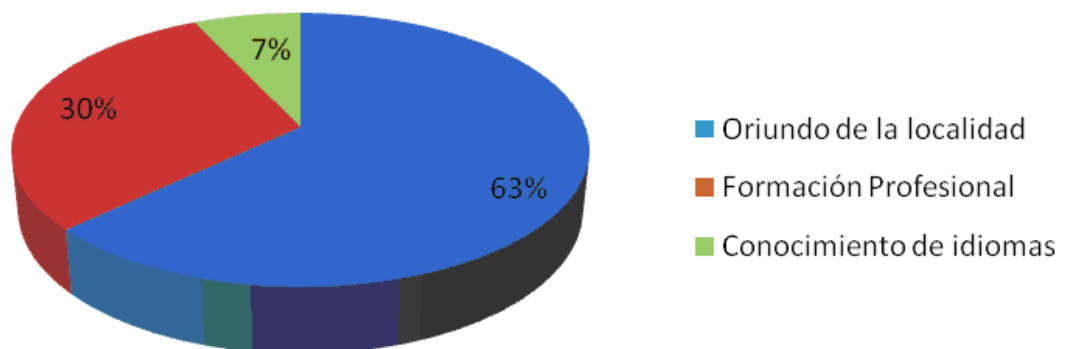
No obstante no se presenta un gran interés o predisposición hacia el uso de fuentes de energía y recursos renovables.

Actualmente el 60 % de los encuestados afirma que ya implementa alguna práctica que aporta a la protección del medio ambiente, como por ejemplo: reemplazar bombitas eléctricas por las de bajo consumo, clasificar los residuos en plásticos, latas, vidrios, papel y cartón, y orgánicos, implementar avisos en los baños para una reutilización de las toallas, entre otras. (Ver Figura 1)



**Figura 1: Implementación de Prácticas Sustentables**

Respecto a la selección del personal empleado en las cabañas, el principal criterio (63%) que se tiene en cuenta es que éstos sean oriundos de la localidad de La Cumbrecita, en menor medida (30%) se considera a la formación profesional y universitaria especializada y por último (7%) el conocimiento de idiomas. (Ver Figura 2)



**Figura 2: Criterios para la Selección de Personal**

Con el objeto de conocer el perfil del huésped de las cabañas, para saber qué tan involucrados se encuentran con la protección del



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

medio ambiente, el 95% de los propietarios afirma que sus huéspedes sí se interesan en el tema.

Para finalizar con el relevamiento, se analizó qué tipo de turistas son los que se alojan en estos establecimientos. Se observó que existe una gran variedad en cuanto a las características de los mismos ya que, con respecto a su procedencia son turistas nacionales e internacionales, y con respecto a su edad son huéspedes mayores y menores de 30 años.

Al concluir con esta encuesta, se puede afirmar que si bien no existe un amplio conocimiento conceptual sobre el desarrollo sustentable en turismo, sí existe un alto grado de predisposición para la incorporación de prácticas que colaboran con el mismo. Es por esto que un emprendimiento de ecoetiquetas sería viable de implementar cumpliéndose estas características.

A continuación se presenta el cuestionario realizado a los propietarios de las cabañas:

Usted sabe que las etiquetas ecológicas o ecoetiquetas son logotipos otorgados por un organismo oficial que nos indican que el producto que la lleva tiene baja incidencia medioambiental y que, por tanto, es más respetuoso con el entorno que otros productos que hacen la misma función. Son de carácter voluntario y, generalmente, cuentan con el soporte de las ACV (Análisis de Ciclo de Vida) del producto.

Para cada categoría de productos hay unos criterios ecológicos que permiten la evaluación y concesión de la ecoetiqueta, que es válida durante un periodo máximo de tres años. El producto está siempre bajo control del organismo que otorga la ecoetiqueta.



1. ¿Le interesaría aplicar una certificación de calidad ecoturística sustentable en su establecimiento de cabaña? ¿Por qué?
2. ¿Conoce algún organismo que otorgue esta certificación?
3. ¿Qué entiende por desarrollo sustentable?
4. ¿Qué prácticas implementaría para que dicho desarrollo se lleve a cabo en su establecimiento de cabaña?
5. Marque con una cruz cuál de las siguientes acciones llevaría a cabo en su establecimiento en caso de aplicar una certificación de éste tipo
  - Citaría información mediante carteles o folletos sobre posibles impactos ambientales que podría efectuar el turista y la cabaña.
  - Invitación al huésped a la reutilización de toallas y sábanas.
  - Aplicación de mecanismos para el ahorro de agua.
  - Recogida selectiva de materiales residuales.
  - Implementación de formas de iluminación ahorradoras de energía.
  - Uso de fuentes de energía y recursos renovables.
  - Comunicación sobre temas ambientales a su personal.
  - Ninguna
6. ¿Actualmente en su establecimiento, lleva a cabo alguna práctica que considera que aporta en la protección del medio ambiente? ¿Cuál?
7. A la hora de seleccionar personal, ¿qué criterios de los siguientes tiene en cuenta?
  - Formación profesional y universitaria especializada.
  - Conocimiento de idiomas
  - Oriundo de esta localidad
  - Menores de 30 años
  - Mayores de 30 años
  - Ninguna
8. ¿Sus huéspedes se encuentran interesados con la protección del medio ambiente?



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Se interesan
  - Les es indiferente
  - No se interesan
9. ¿Qué tipos de turistas en su mayoría son los que se alojan en su establecimiento?
- Nacionales
  - Internacionales
10. En su mayoría, sus huéspedes son:
- a) Menores de 30  
Mayores de 30
- b) Familias con hijos menores de 15 años  
Familias con hijos mayores de 15 años  
Jubilados  
Solteros
11. ¿Cuáles de los siguientes motivos son los que lo impulsan a estar interesado en la certificación?
- Preocupación por el medio ambiente.
  - Lograr una ventaja competitiva en el mercado.
  - Proyección de una imagen empresarial socialmente responsable.
  - Reducción de costos.
  - Incremento de los ingresos.
  - Otros.
  - Ninguno.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

*Plan de Negocios para la comercialización de las ecoetiquetas.*

La investigación se concretó en un Plan de Negocios. Este documento hace explícito el propósito, característica y desarrollo del negocio. Sirviendo también para evaluar de forma ordenada si esta idea es viable o no.

A la hora de realizar el diseño estratégico se tuvo en cuenta la necesidad de planificar un desarrollo turístico que no olvide los impactos en el medio natural y sociocultural.

***Este Plan de Negocios permitirá comercializar ecoetiquetas en los complejos de cabañas de alta gama de la localidad de La Cumbrecita, Calamuchita, Provincia de Córdoba.***

El objeto de esta ecoetiqueta es analizar el grado de sustentabilidad en los procesos de gestión de las cabañas. De esta manera se intentan promover servicios de calidad ecoturística y de desarrollo sustentable.

Una de las funciones de esta certificación es brindar una herramienta metodológica y de gestión a las cabañas para mejorar la calidad de sus productos y servicios, y así, poder crear una ventaja competitiva que les permita posicionarse fuertemente en el mercado turístico.

Por medio de la implementación de estas ecoetiquetas, se busca promover una categorización y diferenciación de las cabañas según el grado en que se acerquen al principio de sostenibilidad, en cuanto al manejo de recursos naturales, culturales y sociales.

Esta idea surge como respuesta a:

- El aumento de la preocupación social por el medio ambiente, debido a diversos factores como la información y la formación ambiental, cambio climático, etc.





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- La reducción de la disponibilidad de recursos.
- El incremento de la competitividad empresarial, como resultado de la preocupación ambiental.
- La fijación de compromisos más allá del marco legal, que derivan de la concientización ambiental.
- El incremento de la magnitud de los problemas ambientales.

Además se puede observar en el sector, que las empresas están cada día más interesadas en mejorar el comportamiento medioambiental de sus actividades, productos y servicios. Como consecuencia a ello, asumen su rol ambiental a la hora de desempeñar sus funciones porque, de lo contrario, no podrán ser competitivas en el mercado.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

## ***ESTUDIO DEL MERCADO***



### **Características del Sector**

El análisis FODA, además de evaluar los puntos fuertes y débiles de una compañía, permite analizar las oportunidades y amenazas externas. Este análisis, es una herramienta de fácil uso para obtener una rápida visión general de la situación estratégica de una compañía.

Las oportunidades industriales son todas aquellas que ofrecen vías de crecimiento y aquellas en las cuales una compañía tiene el mayor potencial para lograr una ventaja competitiva. A su vez, ciertos factores en el ambiente externo de una compañía imponen amenazas a su bienestar.

#### **Oportunidades de sector:**

- Mayor preocupación ambiental y creciente movimiento ecoturístico. El hecho de que exista un creciente interés por la preservación y conservación del medio ambiente, crea posibilidades de ingreso al sector.
- La no existencia de organizaciones fuertemente posicionadas en el mercado que ofrezcan este servicio, hace que la competencia potencial no cuente con fuertes competidores a la hora de instalarse en el mercado.
- La necesidad por parte de las cabañas de crear una ventaja competitiva. Esto hace referencia a que las cabañas demandan vigorosamente este tipo de servicio como elemento de diferenciación y esto genera grandes oportunidades de ingresar al sector.
- La necesidad de proyectar una imagen de calidad al turista, lo cual hace que las cabañas turísticas necesiten de alguna certificación o aval que resalte la sustentabilidad de su establecimiento.
- La falta de un marco legal o políticas regulativas que establezcan requisitos para constituir una organización de éste tipo. Desde el



punto de vista de una oportunidad, esto se refiere a que el ingreso al sector se presenta sin inconvenientes.

- El bajo requerimiento de capital inicial necesario para ingresar en el mercado, lo que hace referencia a que no se necesitan grandes inversiones iniciales para ingresar al sector.

Amenazas del sector:

- La falta de experiencia y conocimiento en el sector hacen que el ingreso al mercado sea mucho más difícil ya que genera incertidumbre y no existen casos similares que sirvan como modelos de referencia.
- La falta de estadísticas y datos fehacientes que permitan una inversión confiable.
- La falta de un marco legal o políticas regulativas que establezcan requisitos para constituir una organización de este tipo. Desde el punto de vista de una amenaza, se hace referencia a que cualquier cambio que se de en el ámbito legal puede afectar al bienestar del negocio.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

### **Análisis de la oferta**

La Argentina, no ha sido la excepción en este nuevo movimiento orientado hacia la sustentabilidad en la actividad turística. Sin embargo, hasta el día de hoy, no existen entidades que desarrollen e implementen ecoetiquetas en establecimientos prestadores de servicios de alojamiento.

En la mayoría de los países desarrollados, específicamente en los de Europa, sí existen organizaciones que fomenten el uso de ecoetiquetas, las cuales funcionan como distintivo que informa y estimula a los consumidores a escoger productos y servicios con menores repercusiones sobre el medio ambiente.

Dentro de las más importantes, se encuentran:

#### **Bandera azul**

<http://www.blueflag.org>

La Campaña Bandera Azul es una ecoetiqueta selectiva concedida en el año 2005 a más de 3100 playas y puertos en 35 países de Europa, la República Sudafricana, Canadá, Nueva Zelanda y 4 países en el Caribe.

Es un símbolo reconocido que exige el cumplimiento de exigentes niveles sanitario ambientales.

Se basa en el cumplimiento de una serie de criterios específicos en las playas y puertos, que se agrupan en torno a cuatro pilares básicos: a) calidad de las aguas de baño, b) información y educación ambiental, c) gestión medioambiental, y d) seguridad y servicios.

Es concedida anualmente, con el fin de asegurar el cumplimiento continuado de sus criterios.

#### **Proyecto life "visit"**

[http://www.yourvisit.info/index\\_gb.html](http://www.yourvisit.info/index_gb.html)

Ecoetiquetas para el Turismo en Europa.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

Las Ecoetiquetas VISIT en Austria, Francia, Escocia, Dinamarca, Suecia, Países Bajos, Suiza, Luxemburgo e Italia garantizan el etiquetado de acuerdo a los más altos niveles en todos los aspectos ambientales importantes.

Cada ecoetiqueta, con sus implícitas exigencias a hoteles u otras instalaciones turísticas, debe contribuir a una mayor calidad medioambiental y al mantenimiento de una naturaleza intacta en los lugares de destino.

### Etiqueta Ecológica Europea

La Unión Europea creó la Etiqueta Ecológica Europea en el año 1992. Diferencia a los productos y servicios que son más respetuosos con el medio ambiente, mediante un sencillo logotipo en forma de flor rodeada por las doce estrellas de la Unión Europea. Esta certificación es única y válida para todos los estados miembros de la Comunidad Europea, Noruega, Islandia y Liechtenstein.

La etiqueta europea no sustituye al resto de los sistemas de etiquetado ecológico, sino que se complementan, y consta de dos partes: el logo y un recuadro que expone los motivos de su concesión. Los productos con este sello de calidad ambiental no son necesariamente más caros. Agregan un valor añadido, al tener un menor impacto sobre el medio ambiente y ajustarse a unas normas muy estrictas.

Hasta la fecha, la Comisión Europea (CE) ha concedido etiquetas ecológicas a cientos de productos y servicios agrupados en diversas categorías dentro de las cuales se encuentra la de Servicios de alojamiento turístico y camping.

La flor se ha convertido en un símbolo de alcance europeo que identifica a los productos y proporciona una orientación simple y precisa a los consumidores. Sin embargo, no ha alcanzado el nivel de implantación esperado inicialmente, sobre todo si se compara con la evolución de otras etiquetas ecológicas. No obstante, es posible que el



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

número de productos con la flor europea crezca significativamente en los próximos años.



### **Análisis de la Demanda**

En los últimos años, en Argentina se vislumbró un gran crecimiento de nuevos emprendimientos turísticos. Junto con ello, se percibió un auge en el desarrollo y creación de una nueva modalidad de alojamiento: los establecimientos de alta gama, entre los cuales se encuentran Las Cabañas Turísticas. Esta nueva forma de alojamiento buscaría brindar un servicio más personal, orientado a las familias, a la privacidad y a hacer sentir al turista como en casa. Hoy en día, gran número de turistas busca con mayor frecuencia hospedarse en este tipo de establecimientos.

Esta nueva tendencia de desarrollo de establecimientos de alta gama, en el período 2005-2007 mostró un crecimiento que supera la media de los alojamientos convencionales. Por eso, la Dirección de Estudios de Mercado y Estadística, que depende de la Dirección Nacional de Desarrollo Turístico de la SECTUR, elaboró un informe que se publicó en la revista *Hotelería y Turismo*. (Edición 117- Año 18- Noviembre/Diciembre 2007 editada por la Asociación de Hoteles de Turismo – AHT).

El informe se enmarcó dentro del Programa de turismo receptivo, interno y mercados prioritarios del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable - PFETS. Fue realizado con información que brinda el Registro Anual de Establecimientos que a su vez es la base de la Encuesta de Ocupación Hotelera – EOH. Esta última es un operativo realizado por la SECTUR junto con el INDEC, con el objetivo de relevar las principales variables del sector. En el 2007 esta encuesta se realizó en 44 localidades del país.

El propósito de este informe fue describir la oferta de los hoteles considerados de alta gama en lo que respecta a su localización, los servicios que ofrecen, el personal ocupado según tipo de hotel, la pertenencia a cadenas hoteleras y la evolución de los mismos en cantidad de establecimientos y plazas en el periodo 2005-2007.



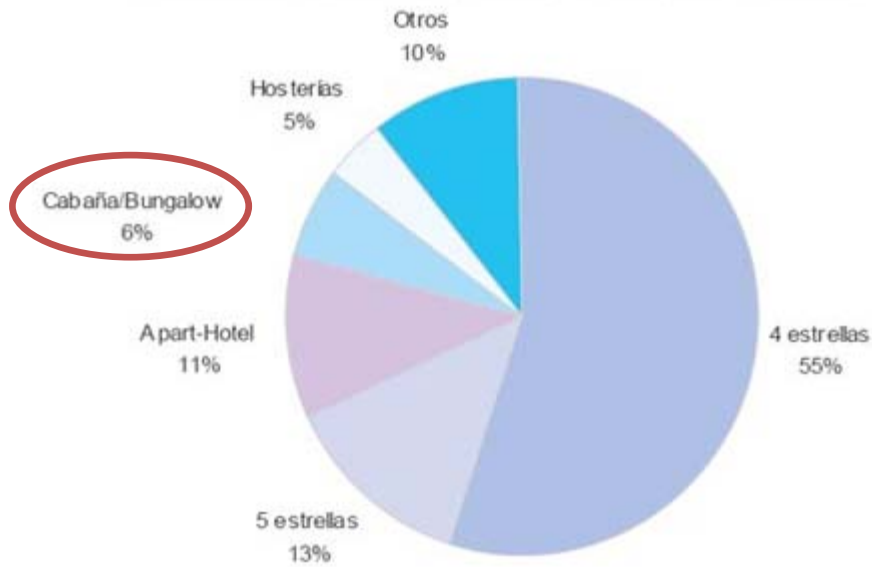


El universo de hoteles de alta gama está conformado por todos los hoteles del país categorizados como 4 ó 5 estrellas, y por los establecimientos hoteleros y parahoteleros que poseen infraestructura de calidad y ofrecen una gama de servicios de alto nivel. Así, los hoteles de alta gama en la Argentina comprenden un total de 392 establecimientos y 66.643 plazas. Estas cifras incluyen 51 hoteles 5 estrellas que disponen de 18.338 plazas; 215 hoteles 4 estrellas, con 37.251 plazas; y 126 establecimientos, tales como aparts, cabañas, bungalows y hosterías, que reúnen un total de 11.054 plazas. Para decidir la inclusión o no de este tipo de establecimientos dentro de los de *alta gama*, se tuvieron en cuenta cuatro indicadores tales como la ubicación privilegiada, la tarifa diferencial, los servicios que se brinden en cuanto a calidad y diversidad y el equipamiento de sus habitaciones, departamentos, y cabañas.

Según el registro hotelero de 2007 que sirvió de marco a la Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH), el 8% de los establecimientos de la Argentina es considerado de alta gama. Dentro de esta categoría, los hoteles de 4 estrellas son los que mayor proporción de establecimientos poseen sobre el total (55%), seguido por los de 5 estrellas (13%), los aparts (11%), cabañas/bungalows (6%) y hosterías (4%), entre las principales. (Ver Figura 3)



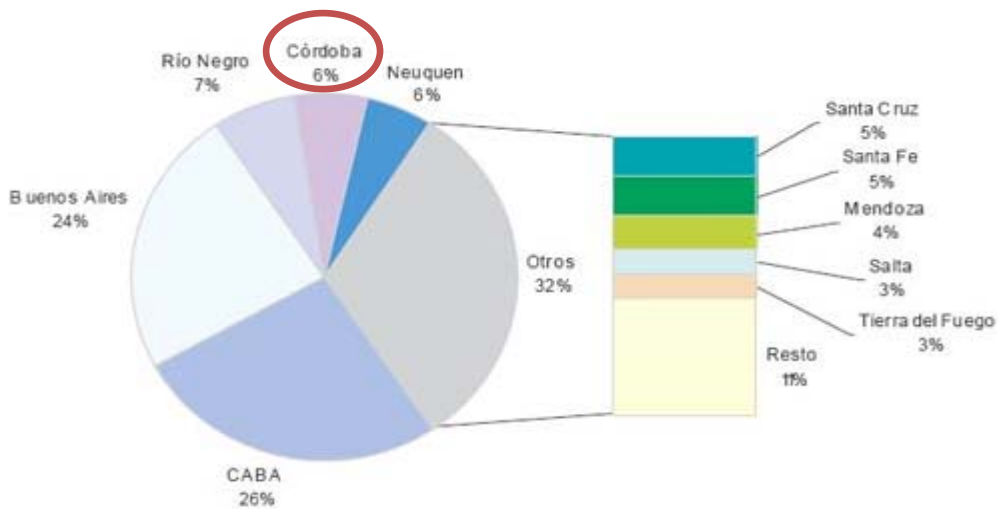
Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH 2007 (SECTUR-INDEC)

**Figura 3: Establecimientos de Alta Gama según Categoría – Año 2007**

En cuanto a la distribución geográfica de los establecimientos hoteleros y parahoteleros de alta gama, la provincia de Córdoba ocupa el tercer lugar con un 6% junto a la provincia de Neuquén. (Ver Figura 4).



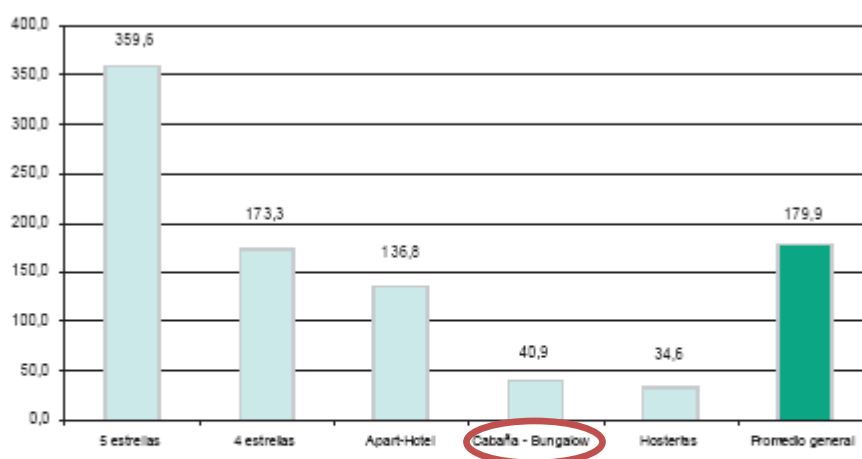
Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH 2007 (SECTUR-INDEC)

**Figura 4: Establecimientos de Alta Gama según Localización – Año 2007**



Respecto a la distribución de plazas, la mayor participación pertenece a la región CABA con un (36%), el segundo lugar corresponde a la provincia de Buenos Aires (20%), seguida por Córdoba (6%), Río Negro (6%) y Santa Fe (5%). Las cabañas y bungalows (2%) junto a las hosterías (1%), tienen una baja participación en el total de plazas, dado sus características de diseño.

En promedio, las cabañas y bungalows tienen 41 plazas, y las hosterías, 35. (Ver Figura 5)



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH 2007 (SECTUR-INDEC)

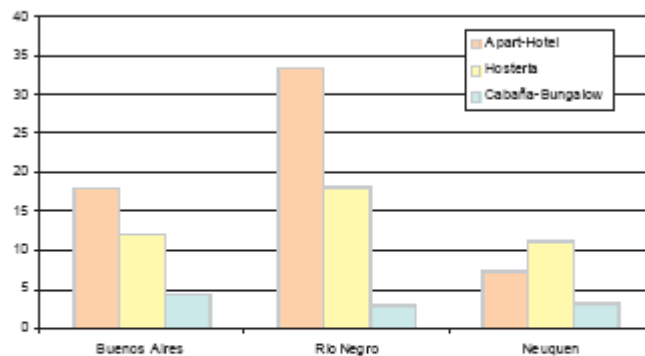
**Figura 5: Promedio de Plazas por tipo de Establecimiento – Año 2007**

En los últimos dos años se registró un considerable aumento en la cantidad de establecimientos de alta gama. En 2006, este incremento fue de 9%, y en lo que va de 2007 suma 2%. Se verifica, por lo tanto, un incremento acumulado de 11% en este tipo de establecimientos respecto de 2005. En este período inauguraron 38 nuevos hoteles de alta gama, y se sumaron 5.066 nuevas plazas.



En cuanto al personal ocupado en los establecimientos de alta gama, el mismo está directamente relacionado con los servicios que ofrece cada establecimiento, y su cantidad de plazas. Las cabañas y bungalows, tienen un promedio de 5 personas ocupadas por cabaña.

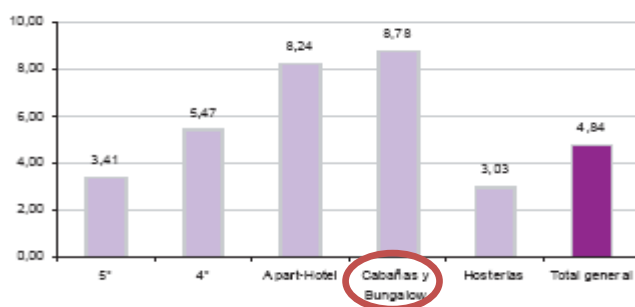
Estos promedios varían también en cada provincia, como se puede observar en la Figura 6.



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH (SECTUR-INDEC)

**Figura 6: Personal Promedio contratado en aparts, hosterías y cabañas-bungalows de alta gama en Buenos Aires, Río Negro y Neuquén – Año 2007**

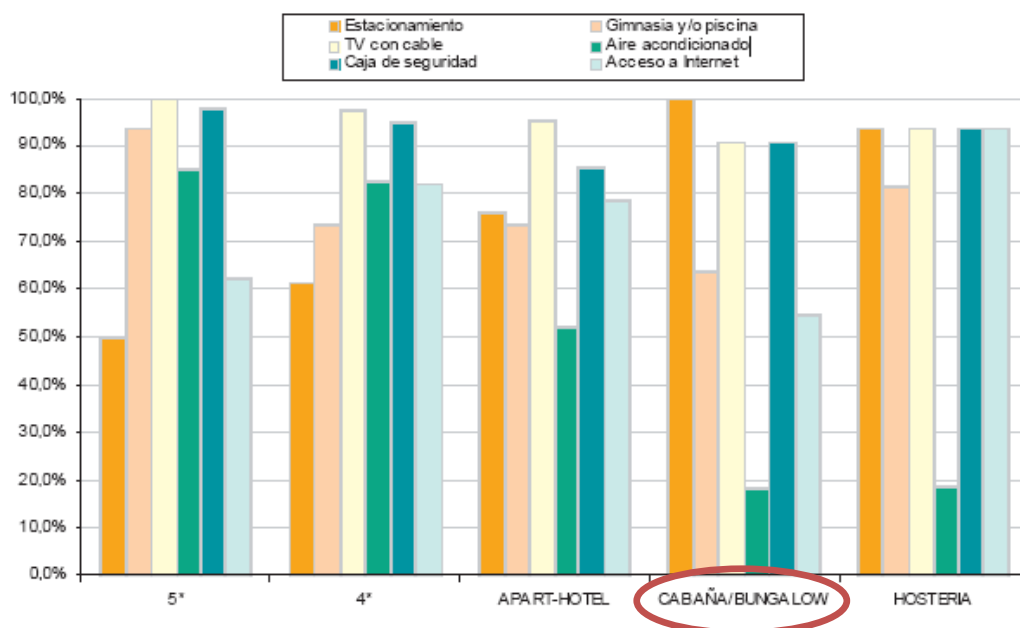
Otro indicador importante que mide la calidad y/o cantidad de servicios que brinda un establecimiento es la cantidad de plazas por empleado. Las cabañas y bungalows muestran una cifra de (8,78) respecto a esta relación, como se puede observar en la Figura 7.



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH 2007 (SECTUR-INDEC)

**Figura 7: Plazas por empleado contratado según tipo de establecimiento de alta gama – Año 2007**

Respecto a los servicios incluidos en la tarifa abonada por el alojamiento, tal como se puede apreciar en la Figura 8, los establecimientos de alta gama ofrecen una diversidad de servicios que varía según su categoría. Un ejemplo que se puede destacar es el servicio de estacionamiento que está incluido en todas las cabañas y bungalows, mientras que sólo el 50% de los hoteles 5 estrellas la incluyen.



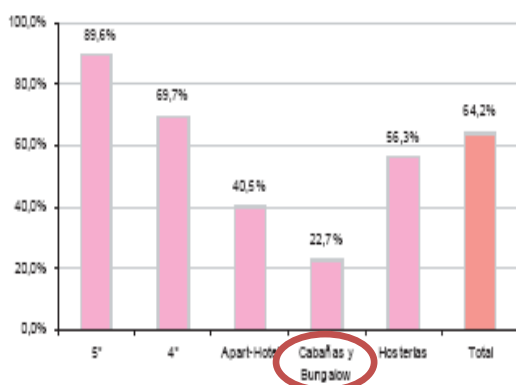
Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH (SECTUR-INDEC)

**Figura 8: Servicios incluidos en la tarifa según tipo de establecimiento  
- Año 2007**

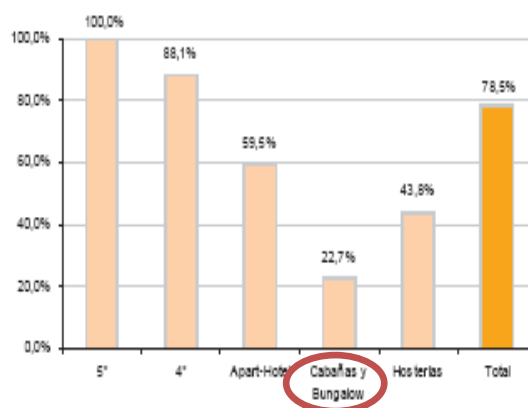
Actualmente, los servicios informáticos son un recurso imprescindible para una administración eficiente de los establecimientos de alta gama. Sin embargo, de acuerdo a las estadísticas, las cabañas y bungalows al disponer de pocas plazas no cuentan con una alta utilización de estos servicios. Se observa que las cabañas tienen un 23% de utilización tanto para los softwares especializados para el registro de pasajeros como para el servicio de reservas on-line. (Ver Figuras 9 y 10)



Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH (SECTUR-INDEC)



Fuente: SECTUR en base a datos del registro hotelero de la EOH (SECTUR-INDEC)

**Figura 9: Utilización de software para la administración del registro de pasajeros según tipo de establecimiento – Año 2007**

**Figura 10: Servicios de reservas on-line según tipo de establecimiento**

Este informe fue realizado por la Directora de Estudios de Mercado y Estadística, Lic. Felisa Bemamán y colaboraron Alejandro Graciano y Guadalupe Melián, integrantes de su equipo de trabajo.

Al ver que esta tendencia va a continuar aumentando, sería deseable que la misma esté acompañada de un creciente interés por la sustentabilidad del medio ambiente, la conservación de los recursos y la preservación y el desarrollo de la comunidad local.



### **Análisis de la Competencia**

Este servicio no cuenta con una competencia directa, es por eso que solamente se pueden analizar los competidores potenciales los cuales se considera que son aquellas consultoras de calidad, a nivel general, que deseen diversificar su negocio, ingresando en el sector de calidad ecoturística.

Respecto a la oferta complementaria a este servicio, se destacan las Normas IRAM Sector 42.200 constituidas en febrero del año 2008.

Los establecimientos que opten por la certificación en Ecoetiquetas, estarán realizando un paso intermedio a la certificación con las Normas IRAM Sector 42.200, ya que las Ecoetiquetas serán de alta validez pero no contarán con la envergadura de las Normas IRAM.

Las Normas IRAM Sector 42.200 se encuentran institucionalizadas por el gobierno, lo cual le brinda un mayor sustento y aval y, a su vez permite y facilita una mejor penetración en el mercado nacional, proyectando una imagen de confianza y calidad al cliente.

Es por esto que la certificación en Ecoetiquetas será un punto de inicio o disparador para aquellos establecimientos que no hayan podido certificarse aún con Normas IRAM Sector 42.200, o bien las ecoetiquetas aportarán un valor adicional a los establecimientos ya certificados con Normas IRAM.





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

### **Proveedores y disponibilidad**

- Telefonía fija: se encuentran dos grandes proveedores en todo el país, los mismos son *Telecom* [www.telecom.com.ar](http://www.telecom.com.ar) y *Telefónica* [www.telefonica.com.ar](http://www.telefonica.com.ar). Ambos ofrecen innumerables promociones y opciones de servicio de llamadas locales, a larga distancia e internacionales. A su vez ofrecen paquetes exclusivos para empresas asociándose con otros proveedores de servicios como por ejemplo telefonía celular e internet.
- Internet: *Arnet, Fibertel, Flash, Speedy* son los principales proveedores de internet en la ciudad de Córdoba, que ofrecen promociones, varían en la velocidad, calidad ofrecida, precios, entre otros aspectos a tener en cuenta.
- Telefonía Móvil: existen cuatro compañías que lideran en el mercado nacional, ofreciendo lo último en innovación tecnológica al servicio de los clientes, flexibilidad en la oferta comercial y excelencia en la atención a clientes. Ellas son *Personal, Claro, Movistar* y *Nextel*. A su vez, todas ofrecen Telefonía Móvil Corporativa, junto con una gran variedad de beneficios diferenciales, que suman valor y productividad a las comunicaciones.
- Imprenta: este tipo de servicio se utilizará para la creación de tarjetas personales, folletos, factureros, entre otras cosas. Dentro de la oferta de proveedores en la ciudad se encontraron *Soluciones Gráficas* (Ob. Trejo 295. Tel 4240611); *Croquis* (Av. Rafael Nuñez 427. Tel 4820710); *Print Works* (25 de Mayo 347. Tel 4225097) y *Rotagraph S.A* (Bv. De los Alemanes 3226. Tel 4750646/0650/0654)
- Diseño de Páginas Web: al ser una de las principales herramientas de comunicación y transmisión de información para la



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

empresa, resulta imprescindible la elección de un proveedor eficaz y eficiente para contar con una página atractiva, fácil de manejar y dinámica. Los proveedores analizados en el sector fueron *3dlife*, una empresa recientemente constituida, formada por dueños oriundos de las ciudades de Córdoba y Santa Fe; *Campus Sistemas y Páginas Webs* (Ob. Oro 321. Tel 4605984); *Proyect Design* (Rivera Indarte 117. Tel 4222963); *Web Type – Diseño web* (Av. Gral. Paz 94. Tel 153595124)

- Librería: se comprarán insumos necesarios para el trabajo de oficina en la empresa. Las librerías analizadas fueron *Libremática* (25 de Mayo 43. Tel 4260360/61/62); *El Auditor* (Alvear 139. Tel 4332624); *Artística Colleague* (27 de Abril 154. Tel 4215753); *Arco Iris* (Av. Colón 2744. Tel 4800549).
- Placas y Grabados: se realizarán placas grabadas con la ecoetiqueta para entregar a los establecimientos certificados a modo de distintivo. Dentro de las empresas de la ciudad que se dedican a la creación de placas grabadas se encontraron *Casa Triunfo premios y homenajes* (La Rioja 311. Tel 4225710); *Ávila Omar – Grabados* (Tucumán 309. Tel 4245070); *Menfis grabados láser* (Jerónimo L. de Cabrera 1123. Tel 4736336).
- Computación: este tipo de proveedores proveerán de maquinaria necesaria y del soporte técnico. El equipo necesario deberá ser de última tecnología y contar con una amplia capacidad para almacenar datos. Los proveedores analizados fueron *Neyra Hnos.* (Santa Rosa 460. Tel 4259595); *AJ computación* (Lima 322. Tel 4260660); *Empire Tech* (Av. Vélez Sarsfield 186. Tel 5263030).
- Servicios Inmobiliarios: será de gran utilidad contar con un buen asesoramiento a la hora de elegir una buena ubicación y buenos precios de la oficina de trabajo. *Caffaratti Inmobiliaria* (Rondeau



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

370. Tel 4297332/33/34); *Sergio Vilella* (Rondeau 30. Tel 0810 888 4848); *Vallés Vilella y Cía.* (Av. Olmos 125. Tel 4222222); *Buro Inmobiliaria* (Rondeau 685. Tel 4261333).

- Asesoramiento Contable: los estudios contables considerados para el control financiero y administrativo de la empresa fueron *Barrionuevo y asoc.* (Villacorta 2845. Tel 4523021); *Estudio Ledesma y asoc.* (Montevideo 556. Tel 4231146); *Beltrán Medina y Rodríguez Asoc.* (Av. Colón 350. Tel 4230439).



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

## ***ESTUDIO TÉCNICO***



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

### **Localización**

*Localización Micro:* la casa central se ubicará en Bv. Chacabuco 480 - 10 "D".

*Localización Macro:* La Cumbrecita, Región de Calamuchita.

La Región de Calamuchita, al estar protegida por serranías y surcada por ríos y arroyos, es una zona con mucho verdor, fértil y un verdadero paraíso para los turistas. Gracias a su agradable clima y su excelente infraestructura, es una de las áreas turísticas de Córdoba con mayor afluencia de visitantes, ubicándose como la tercera debajo de Punilla y Capital según datos proporcionados por la Agencia Córdoba Turismo.

En los últimos años la inclinación hacia actividades ecoturísticas y hacia la sostenibilidad por parte de toda la región, dio lugar a la incorporación en la Red Federal de Municipios Turísticos Sustentables, conformado por más de 130 municipios de todo el país; entre los cuales destacamos al de La Cumbrecita. La Red Federal de Municipios Turísticos Sustentables, surgida en el 2003 bajo la premisa de promover prácticas sustentables en la gestión pública-privada del turismo, ha desarrollado una ingente tarea de educación, construcción de capacidades y comunicación social, recopilación de casos testigos, talleres y encuentros destinados a promover la sostenibilidad en el turismo.

La Cumbrecita, primer pueblo peatonal de la Argentina, se encuentra a 1450msnm, sobre las Sierras Grandes de Córdoba, en el valle de Calamuchita. Enclavado en ese escenario agreste, se encuentra este fascinante pueblo, cercado por dos ríos de agua cristalina y rodeado de frondosas arboledas que le otorgan un marco inigualable.

En La Cumbrecita no hay cajeros automáticos, bancos ni estaciones de servicio para carga de combustible y de 9 a 19 horas el



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

tránsito está restringido, los vehículos deben permanecer en el aparcamiento comunal, abonando un arancel fijo.

Inmersa en la Reserva natural de Uso Múltiple La Cumbrecita, allí se valora el medio ambiente, la armonía con la naturaleza y el descanso del ruido. La cumbrecita se constituye como el lugar ideal para el encuentro con uno mismo y la vida en armonía con el medio ambiente.

El inconveniente es que ahora parece que todos quieren ir al paraíso. Según Daniel López (41 años), presidente de la comuna, en 2002 llegaban a La Cumbrecita 80.000 personas al año, y en 2007, el número trepó a 360.000.

"Si bien La Cumbrecita fue declarada Reserva Natural Provincial de uso múltiple en el año 1996, nunca se hizo el decreto reglamentario. Por eso ahora estamos trabajando sobre la reglamentación a través de un plan de manejo del uso público. Por ejemplo, La Cumbrecita debe tener una capacidad de carga de hasta 4000 visitas diarias, no más que eso. Y el que llegue 4001 tendrá que venir al otro día. Para eso estamos armando toda una infraestructura, con un pórtico de entrada muy importante a casi 4 kilómetros del pueblo histórico, donde funcionará una oficina de turismo, de policía y bomberos que regule el ingreso", señala López, nieto de uno de los antiguos habitantes del lugar que ya vivían en esta zona cuando llegó de Alemania el fundador del pueblo, Helmut Cabjolsky.

Por dichas razones, se elige a Calamuchita, y más precisamente a La Cumbrecita como caso de aplicación para desarrollar el proyecto de ecoetiquetas.



### **Ingeniería del proyecto**

- ***Demanda***

Considerando que la demanda potencial estaría formada por todos los sectores que constituyen la oferta turística de Córdoba (agencias de viajes, restaurantes, corredores turísticos, Estancias Jesuíticas, Paseo del Buen pastor, la Agencia Córdoba Turismo), se prefijó como demanda objetivo para iniciar el proyecto únicamente a los complejos de cabañas en la localidad de La Cumbrecita en la Región de Calamuchita.

En fin, se apunta directamente a una demanda efectiva, es decir aquellos establecimientos de cabañas que realmente puedan y quieran acceder voluntariamente al producto que se ofrece.

Para la segmentación de la demanda se aplicaron las siguientes variables:

- Socioeconómica: categorización de las cabañas en cuestión. Apuntando a aquellas categorías de cabañas 3\* que son las que más dispuestas estarían a pagar por un elemento de diferenciación como son las ecoetiquetas.
- Geográficas: en una primera instancia, se aplicó en la localidad de La Cumbrecita para que luego se proyecte a nivel regional y nacional.
- Motivacional: aquellas cabañas que se encuentran preocupadas por el medio ambiente, aquellas que desean proyectar una imagen empresarial socialmente responsable. O bien, aquellas que buscan reducir costos y lograr una ventaja competitiva en el mercado.
- Hábitos de consumo, gustos y preferencias: aquellas cabañas que tengan un modo de desempeño social y ambientalmente responsable, donde sea viable aplicar una ecoetiqueta en el establecimiento.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Personalidad: cabañas con un perfil vanguardista, flexible, dispuestos al cambio y con un alto grado de conciencia ambiental.





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- **Comercialización**

En relación a la comercialización se llevarán a cabo diferentes estrategias de publicidad para promocionar este servicio. Los mecanismos de comercialización que se utilizarán son:

*Promoción:* auditorías gratis para corroborar si los establecimientos cumplen con los requisitos; promoción por pago de contado.

*Relaciones Públicas:* visitas personalizadas a las cabañas, Agencias de Turismo y a la Secretaría de Turismo y a la de Ambiente; participación en ferias de turismo; asistencia a congresos y eventos de Turismo Sustentable.

*Publicidad:* entrega de folletos en Cabañas, Secretarías de Turismo, Agencias de Turismo; y la creación de una página web que a su vez figurará como link en la página web [www.lacumbrecita.com](http://www.lacumbrecita.com) y [www.redcalamuchita.com](http://www.redcalamuchita.com). La página web creada será actualizada cada 6 meses, agregando noticias y novedades.

Asimismo, se hará mención en la página web de todas aquellas cabañas que hayan obtenido la certificación, siendo éste, un servicio complementario.

Todo el equipo de trabajo estará continuamente actualizado, es decir, se perfeccionará a cada integrante sobre los nuevos avances, tecnologías, tendencias, información, dependiendo de su puesto de trabajo.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- **Proveedores**

El mercado de los proveedores puede llegar a ser determinante del éxito o del fracaso de este trabajo final de carrera. De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los recursos requeridos.

Luego de un minucioso análisis de las alternativas de proveedores, los que más se adecuaron a las necesidades fueron los siguientes:

- *Telecom*: posee una red de telecomunicaciones de amplia cobertura y capilaridad en el norte de Argentina y tiene extensiones en determinadas localidades de la zona sur. Una de las principales prestaciones de la compañía es el servicio de Telefonía Básica que incluye telefonía urbana, de larga distancia nacional e internacional, y Telefonía Pública con amplia cobertura nacional. También brinda servicios de Larga Distancia Internacional.

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

- *Arnet*: Telecom continua extendiendo el servicio de acceso a Internet de alta velocidad (banda ancha) sobre sus redes, al lanzar en setiembre de 2005 la oferta de velocidad más alta del mercado, 5 Mbytes. También disponible en forma inalámbrica, con tecnología WiFi, permite navegar a alta velocidad en lugares públicos como aeropuertos, restaurantes, estaciones de servicio, etc.

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

- *Personal*: este servicio de telefonía celular da la posibilidad de armar redes privadas dentro de la empresa. Facilita ampliamente la comunicación entre las diferentes líneas del grupo a la vez que otorga grandes beneficios en el control de las llamadas. Además propone optimizar al máximo el presupuesto de comunicaciones de



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

la empresa, ganando tiempo y calidad en el trabajo. Para ello, ha diseñado diversos planes pensados especialmente en función de las necesidades de las empresas, dependiendo de los destinos habituales de comunicación y la movilidad de los integrantes de la compañía.

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

Se considera importante mencionar que ha sido selecto este grupo de tres proveedores en cuanto a las telecomunicaciones porque ofrecen beneficios al ser usuarios de los mismos y asociarse al "Club Empresa". Es posible acceder a beneficios para la empresa y también beneficios personales. Por ejemplo descuentos en insumos para la empresa, pasajes, suscripciones, tecnología, electrónica.

El plan ofrecido fue "Solución Integral", con un precio final durante los primeros 6 meses de \$ 87, 20, y del séptimo mes en adelante con un precio final de \$ 141, 30, en relación a Telefonía Básica e Internet. Con respecto al plan corporativo de Personal, el precio final será de \$38,70 por cada línea telefónica.

- *Soluciones Gráficas:* brinda un servicio integrado de impresiones, cubriendo todas las necesidades gráficas de la empresa, por lo cual la hemos seleccionado para la realización de los folletos. Cuenta con un moderno y avanzado equipamiento operado por experimentados profesionales que realizan todo tipo de reproducciones gráficas de cortas, medianas y largas tiradas en offset y fotocromía: afiches, folletos, revistas, libros, papelería comercial y formularios. El costo para realizar 400 tarjetas personales es de \$700 y por cada folleto \$4.

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



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- *3D life*: estudio integrado por diseñadores gráficos y diseñadores multimediales. Esta empresa brinda el servicio de diseño, animación y programación de sitios web, y el análisis de sistemas y soportes. Se ha elegido a este proveedor debido a que es un grupo nuevo con poca trayectoria, lo cual ofrecen diseños y procesos innovadores a precios accesibles. El costo inicial para la creación de la página web es de \$800, y de \$50 para el mantenimiento que se realizará cada seis meses.

[www.3dlife.com.ar](http://www.3dlife.com.ar)

- *Libremática librería*: librería que cuenta con la más variada oferta en artículos de oficina, papelería y computación, brindando los insumos necesarios para la empresa.

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

- *Menfis grabados láser*: empresa especializada en la técnica de grabados láser que utiliza una moderna tecnología la cual, permite el grabado permanente, en bajo relieve y con alta precisión de logos, textos, imágenes, etc. sobre todo tipo de materiales y superficies. Se escoge este proveedor porque dentro de los servicios que ofrece se demandará el grabado en placa batea que tiene un costo final de \$169,40.

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

Se contará con dos herramientas o espacios concretos de trabajo, los cuales serán imprescindibles para llevar adelante las tareas de esta organización:

Oficina: la atención al cliente y el espacio de trabajo se llevará a cabo en un dpto.-oficina, el cual contará con el equipamiento necesario y con un diseño acorde y apropiado para la ejecución de las tareas.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

Página Web: otra de las formas de comunicación o de transmisión de información con nuestros clientes potenciales será por medio de una página web la cual estará diseñada por el estudio 3Dlife. La misma, será lo suficientemente atractiva y agradable como para motivar a los visitantes de la misma a adquirir el sello. Dicha página web, será actualizada incorporando los nuevos establecimientos que adquieran la ecoetiqueta, o bien, informando sobre nuevas noticias o actualizaciones en el mercado turístico.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

### **Recursos Humanos**

Otro punto importante dentro de la organización es la gestión de los recursos humanos, es decir, las prácticas, técnicas y políticas que se llevarán a cabo para lograr la integración y la dirección de los empleados, de modo que desempeñen sus tareas de forma eficaz y eficiente para el logro de los objetivos de la empresa.

La organización contará con un equipo multidisciplinario de trabajo formado por los cuatro socios de la empresa. Los mismos son profesionales en turismo capacitados en diferentes áreas, como por ejemplo en gestión ambiental.

Además de este equipo de trabajo, la organización cuenta con un diseñador gráfico para la modificación de nuevos folletos y un profesional en ciencias económicas para llevar adelante la parte contable de la empresa.

Dos aspectos fundamentales que se considerarán en la dirección estratégica son el de la responsabilidad social y el de la ética. No sólo porque redunda en la calidad del comportamiento de las personas que en ellos trabajan y en el entorno en el que interactúan, sino porque a la larga se convierte en ventaja competitiva para la empresa.



### **Marco Legal**

Nuestro plan de negocio se concretaría en una sociedad comercial, y más específicamente en una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.) conformada por 4 socios.

En la sociedad de responsabilidad limitada, los socios limitan su responsabilidad a la entrega efectiva de los bienes que se han comprometido a realizar (los aportes comprometidos). Sin embargo, responderán frente a terceros con todo su patrimonio hasta cubrir el total de los aportes comprometidos por la totalidad de los socios y garantizarán, de la misma manera, que los bienes entregados a la sociedad fueron valuados correctamente.

El capital social de la sociedad se encuentra dividido en cuotas. Todas las cuotas deben tener igual valor, el que debe ser de diez pesos (\$10) o sus múltiplos.

Como consecuencia de la limitación de responsabilidad, los aportes que pueden efectuarse son en dinero o en especie, debiéndose entregar éstos últimos en su totalidad al momento de la constitución. Cuando lo que se aporte sea dinero, los socios pueden decidir que la entrega de los fondos no sea efectuada íntegramente al constituir la sociedad, de todas formas, al menos el 25% debe ser entregado al constituir la y el resto, deberá integrarse a la sociedad en un plazo máximo de 2 años.

Como principio general, las cuotas se pueden transmitir de una persona a otra libremente, pero el contrato social puede establecer ciertas limitaciones a esas transmisiones, que no pueden llegar a la prohibición. Esto tiene su razón de ser en la circunstancia de que en este tipo de sociedad, es importante el factor personal de cada uno de los socios, es decir, los socios deben tener cierta confianza entre sí.

El órgano de la sociedad que tiene a su cargo la administración y representación de la sociedad es la gerencia, que está integrada por gerentes, los cuales pueden ser uno o varios socios o terceros.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

Las resoluciones en la sociedad las adoptan los socios. El contrato deberá establecer de qué forma se adoptarán dichas decisiones. Lo habitual es que las decisiones sean adoptadas en la Reunión de Socios. Sin embargo, la ley dispone otras formas de adoptar decisiones que no requieren de que los socios se reúnan.

Cuando la decisión tuviera que ver con la modificación del contrato social, si alguno de los socios tuviera la mayoría necesaria para tomar por sí sólo la decisión, la cuál varía según que el contrato lo hubiera previsto (más de la mitad del capital social) o no (tres cuartas partes del capital social), la ley exige el voto de otro socio en el mismo sentido.

[www.Societario.com](http://www.Societario.com) SOCIETARIO.COM S.A. Revista Electrónica de Derecho Societarios

*PASOS A SEGUIR:*

### **Inscripción en Inspección General de Justicia**

El trámite comienza con la "Solicitud de Reserva de Denominación". Esta reserva tendrá vigencia por 30 días. Durante ese lapso nadie podrá hacer uso del nombre reservado.

Con dicha reserva y presentando la documentación que a continuación se detalla, se ingresará el trámite juntamente con el Formulario N° 1. Pasados cinco días, aproximadamente, se podrá retirar el mismo con las constancias de inscripción, las cuales dan cuenta de la intervención de la IGJ.

Para la Constitución en Escritura Pública, se debe presentar:

- Formulario N° 1 (valor: \$ 94).
- Primer Testimonio de la escritura de constitución.
- Fotocopia certificada notarialmente del referido testimonio.
-





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Fotocopia de dicho testimonio en tamaño reducido o margen ancho (8 cm).
- Instrumento de aceptación del cargo por parte de los administradores o gerentes no socios si estos no comparecieron al acto constitutivo, con indicación de sus datos personales.
- Constancia de pago de tasa retributiva (valor: \$ 30).
- Formulario de reserva del nombre social, en caso de haberse solicitado previamente dicha reserva (Formulario N° 3 –valor: \$ 18).

Dictamen técnico de un abogado, contador público o escribano; certificado ante el Colegio Profesional que corresponda.

Para la Constitución en Instrumento Privado, se deberá presentar:

- Formulario N° 1 (valor: \$ 94).
- Original del instrumento privado de constitución, con las firmas de los socios certificadas por escribano público.
- Fotocopia del referido instrumento.
- Fotocopia de dicho instrumento en tamaño reducido o margen ancho (8 cm).
- Constancia del pago de tasa retributiva (Boleta N° 3 –valor: \$ 30).
- Formulario de reserva del nombre social. En caso de haberse solicitado previamente, dicha reserva deberá estar acompañada del Formulario N° 3, (valor: \$ 18).

### **Alta en la Administración Federal de Ingresos Públicos**

Se deben presentar fotocopias de:

- Estatuto o contrato social
- Constancia de inscripción ante la Inspección General de Justicia



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Firma del socio gerente con la fotocopia de su DNI, LE o LC.
- Escritura de compra u otro documento que demuestre la propiedad o tenencia (acreditación de domicilios declarados).

### **Inscripción en Ingresos Públicos**

La documentación que se debe presentar es la siguiente:

- Formulario "Solicitud de Inscripción". Original y duplicado -será devuelto una vez intervenido-.
- Si la presentación la realiza un tercero, la firma del socio, presidente o representante legal deberá estar certificada en todos los ejemplares.
- Documento de identidad (DNI, LE, LC o CI) de la persona que realice la presentación, ya sea socio, presidente, representante legal o apoderado.
- Si la presentación la realiza el apoderado presentar, indistintamente: poder suscripto ante escribano público y DNI, LE o LC: Original y fotocopia.
- Constancia del CUIT. Original y fotocopia.
- Contrato social o estatuto de la sociedad: Original y fotocopia.
- Certificado de domicilio comercial expedido por Policía Federal o escritura o boleto de compraventa o contrato de alquiler o factura de servicios públicos: Original y fotocopia.
- El domicilio fiscal será acreditado con Estatuto - Contrato Social o Acta de Directorio: Original y fotocopia.
- Los domicilios particulares de los integrantes –se informan al dorso del formulario – serán acreditados mediante un comprobante de pago actual de un servicio a nombre de los mismos. Original y fotocopia.

Dicho trámite será realizado por un contador, cuyo costo será de \$1740 para constituir una S.R.L. con aporte en especie, compuesta por 4 socios. Dicho precio incluye la totalidad de gastos y honorarios



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

necesarios para la constitución e inscripción de la Sociedad ante la I.G.J. Se entrega el contrato social debidamente inscripto ante la I.G.J. y las solicitudes para obtener los números de CUIT y de Ingresos Brutos en forma instantánea contra presentación de las mismas ante A.F.I.P. y Dirección de Rentas por parte del Gerente en las S.R.L. Además, incluye 5 libros sociales contables rubricados (incluye los libros copiativos, tamaño oficio, de primera calidad, gestión, tasa de justicia y honorarios escribanía).



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

**Tabla 2: Resumen de Costos Generales**

<b>Concepto</b>	<b>Precio</b>
Telefonía Básica e Internet	\$ 87,20
Plan Corporativo de Personal (por pers.)	\$ 38,70
3D life creación página web	\$ 800,00
Alquiler Inmueble para Oficina	\$ 950,00
Insumos Oficina Libremática	\$ 700,00
Soluciones Gráficas	\$ 870,00
Contador	\$ 200,00
Marco Legal	\$ 1.740,00
3D life mantenimiento	\$ 50,00
Menfis grabados láser	\$ 169,40
Honorarios por profesional en turismo	\$200 por hora



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

### **Características las Ecoetiquetas**



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

El nombre de las ecoetiquetas será ESEA: Etiqueta de Sustentabilidad Ecológica Argentina. Se eligió este nombre porque contempla los conceptos claves del negocio, con siglas fáciles de recordar y pronunciar. A pesar de que el negocio apunta, en primera instancia, a la localidad de La Cumbrecita, se pretende a largo plazo proyectarlo a nivel nacional. Es por esto, que en el nombre se hace referencia a Argentina.

Las ecoetiquetas ESEA son una certificación ambiental basada en el cumplimiento de prácticas sustentables en Cabañas turísticas. Es un distintivo enfocado a ayudar al turista para reconocer y poder elegir más fácilmente un servicio de hospedaje respetuoso con el medio ambiente.

También persigue el objetivo de incentivar a los prestadores de servicios turísticos a tomar parte activa en la prevención de impacto medioambiental.

Las ESEA son atractivas porque:

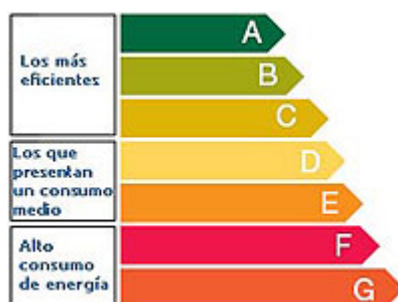
- Permiten mejorar la imagen corporativa y el atractivo de la empresa, para sus empleados y para la sociedad.
- Refuerzan las estrategias de diferenciación empresarial.
- Permiten aumentar la confianza de diversos inversores y aseguradores.
- Pueden ser útiles como una herramienta de promoción.
- Promueven una armónica interacción entre la empresa, el medio natural y el medio social circundante, con el fin de implementar políticas y programas de sostenibilidad, protección del medio ambiente, entre otros.
- Permiten evaluar la identificación e interacción del establecimiento con las comunidades adyacentes, analizando por ejemplo, el grado en que las empresas turísticas responden al crecimiento y desarrollo de la región, mediante la generación de empleo y el logro de beneficios en pro de la colectividad.



La certificación se logrará con el cumplimiento de ciertos requisitos obligatorios en el establecimiento. Entre los criterios a evaluar, se encuentran:

### **El ahorro de energía**

- Aire acondicionado con una eficiencia energética mínima de Clase C. (Ver Figura 11)



**Figura 11: Tipos de Aire acondicionado según consumo energético**

- Aislamiento térmico y acústico de las ventanas.
- Utilización de bombitas eléctricas de bajo consumo, al menos en un 70% del total del establecimiento.
- Utilizar los equipos de lavandería y lavaplatos solamente con carga completa.

### **El ahorro de agua**

- Caudal de agua de grifos y duchas menor a 12 litros por minuto.
- No más de 3 cisternas funcionando a la vez.
- Sábanas y toallas cambiadas a petición del cliente o dos veces por semana.
- Riego de plantas y jardines después del atardecer o antes del mediodía.
- Se tratarán todas las aguas residuales.



### **La gestión**

- Buen mantenimiento y revisión del equipamiento.
- Elaboración de una política ambiental y de un plan de actuación detallado para aplicarla.
- Formación del personal para garantizar la aplicación de las medidas ambientales.
- Información a los clientes sobre la política ambiental, las medidas tomadas y la ecoetiqueta.
- Procedimientos de recogida y control de datos (consumo de energía, de electricidad, de agua, de productos químicos y de residuos).

### **La reducción de residuos**

- Implementar la estrategia de las tres "R" para la gestión de los residuos sólidos: Reducir, Reutilizar y Reciclar.
- Facilitar la clasificación de los residuos para los clientes.
- Clasificación de los residuos peligrosos por el personal.
- Residuos clasificados y transportados al lugar adecuado procurando que sea el más cercano posible (si procede).
- Transformar los restos de comida, las hojas y los restos de plantas en abono orgánico.
- No se utilizarán productos desechables (jabón, champú, gorros de ducha, tazas, platos y cubiertos.)

### **Utilización de Productos Químicos**

- Sólo se utilizarán desinfectantes si es necesario para cumplir los requisitos legales de higiene.
- Para acondicionar el paisaje seleccionar plantas autóctonas que requieran menos pesticidas, abono y herbicidas.





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- Usar dosificadores automáticos de productos para la limpieza de las piscinas a fin de asegurarse de que se utilicen cantidades exactas de sustancias químicas para cada tarea.
- Limitar el número de productos químicos que se utilizan en el hotel.

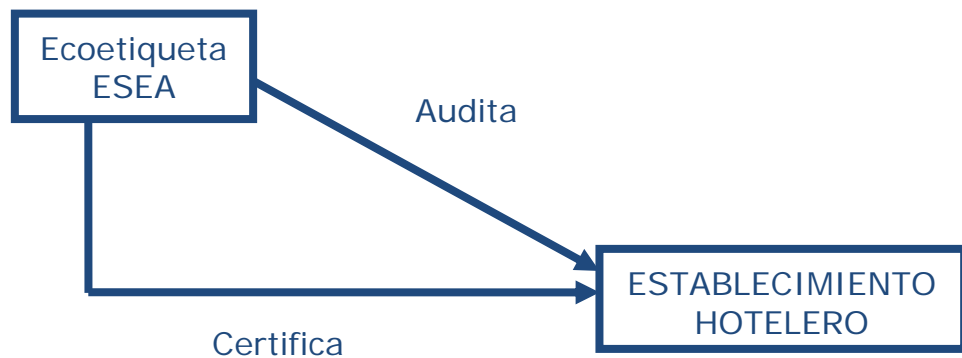
### **Información a los huéspedes**

- Cerrar las ventanas cuando la calefacción o el aire acondicionado estén en funcionamiento si no se desconectan automáticamente.
- Apagar las luces antes de abandonar la habitación.
- Instrucciones sobre el ahorro de agua en el cuarto de baño.
- Depositar los residuos en la papelera de los aseos.
- Informar al personal si se encuentran fugas.

Estos requisitos se plantean de forma general, pretendiendo en una segunda instancia, establecer un sistema de certificación por niveles de acuerdo al grado de cumplimiento de criterios. Este sistema se basará en la diferenciación de 3 niveles identificándolos con colores: Amarillo, Azul y Verde. Cada nivel corresponde al grado (menor o mayor) de compromiso por parte de los propietarios de las cabañas y al grado de exigencia por parte de la ESEA.

#### **¿Cómo obtener la ecoetiqueta?**

En primera instancia se debe realizar una solicitud de adhesión donde se establecen los criterios que se deben cumplir para la certificación. Cada cabaña se encargará de realizar los cambios necesarios en sus prácticas para luego ser evaluados. Si los requisitos se cumplen, se firma el contrato, se abonan las tasas y se otorga la certificación de la ecoetiqueta. (Ver Figura 12)



**Figura 12: Proceso de la Obtención de la Ecoetiqueta**

Pueden presentar la solicitud sólo los titulares de las cabañas turísticas.

Los establecimientos certificados tienen la obligación de informar de todas las modificaciones que se realicen en el servicio, así como también informar de aquellos productos autorizados que se incorporen o se den de baja en la prestación del servicio base.

Las ecoetiquetas tienen una validez máxima de un año, pudiendo el establecimiento renovar la misma con un pago del 60% de la tasa inicial. A su vez, se realizarán controles semestrales para verificar el cumplimiento de los requisitos.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

## ***ESTUDIO FINANCIERO***



Para la puesta en marcha del negocio se precisa realizar una inversión previa que contemple:

- La constitución de la S.R.L conformada por cuatro socios;
- El patentado de la idea del negocio;
- La creación de la Página Web;
- El diseño del logo de la empresa y el diseño de los folletos;
- La impresión de 200 folletos y de 400 tarjetas personales;
- El equipamiento constituido por cuatro aparatos celulares, dos notebooks, una computadora fija y dos impresoras, una multifunción y otra láser.

Como se muestra en la Tabla 3, el total de esta inversión es de \$10.728, considerando que el equipamiento necesario restante se lo incluye en los aportes para la constitución de la sociedad. El capital necesario para esta inversión se forma con el aporte de los socios en cuatro partes iguales, es decir, cada socio aporta el 25%.

**Tabla 3: Montos Inversión Inicial**

Inversión Inicial		
Constitución de S.R.L.		\$ 1.740
Patentado de la Idea de Negocio		\$ 30
Creación Página Web		\$ 800
Diseño de Logo y Folleto		\$ 500
Equipamiento	Informática	\$ 6.428
	Equipos Celulares (4)	\$ 360
Publicidad y contacto	Folletería (200)	\$ 800
	Tarjetas Personales (400)	\$ 70
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 10.728</b>

Los costos asociados al proyecto son relevantes dependiendo de la decisión que se quiere tomar. Los mismos se pueden dividir en Costos Fijos y Costos Variables. En cuanto a los Fijos, la empresa tiene el costo de Telefonía fija e Internet; el plan corporativo de telefonía



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

celular; el alquiler mensual del inmueble donde funciona la oficina; los honorarios de un contador; los gastos en insumos de oficina; y la impresión de folletos nuevos cada mes. El total de la suma de estos costos es de \$ 2.175,90. (Ver Tabla 4)

**Tabla 4: Costos fijos por mes**

<b>Costos Fijos</b>	
Telefonía Básica e Internet	\$ 87,20
Plan corporativo de Personal (4 pers.)	\$ 154,80
Oficina	\$ 950,00
Contador	\$ 200,00
Folletería x mes	\$ 200,00
Insumos oficina	\$ 700,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>\$ 2.175,90</b>

Como se puede apreciar en la Tabla 5, los costos variables constan de:

- La Actualización de la página web cada vez que una cabaña obtenga la ecoetiqueta;
- La placa que se le otorga al establecimiento al momento de certificar;
- Los honorarios de los profesionales que realizan la auditoría para constatar que se cumplen todos los requisitos de la ecoetiqueta;
- Los costos operativos de la auditoría.

La suma de estos costos variables es de \$ 2.120, es decir que éste es el coste para otorgar una ecoetiqueta.



**Tabla 5: Costos Variables por ecoetiqueta**

<b>Costos Variables</b>	
Actualización Página Web	\$ 50
Menfis Grabados Láser	\$ 170
Honorarios	\$ 1.600
Costos Operativos	\$ 300
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 2.120</b>

En base a estos cálculos, ya sea de inversión inicial y costos, se establece que el precio de cada ecoetiqueta es de \$ 3.500.

El precio de la renovación anual de la ecoetiqueta se fija calculando el 60% del precio final de la ecoetiqueta, es decir, \$2100.

A partir del precio fijado, se construye el flujo de fondos del primer año de funcionamiento de la empresa (Ver Tabla 6 y 7) para luego calcular:

- El **Valor Actual Neto** (VAN): mide, en moneda de hoy, cuánto genera la inversión por sobre lo que se quiere ganar, después de recuperada la inversión. El resultado de la misma es: \$ 2353.09, lo que refleja que es una inversión aconsejable, es decir, retribuye más de lo que se deseaba y devuelve la inversión inicial en el plazo de 12 meses.
- La **Tasa Interna de Retorno** (TIR): tasa de interés que mide hasta cuánto puede subir la rentabilidad del proyecto, siendo en este caso del 67%.



**Tabla 6: Flujo de Fondos primer semestre**

	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
VENTAS	0	1	3	4	4	5
INGRESOS	\$ -	\$ 3.500	\$ 10.500	\$ 14.000	\$ 14.000	\$ 17.500
COSTOS FIJOS	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176
COSTOS VARIABLES	\$ -	\$ 2.120	\$ 6.360	\$ 8.480	\$ 8.480	\$ 10.600
TOTAL COSTOS	\$ 2.176	\$ 4.296	\$ 8.536	\$ 10.656	\$ 10.656	\$ 12.776
FLUJO DE FONDO	\$ - 2.176	\$ - 796	\$ 1.964	\$ 3.344	\$ 3.344	\$ 4.724

**Tabla 7: Flujo de Fondos segundo semestre**

	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	4	3	6	6	7	9
INGRESOS	\$ 14.000	\$ 10.500	\$ 21.000	\$ 21.000	\$ 24.500	\$ 31.500
COSTOS FIJOS	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176	\$ 2.176
COSTOS VARIABLES	\$ 8.480	\$ 6.360	\$ 12.720	\$ 12.720	\$ 14.840	\$ 19.080
TOTAL COSTOS	\$ 10.656	\$ 8.536	\$ 14.896	\$ 14.896	\$ 17.016	\$ 21.256
FLUJO DE FONDO	\$ 3.344	\$ 1.964	\$ 6.104	\$ 6.104	\$ 7.484	\$ 10.244

Al tener como resultado al VAN mayor a cero, esto quiere decir que la TIR es mayor que la tasa de descuento (15%).

Para finalizar con este estudio, luego de analizado los cálculos y resultados obtenidos, es posible estimar que la inversión para el desarrollo de las ESEA es rentable.



## **CONCLUSIÓN**

---

En el sector turístico nacional no se han desarrollado programas de ecoetiquetas que aseguren un desarrollo sustentable en la gestión turística.

Al ser Argentina un país de turismo receptivo, la mayor afluencia de turistas extranjeros más exigentes hace que los propietarios de las cabañas tengan que cumplir con mayores requisitos medioambientales a la hora de prestar el servicio.

Las ecoetiquetas deben ser una herramienta que permita garantizar un desarrollo sustentable satisfaciendo las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras.

Los propietarios de las cabañas de la localidad de La Cumbrecita, deben tener un rol proactivo ya que son ellos quienes brindan algunos de los elementos a la hora de diseñar las ecoetiquetas.

La ecoetiqueta debe asegurar la implementación de buenas prácticas que minimicen el impacto en el medio ambiente y que beneficien a las comunidades locales.

Al momento de realizar el plan de negocios, es necesario contar con un equipo multidisciplinario de trabajo que aporte conocimientos y saberes desde diferentes áreas.

Luego de todos los estudios exploratorios, descriptivos y estratégicos, se logran establecer los lineamientos básicos para el diseño y creación de la Ecoetiqueta ESEA: Etiqueta de Sustentabilidad Ecológica Argentina. Las mismas son una certificación ambiental basada en el cumplimiento de prácticas sustentables en cabañas turísticas.

Los requisitos que se exigen para obtener la certificación se basan en los siguientes criterios:

- El ahorro de energía.
- El ahorro de agua.





*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

- La gestión.
- La reducción de residuos.
- La utilización de productos químicos.
- La información a los huéspedes.

En una segunda instancia se pretende establecer un sistema de certificación por niveles de acuerdo al grado de cumplimiento de los criterios mencionados.

Por último, en base a los cálculos financieros se establece como un precio final estimativo de cada ecoetiqueta, \$3500.



## **BIBLIOGRAFÍA**

---

ALTAMIRANO M. Los caminos. Libro turístico de Córdoba.

BASSOTTI G (2003). Factores de calidad en ecoturismo. Una visión práctica para su aplicación. En estudios y perspectivas en turismo. Volumen 12, n° 3, pp. 7 – 23.

CAÑADAS J y Gascón (2005) Turismo Responsable. [www.canalsolidario.org](http://www.canalsolidario.org) [15 de noviembre de 2008]

CASANOVA GARCÍA, A. (2004) Instrumentos Voluntarios: Ecoetiquetas, EMAS e ISO 14001. Fundación Global Nature. Pdf.

Constitución Nacional de la República Argentina.

DACHARI, A. y Arnaiz Burne S. (2004). Globalización y turismo. ¿Dos caras de una misma moneda? En estudios y perspectivas en turismo. Volumen 13, n° , pp. 303 – 315.

European Commission (2008) Environment. [http://ec.europa.eu/environment/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/environment/index_en.htm) [4 de noviembre de 2008]

FERRÉ MANZANERO I, Centro de Tecnologías Limpias (2008) Ecoetiqueta Ecológica Europea. Pdf.

GONZÁLEZ R. y Otero A. (2003). Método de evaluación cualitativa de impactos ambientales. Una propuesta. En estudios y perspectivas en turismo. Volumen 12, n° , pp. 79 – 92.

GUEVARA RAMOS R. y Molina S. (2006). Hacia un estado de la cuestión en investigación turística. En estudios y multidisciplinarios en turismo. Guevara Ramos R. (coord.). México: SECTUR – CESTUR.

HALAC R. (2001). Agenda 21 y las perspectivas del desarrollo sustentable. Editorial Taller General de imprenta de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.

HERNÁNDEZ DÍAZ E. (1983) Proyectos turísticos; formulación y evaluación. Editorial Trillas, México.

KOTLER P. et al. (2004) Marketing para turismo. Editorial Pearson Educación, Madrid.

Ley 25.675 de Política Ambiental Nacional.



*Ecoetiquetas en cabañas de la localidad de La Cumbrecita, Córdoba.*

MEINKING GUIMARAES A. et al (2005). Distorsiones entre el concepto y la práctica del ecoturismo. El caso de Itacaré, Bahía – Brasil. En estudios y perspectivas en turismo. Volumen 14, n° , pp. 243 – 262.

MORALES LAMBERTI A. (2005) Instituciones de Derecho Ambiental. Editorial M.E.L, Córdoba.

MORENO AVENA A. (2008) La Ecoetiqueta Europea para empresas de servicios de alojamiento turístico. Pdf.

OMT – Organización Mundial del Turismo (1999) Agenda para planificadores locales: Turismo sostenible y gestión municipal. Edición para América Latina y Caribe. Una publicación de turismo y medio ambiente. Madrid.

OMT – Organización Mundial del Turismo (1999) Guía para administradores locales. Desarrollo de turismo sostenible. Una publicación de turismo y medio ambiente. Madrid.

OMT – Organización Mundial del Turismo (2005) Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos. Guía práctica. Madrid.

Secretaría de Turismo de la Nación (2006) Seguridad Turística. Catálogo de experiencias innovadoras. Pdf.

Secretaría de Turismo de la Nación (2007) Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable. Oferta de Alojamiento Hotelero y Parahotelero. Pdf.

SECTUR (2008) Perfil de la oferta de establecimientos de Alta Gama. [http://2016.turismo.gov.ar/wp\\_turismo/?p=353](http://2016.turismo.gov.ar/wp_turismo/?p=353) [09 de noviembre de 2008]

TARLOMBANI da SILVEIRA M. (2005). Turismo y sustentabilidad. Entre el discurso y la acción. En estudios y perspectivas en turismo. Volumen 14, n° , pp. 222 – 242.

VILLELLA L. et al. (2005) Calidad en servicios turísticos. Catálogo de experiencias exitosas en implementación de sistemas de gestión de calidad. Secretaría de Turismo de la Nación, Buenos Aires.

Wordpress (2007) Desarrollo Sostenible. Informe Brundtland. <http://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland/> [12 de noviembre de 2008]

YPF – ACA – Automóvil Club Argentino (2005) Guía YPF de circuitos turísticos. Editorial Planeta de Agostini SAIC, Buenos Aires, Argentina.